

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO – ARTESANIAS DEL
MERCADO SAN PEDRO DE LA CIUDAD DEL
CUSCO- PERIODO 2015**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

BACH. JESSICA ALARCO COLQUEPISCO

ASESOR:

ING. DIVAN YURI CARI CONDORI

**JULIACA –PERÚ
2016**

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Dr. Apolinar Florez Lucana
Presidente

Mgtr. Juan Mauricio Pilco Churata
Secretario

Lic. Constantino Antonio Paricahua Condori
Miembro:

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida, guiar mi camino, protegiéndome, dandome fuerzas para superar los obstáculos, dificultades a lo largo de la vida y haberme encaminado para lograr mis metas personales como también los profesionales.

A mis padres, por su paciencia, apoyo constante y sus sabios consejos, que me ayudaron a culminar mis estudios y alcanzar mis metas a esos seres que dan la vida por sus hijos y hacen cualquier sacrificio por ellos.

A mis hermanas, Roxana Alarco Colquepisco, Jovana Alarco Colquepisco y Erika Alarco Colquepisco, que me brindaron su amor y Comprensión incondicional para alcanzar este objetivo profesional.

Además a nuestro asesor Diván Yuri Cari Condori que en su trayectoria académica ha formado profesionales altamente calificados, por la manera con la que ha contribuido con su labor profesional en el desarrollo del presente trabajo de investigación, por lo cual expreso mi agradecimiento y estima profesional.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Mario, Delia mi esposo Alfredo y mis adoradas
hijas

Melanie y Danika, que son mi motor y motivo

Por estar siempre a mi lado, brindándome su amor

Cariño y comprensión.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación Caracterización del financiamiento y capacitación de las Mype del sector comercio rubro-artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015 tuvo como objetivo general: determinar y describir las principales características del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio – rubro artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015. La investigación fue de diseño no experimental transeccional descriptiva, para llevarla a cabo, se escogió una muestra poblacional de 15 MYPE, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. El análisis y el procesamiento de datos se realizaron en Excel versión 2002, con el que se elaboraron tablas y gráficos simples para obtener las siguientes conclusiones: en cuanto a las características de los empresarios estudiados, el 100% son adultos, el 60% son del sexo masculino, el 46% tiene secundaria completa y el 100% son empresarios. En cuanto a las características de las MYPE, el 70% lleva más de 5 años en la actividad empresarial y el 100% son formales. En cuanto al financiamiento, el 80% financia su actividad con préstamos de terceros, el 100% de créditos otorgados fue en los montos solicitados y el 100% considera el financiamiento como una mejora en la rentabilidad del negocio, el 80% invirtió el crédito recibido compra de mercaderías.

Respecto a la capacitación, el 67% recibió capacitación antes del otorgamiento de los préstamos y para el 80% la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa. Finalmente, las MYPE estudiadas, obtuvieron financiamiento de terceros para desarrollar sus actividades comerciales.

Palabras clave: financiamiento, capacitación, MYPE.

ABSTRACT

This research Characterization financiamiento and training of Mype trade industry category-crafts market San Pedro de Cusco - periodo 2015 had as its overall objective: identify and describe the main features of the financing and training of MSEs of retail sector - I category crafts market San Pedro de Cusco - period 2015. the research was descriptive non experimental design, to carry out a population sample of 15 MSEs, who were applied a questionnaire was chosen 23 closed questions, using the survey technique. Analysis and data processing were performed in Excel version 2002, with which simple tables and graphs were developed for the following conclusions as to the characteristics of entrepreneurs surveyed, 100% are adults, 60% are male, 46% have completed secondary and 100% are entrepreneurs. As for the characteristics of MSEs, 70% has more than 5 years in the business and 100% are formal. On financing, 80% finances its activities with third-party loans, 100% loans was in the amounts requested and 100% consider funding as an improvement in profitability, 80% invested credit received purchase of goods.

Regarding training, 67% received training prior to the granting of loans and 80% for training improves profitability and competitiveness of the empresa. Finalmente, MSEs studied, obtained funding from third parties to develop their business activities.

Keywords: funding, training, MSEs.

CONTENIDO

CARATULA	i
CONTRACARATULA	ii
JURADO Y ASESOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
I.INTRODUCCIÓN.....	01
II.REVISIÓN DE LITERATURA.....	08
2.1.1.Antecedentes	08
2.1.2.Internacionales	08
2.1.3.Nacionales	10
2.1.4.Regionales	21
2.1.5.Locales	23
2.2.Bases Teóricas de la Investigación	24
2.2.1.Teoría del financiamiento	24
2.2.2. Teoría de la capacitación.....	50
2.2.3.Teorías de las Mype	56
2.3.Marco Conceptual	73

2.3.1.Definición de financiamiento	73
2.3.2.Definición de capacitación.....	73
2.3.3.Definición de micro y pequeña empresa.....	74
III METODOLOGÍA	75
3.1.Diseño de la investigación	75
3.1.1.Descriptivo	75
3.2.Población.....	76
3.2.2.Muestra.....	76
3.2.3.Definición y operacionalización de las variables.....	76
3.3.Técnicas e instrumentos	81
3.3.1.Técnicas	81
3.3.2.Instrumentos.....	81
3.4.Plan de análisis.....	81
IV RESULTADOS Y ANALISIS DE RESULTADOS.....	82
4.1.Resultados	82
4.1.1.Respecto al objetivo específico 1	82
4.1.2.Respecto al objetivo específico 2.....	89
4.1.3.Respecto al objetivo específico 3.....	98

4.2. Análisis de resultados	104
V CONCLUSIONES	107
5.1. Respecto al objetivo específico 1	107
5.2. Respecto al objetivo específico 2	107
5.3. Respecto al objetivo específico 3	107
VI ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	109
6.1. Referencias Bibliográficas	109
6.2. Anexo	118
6.2.1. Anexo y cuestionario	118
6.2.2. Anexo 2 datos de los empresarios	122

INDICE DE CUADROS

Cuadros N° 01	88
Cuadros N° 02	96
Cuadros N° 03	103

TABLAS

Tablas N° 01	82
Tablas N° 02	89

Tablas N° 0398

GRÁFICOS

Gráficos N° 0182

Gráficos N° 0289

Gráficos N° 0398

I. INTRODUCCIÓN

El financiamiento y la capacitación desempeñan un papel muy importante en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas (Mype), del sector comercio rubro – artesanías del mercado San Pedro del Cusco.

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

La capacitación nos ayuda a desarrollar las habilidades con las que cuenta el personal pero que muchas veces estos no saben que cuentan con ellas. Su importancia radica en que es un proceso para el mejoramiento y crecimiento de las actitudes del recurso humano, por ello, no debemos dejar atrás esta opción para conseguir un óptimo funcionamiento en la organización.

La capacitación es una de las grandes inversiones que los socios de una empresa pueden hacer para el desarrollo de su personal, que esto a su vez los ayuda a lograr objetivos tanto para la empresa como para los individuos.

Los empresarios tienen la misión de persuadir y motivar al inversionista o fuentes de capital (entidades bancarias, financieras) para que en el caso que los recursos escaseen estos estén dispuestos a apoyarlo. En nuestra sociedad existen dos sectores, tenemos el Sector Privado que pertenecen a empresas de la propiedad privada y el Sector Público conformado por las entidades gubernamentales, ambos tipos de empresas tienen diferentes objetivos financieros ya que las empresas privadas obtienen un beneficio económico a través de sus

utilidades, en tanto que las entidades gubernamentales no tienen beneficio alguno, ya que son creadas para el bienestar social o para brindar un servicio público de acuerdo a sus objetivos o su ámbito de acción.

En Argentina los principales obstáculos que señalan son la Administración Tributaria, el Acceso al Financiamiento y las Prácticas de empresas del Sector Informal (o competencia desleal). En los dos primeros casos, Argentina a su vez presenta indicadores que la ubican relativamente por encima de la mayoría de los países de América Latina, mientras que en el tercero se tiene que se trata de un obstáculo importante para las empresas locales, pero que tiene mayor incidencia en los otros países del continente. (Cohen, M. & Baralla, G., 2012).

El problema histórico de la MYPE es la escasa competitividad, informalidad y ausencia de garantías; tal vez por la falta de visión de los gobiernos, que no se preocupan por fortalecer sus estructuras, es por ello que las MYPE no tienen el menor incentivo para formalizarse (ya que no gastan en impuestos, ni en IGV, no pierden tiempo en abrir su negocio por demora del papeleo, etc.); y la ceguera de los gobiernos en apoyarlos es tal que sólo aparecen en campañas políticas prometiendo los cofres presupuestales que después no cumplen. Otra debilidad que presentan las MYPE es que son muy sensibles a desaparecer cuando existen crisis financieras si no se toman las medidas adecuadas para su supervivencia. Finalmente, las MYPE son cerca del 98% de las empresas del país, nutren al empleo en un 77%, y participa con una buena parte de la torta del PBI (42%), es momento de trabajar con ellas y aplicar políticas que permitan fortalecer sus

estructuras incrementado sus capacidades, y su producción, para que les sea más fácil insertarse en otros mercados. (Campos, S., 2010).

Los municipios distritales y provinciales tienen la responsabilidad de promover el desarrollo en sus jurisdicciones. Una de las formas de incentivarlo es fomentando la inversión y la competitividad, el 60% de municipios a nivel nacional realiza acciones para promover las micro y pequeñas empresas (MYPE). Y el 74% toma medidas para incentivar el turismo.

Está demostrado que las MYPE aportan mayores ingresos para nuestro país, reflejado en el incremento del PBI, pero también está demostrado que existen problemas y obstáculos para que estas puedan acceder al financiamiento por la elevada tasa de interés que se les cobra, y porque al tener que pagar demasiado interés ya no les queda suficiente efectivo para reinvertir, produciéndose endeudamientos y hasta su cierre, dado que no se cuenta con suficiente capital de trabajo.

Por otro lado, Sagástegui y Trujillo (2010) en sus investigaciones, obtuvieron como resultado que el mayor porcentaje de las MYPE estudiadas, consideran que la capacitación es una inversión relevante para la empresa y que permite mejorar la competencia en los negocios.

Por lo tanto, se evidencia que en el Perú el factor que más afecta el desarrollo de las MYPE es el limitado acceso al financiamiento. Asimismo, de acuerdo a los estudios realizados a nivel nacional, se puede evidenciar que las MYPE que han tenido acceso al financiamiento han obtenido un incremento en su rentabilidad.

Las actividades económicas principales que se desarrolla en el Departamento del Cusco son la agricultura, ganadería, el comercio, agroindustria, turismo, artesanía, siendo otra actividad importante la de servicios sobre todo en la provincia del Cusco, por la práctica del servicio turístico.

En el Departamento del Cusco al igual que en otros Departamentos se constituyen empresas, siendo las más frecuentes las micro y pequeñas empresas, por la influencia del nivel de inversión en ellas.

La diferenciación, análisis y evaluación de las micro y pequeñas empresas en el Departamento del Cusco, se realiza en base a la información de INFOSIEM (sistema de información empresarial), entidad que cuenta con información sobre el número de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel nacional, así como los sectores económicos en los que se desenvuelven. Por otra parte, también se toma la información obtenida de la Unidad de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa del CTAR Cusco, así como del Ministerio de Industria Turismo Integración y Negociación Internacionales.

En lo que respecta al sector Comercio del Rubro de artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco, están ubicadas en Casqaparo s/n a 8 minutos de la plaza de armas, también conocido como mercado central, donde realizan las ventas de sus diversos productos.

Este mercado no es el único donde expenden artesanías hay un sin número de tiendas, mercados, ambulantes, etc.

Definimos el problema de investigación dentro del informe, precisándose de forma concreta los diversos comportamientos que hacen posible un mejor

cumplimiento del postulado de gestión en la práctica empresarial. Para ello se tuvo en cuenta la definición de términos básicos, relacionado con dos variables de la investigación propuesta.

De esta forma es como la caracterización del financiamiento y la capacitación adquiere importancia en aquellas organizaciones que visualizan al aprendizaje individual y al colectivo con una línea estratégica para su desarrollo es el caso de las MYPE comercio artesanía. Esta investigación contribuye a aclarar el potencial que representa la caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPE del sector comercio rubro artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco periodo – 2015; su implantación y aplicación deben darse en las políticas de la organización desde una perspectiva estratégica.

Por lo cual es necesario enunciar la investigación planteando la siguiente pregunta a investigar ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015? Donde el Objetivo General es:

Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015

Para dar respuesta al problema, se ha planteado los siguientes Objetivos Específicos:

1. Describir las principales características de las MYPE del ámbito de estudio.

2. Determinar las principales características del financiamiento de las MYPE del ámbito de estudio.
3. Determinar las principales características de la capacitación de las MYPE del ámbito de estudio.

Finalmente, la investigación se justifica porque la realización del presente estudio permitirá conocer la determinación de las características del financiamiento y capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco. Así mismo, la investigación también se justifica porque permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento, la capacitación en las MYPE del sector en estudio. Además, el estudio servirá de base para la realización de otros estudios similares en los diversos sectores de comercio del mercado San Pedro y otros ámbitos geográficos conexos.

En lo Científico.-La presente investigación sirve como formación inicial para futuros emprendedores basada en una referencia, y sobre todo como antecedente para investigaciones posteriores relacionadas al tema desarrollado, contribuyendo de esta manera en la formación de profesionales de nuestra institución como de las de afuera, generando una actitud de mejora en la investigación que conlleve a los estudiantes a, buscar, analizar y evaluar la información necesaria; ampliando su gusto e interés por la investigación.

En lo social.- El presente Proyecto permite conocer la realidad de las MYPE del Mercado San Pedro desde el punto de vista económico financiero, determinando

la influencia de las fuentes de financiamiento que las mismas han utilizado para el crecimiento y desarrollo de sus negocios, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal. Del mismo modo esto beneficia también al desarrollo económico y social del Distrito, permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPE.

En lo personal Como estudiantes y futuros profesionales, el realizar este tipo de investigaciones nos permite involucrarnos a fondo en ello, ampliando no sólo nuestros conocimientos, sino desarrollar nuestras habilidades, generando actitudes positivas hacia la investigación; que a la larga nos servirá en nuestro desarrollo como profesionales ya formados.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros autores en cualquier parte del mundo, menos Perú, sobre las mismas variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Ramos, Y. (2012) Cuba vive un proceso de cambios. Desde la base de la sociedad se rigen nuevas conductas y formas de hacer en tanto se descentralizan las funciones del Estado para darle vida al sector privado o no estatal de la economía: el llamado “cuentapropista”, portador de una lógica que si bien se aspira sea controlada por nuevas leyes, tiene en sí características propias que requieren un mayor análisis. De su correcta valoración por parte del Estado cubano, podrá emerger la reactivación de la economía del país. Para ello prima, entre otros factores, que se haga un espacio dentro del derecho laboral cubano para llevar por buen cauce los avatares de esta nueva masa trabajadora, que pudiese ser considerada como la génesis de la pequeña y mediana empresa en Cuba.

Gaona, E. & Aguirre, E. (2007) Las MYPE son importantes para la economía mexicana, éstas constituyen el 99.9 por ciento de la economía, generan el 79.6 por ciento del empleo y aportan el 52 por ciento del PIB. En el sector externo México

es líder comercial en América Latina. En la actualidad el gobierno mexicano está realizando esfuerzos para incrementar el número de empresas exportadoras, integrar las cadenas productivas y disminuir el valor de las importaciones.

Contraloría de Bogotá (D.C.) (2013) A principios de siglo, en Colombia se da inicio a una nueva era en lo que a micro, pequeña y mediana empresa se refiere, ya que a través de la construcción de un marco legislativo (Ley 590 de 2000), se consolida la política pública para incentivar el desarrollo de este tipo de empresas y con este, aumentar los niveles de productividad y competitividad del sector empresarial colombiano. En el caso bogotano, desde el año 2009, se diseñó una política propia para financiar y democratizar el crédito para todo tipo de empresas, según lo establece el Decreto No. 589 de 2009. No obstante, cabe resaltar que años atrás la Secretaría Distrital de Hacienda lideraba acciones que generaban líneas de financiamiento para el apoyo y fortalecimiento a las MiPyMes, lo que representa un punto de partida bastante significativo para realizar un análisis comparativo entre los resultados obtenidos antes y después de la formalización de la política pública de financiamiento en Bogotá. Desde entonces, se han venido implementando una serie de instrumentos para cumplir con los objetivos propuestos de la política teniendo en cuenta los criterios de acceso, diversidad, concertación y ejecución dispuestos en la normatividad vigente.

Según Morazán (2011), en América Latina persiste una profunda brecha en cuanto al acceso, las condiciones y los costos de financiamiento entre las pequeñas y medianas empresas y las empresas grandes, pese a los notables avances que la región ha logrado en este ámbito en los últimos años. Esta brecha

obstaculiza un mayor aporte al desarrollo por parte de las pymes, segmento donde se encuentra la mayoría de las unidades productivas de la región. Además, el acceso a financiamiento es un talón de Aquiles para las pequeñas empresas de la región, y las cifras así lo confirman: “Solo cerca de 12 % del crédito total en la región se destina a las pymes, en contraste con los países de la OCDE, donde reciben 25 %”. Esto explica por qué una de cada tres pequeñas empresas en América Latina identifica el acceso al financiamiento como una restricción para su desarrollo (América Económica, 2013).

2.1.2 Nacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros autores en cualquier ciudad del Perú; sobre las mismas variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Kong,J. & Moreno,J. (2014).Tesis“Influencia de las Fuentes de Financiamiento en el desarrollo de las Mype del Distrito de San Jose – Lambayeque en el periodo 2010 – 2012” Trabajo presentado para optar el título de Licenciado en Administracion de Empresas de la Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, se concluye lo siguiente:

Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes.

Tello,L. (2014): Tesis “Financiamiento del Capital de Trabajo para Contribuir al Crecimiento y Desarrollo de Micro y Pequeña Empresas Comerciales en el Distrito de Pacasmayo” Trabajo presentado para optar el título de Contador Público de la Universidad Nacional de Trujillo, bajo el análisis analiza e interpreta el financiamiento de las Mypes.

Uno de los principales problemas que enfrentan las micro y pequeñas empresas del distrito de Pacasmayo es el limitado financiamiento por parte de los bancos el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo.; siendo las Entidades No Bancarias como las Cajas Municipales, Cajas Rurales, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Financiera, las que otorgan con una mayor política de financiamiento.

Palpa,H. & Orihuela,P. 2014 (Tesis).“Propuesta de un modelo integral de gestión logística aplicado a una asociación de Mypes del sector metal mecánico de Villa el Salvador con la finalidad de lograr la mejora de la productividad de las mismas y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno para el comercio exterior” Trabajo presentado para optar el título de Ingeniero Industrial, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC, concluye en:

-La importancia de la Micro y Pequeña empresa (MYPE) en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), el 99.3% de las empresas a nivel nacional son Microempresas (94.7%) y pequeña empresa (4.6%), a su vez, representan un 42.1% del PBI nacional y ocupan el 69% de la PEA nacional con proyección a seguir creciendo.

-El 48.1% de las MYPE formales a nivel nacional están ubicadas en el departamento de Lima.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. La ley 30056 tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos; y, otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas. Referencia:

Artículo 1° del TUO aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2008-TR, modificado por el Artículo 11° de la Ley N° 30056.

Guibovich, I. & Centurión, R. (2015) Las micro y pequeñas empresas (MYPES) conforman uno de los pilares básicos de la economía nacional. Su participación en el desarrollo del país es trascendente, y de contar con el apoyo necesario, podrían ser la solución a los problemas económicos y de desempleo de grandes núcleos poblacionales que se están presentando en el país. Las micro y pequeñas empresas surgieron como un fenómeno socioeconómico que buscaba responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. En este sentido, se constituyeron en una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos y a la falta de oportunidades de desarrollo personal. Pero, a pesar de estas bondades, el sector aún no ha logrado alcanzar su máxima potencialidad debido a una serie de factores, tales como la

falta de apoyo financiero. Los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas y no solo a las que se encuentran en actividad, sino también a las que están por crearse, según lo manifestado por Ferraro (2010).

Palpa,H.& Orihuela,R. (2014) En la actualidad están suscitándose cambios tan increíbles y a tal velocidad que sus implicaciones son ineludibles en el contexto profesional y empresarial, cambios que no podían ser imaginados hace unos cuantos años, meses o apenas semanas atrás. Tales transformaciones se generan con un grado de intensidad y fugacidad tan grande que fortalecen las oportunidades para la humanidad, países, empresas y para cada uno de nosotros.

En este contexto, el nuevo ambiente global está condicionado por el dinamismo económico de las naciones, las cuales a su vez deben esto a la nueva era empresarial, donde son las empresas más pequeñas en conjunto las que dirigen el timón del desarrollo y riqueza de los países, mismas que han superado barreras históricas y han logrado activar el metabolismo del comercio internacional.

Las empresas en el Perú no son exentas a esta realidad, el dinamismo anteriormente señalado ha sido la causa raíz de que en las últimas décadas se presente una explosión en la formación de micro y pequeñas empresas (MYPES). La importancia de la Micro y Pequeña empresa (MYPE) en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), el 99.3% de las empresas a nivel nacional

son Microempresas (94.7%) y pequeña empresa (4.6%) [20], a su vez, representan un 42.1% del PBI nacional y ocupan el 69% de la PEA nacional con proyección a seguir creciendo.

Olivera,F. & Pérez,C. (2011) En el nuevo escenario global de la economía, el país tiene que lidiar con la inminente crisis financiera internacional, para lo cual se tiene que aprovechar la integración de mercados internacionales a través de Tratado de Libre Comercio (TLCs) que favorecen actividades de exportación. El desenvolvimiento de la economía nacional depende del dinamismo de las Mipymes las cuales representan en más del 95% del total de empresas, sin embargo muchas de estas tienen problemas de financiamiento, informalidad y asesoramiento respecto a sus inversiones. Solo el 3% de las empresas citadas integran la cadena exportadora motivo por el cual al estado le corresponde crear condiciones óptimas para mejorar la oferta exportable así como la competitividad que exige el comercio internacional, enfatizando en productos no tradicionales. Así mismo las Instituciones Microfinancieras (IMFs) deberán incorporar una línea de crédito dirigidos a las Mipymes exportadoras, con tasas de interés a menor porcentaje, ya que el retorno de sus colocaciones será confiable por la gran demanda de la actividad exportadora y mermará el riesgo de incobrabilidad existente por la desaceleración económica. Para poder concluir en lo siguiente hemos analizado cuadros estadísticos extraído de diversas entidades sobre la materia; obteniendo como resultado los siguientes: la generación de nuevos puestos de trabajo en forma descentralizada, contribuir en la mejora de la calidad de vida y autoestima de zona de influencia, la formalización de Mipymes, el

incremento de la recaudación tributaria, el aumento del PBI, así como el posicionamiento del país en el contexto internacional como un mercado emergente frente a los nuevos retos y desafíos del nuevo milenio.

INEI (2013) El 69,1% de las Micro y Pequeñas Empresas que pertenecían a una o más organizaciones con fines empresariales en el 2012, lo hicieron para acceder a mercados, es decir, para atender volúmenes de demanda que superan a la producción propia de cada empresa. Mientras que el 41,8% lo hizo para acceder a información y asistencia técnica, es decir, las Micro y Pequeñas Empresas buscan conocer más sobre los procesos que realizan; así como, para contar con asistencia técnica, para de esta manera enfrentar dificultades similares que puedan tener las empresas a las que se encuentran asociadas. La tercera alternativa, más mencionada por las empresas es, para negociar con proveedores con el 38,4%; es decir, para realizar compras en conjunto con la consiguiente generación de economías de escala o elevar el poder de negociación. Con 30,2%, se encuentra la alternativa, para acceder a información empresarial es decir, para lograr acceso al crédito tanto como capital de trabajo, como para compra de activo fijo, y el 13,8% para acceder a servicios financieros.

El 55,2% de las Micro y Pequeña Empresas que habían incrementado sus relaciones comerciales y mejorado sus oportunidades de negocio a través de su pertenencia a una organización o agrupación con fines empresariales, manifestaron que mejoraron en el aspecto de tener mayor acceso a mercados. El 43,5% de las Micro y Pequeñas Empresas, señalaron que las mejoras se produjeron al haber tenido más facilidad de acceder a información y asistencia

técnica. Según ciudad, se observan comportamientos distintos. Así, en Piura (100,0%) e Iquitos (66,7%), las principales mejoras fueron en la negociación con proveedores. Por otro lado, se observa que en Juliaca y Chiclayo presentan los mayores porcentajes con 28,6% y 20,0%, respectivamente en el acceso a los servicios financieros.

Contabilidad y Negocios (2009) El crecimiento del mercado microfinanciero requiere que las empresas dedicadas a este sector sean ágiles en su atención y que, también, logren proporcionar un mayor valor agregado a la empresa. Esta rapidez se obtiene a través de una reducción del tiempo del ciclo del proceso y una sencillez en sus trámites. Ahora bien, la gestión de negocios de cada entidad microfinanciera es autónoma en lo que refiere al posicionamiento, metodología crediticia y de riesgo. En este sentido, la evaluación para el otorgamiento de crédito siempre está determinada por la capacidad de pago del deudor que, a su vez, está definida fundamentalmente por su flujo de fondos y sus antecedentes crediticios; sin embargo, algunas veces se consideran mecanismos adicionales de cobertura como los avales.

Los partidos políticos por lo regular presentan propuestas vinculadas al desarrollo y formalización de las MYPE. Más aún, el impulso de este segmento ha tenido su auge con la creación de diversos organismos estatales.

-El Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, a través del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), mediante decretos de urgencia, autoriza apoyar a la micro y pequeña empresa por medio de compras de su producción para paliar los efectos de la crisis externa.

CODEMYPE Artículo 7º.- Al Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa le corresponde las siguientes funciones en concordancia a la Ley.

- a) Aprobar el Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de las MYPE que incorporen las prioridades regionales por sectores señalando los objetivos y metas correspondientes.
- b) Contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales, de apoyo a las MYPE, a nivel nacional, regional y local.
- c) Supervisar el cumplimiento de las políticas, los planes, los programas y desarrollar las coordinaciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos, tanto a nivel de Gobierno Nacional como de carácter Regional y Local.
- d) Promover la activa cooperación entre las instituciones del sector público y privado en la ejecución de programas.
- e) Promover la asociatividad y organización de la MYPE, como consorcios, conglomerados o asociaciones.
- f) Promover el acceso de la MYPE a los mercados financieros, de desarrollo empresarial y de productos.
- g) Fomentar la articulación de la MYPE con las medianas y grandes empresas promoviendo la organización de las MYPE proveedoras para propiciar el fortalecimiento y desarrollo de su estructura económico productiva.
- h) Contribuir a la captación y generación de la base de datos de información estadística sobre la MYPE.

i) Fomentar la transferencia e innovación tecnológica, vinculando las instituciones científicas y tecnológicas al desarrollo de las MYPE.

j) Promover la capacidad exportadora de las MYPE fortaleciendo la competitividad del país.

k) Contribuir al desarrollo de experiencias asociativas empresariales y de cadenas productivas, con énfasis en las zonas rurales en que se desarrollan las MYPE.

Ministerio de la Producción (2011). El crecimiento económico, entre otros, está asociado en forma positiva con la tasa de creación de empresas, por ello un aumento de la actividad empresarial conlleva tasas de crecimiento económico más altas. El flujo de entrada de empresas en nuevos sectores de la economía y de salida de empresas de los sectores declinantes, poco rentables es un proceso que reasigna los recursos (trabajo y capital) en el total de la economía hacia sectores y empresas que, indefectiblemente, tienen mejoras en la productividad, facilitando la modernización del tejido empresarial. Los economistas Audretsch y Thurik (2001) encontraron evidencias empíricas acerca de la relación entre el nivel de la actividad empresarial y las tasas de crecimiento económico. Estos autores señalan que la empresarialidad genera crecimiento económico debido a que es un vehículo para la innovación y el cambio, sin embargo conceptualmente el vínculo no es automático. El hecho de contar con más nacimientos de empresas por año no asegura un mayor crecimiento (Baumol 1990) menos desarrollo sostenido, este está asociado con el ingreso de nuevas empresas en la economía que introducen innovaciones, capital y tecnología al mercado y amplían el ámbito de los

negocios, asignando recursos a las áreas que explotan dichas innovaciones, generando eficiencias en el sector.

Ministerio de Economía y finanzas (2015) Para el ex ministro de Economía y Finanzas Pedro Pablo Kuczynski (PPK), la micro y pequeñas empresas (MYPE) deben tener un régimen tributario especial, de modo que paguen 10% y no 28% de Impuesto a la Renta (IR).

Solo así, dijo un mayor número de ellas podrán formalizarse, de modo que más trabajadores podrán acceder a un puesto de labores con los beneficios correspondientes (vacaciones, gratificaciones, CTS, entre otros).

ESPECIAL. En su habitual participación radial, PPK explicó que las MYPE deben tener un régimen especial laboral para que un mayor número de estas unidades productivas sean formales.

Añadió que las MYPE tienen muchas dificultades para formalizarse; primero porque la carga tributaria es alta, además de los papeleos complejos para hacerlo. De esa manera, explicó en RPP, el bolsón de trabajadores informales del país se estima en aproximadamente el 70% del total de la población económicamente activa (PEA).

Según afirmó, cuantas más mypes estén formalizadas, más oportunidad habrá de conseguir trabajo con mejor remuneración.

[http://gestion.pe/economia/nuevo-rus-facilita-mypes-cumplir-](http://gestion.pe/economia/nuevo-rus-facilita-mypes-cumplir-responsabilidades-tributarias-2150872)

responsabilidades-tributarias-2150872 Hay cerca de 425 mil contribuyentes en el nuevo RUS, de los cuales el 97% declaran ingresos que no superan los S/. 8,000

mensuales por lo que tributan pagos mensuales de entre S/. 20 y S/. 50 soles, informó la Sunat.

El Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) contribuye con la formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPE) porque es simple y facilita el cumplimiento de sus responsabilidades tributarias, afirmó el jefe de la Superintendente Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat), Martín Ramos.

Explicó que la Sunat viene trabajando para hacer más accesible el sistema tributario al micro y pequeño empresario para acompañarlo en su formalización y crecimiento.

“Los inscritos en el Nuevo RUS no emiten facturas, solo entregan boletas de venta porque ha sido diseñado para que estos contribuyentes vendan a consumidores finales. Además no tienen que llevar libros contables, de esta manera, los costos de cumplimiento tributario se reducen sustancialmente”, agregó.

Tello, (2014). Ante la crisis económica que se vive actualmente, la globalización económica, el constante y acelerado cambio tecnológico, la búsqueda de maximizar utilidades y un ambiente como el que impera en nuestro país hoy en día cuyos ingredientes son nada elevada incertidumbre económica, política y social; está obligando a la gerencia a cumplir con los objetivos empresariales incrementando cada vez más la necesidad de utilizar los servicios financieros para adquirir sus activos fijos, en consecuencia, son varias las alternativas de financiamiento que ofertan a las empresas, dentro de este ambiente surge la

necesidad de insertarse en el mercado financiero como una alternativa de contar con los recursos financieros y económicos de las MYPES.

2.1.3 Regionales.

En esta investigación se entiende por antecedentes regionales, a todo trabajo de investigación hecho por autores en cualquier parte de la región del Cusco, que hayan utilizado las mismas variables y unidades de nuestra investigación.

Registro micro y pequeña empresa (Remype 2011). Las regiones desde un enfoque de desarrollo económico local, desempeñan un papel importante en el proceso de crecimiento y cambio estructural mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, para elevar el bienestar de la población de la región. Cada región tiene un determinado nivel de desarrollo de su mercado interior (que cualitativamente es diferente al concepto o categoría de mercado interno) que se caracteriza, por una determinada estructura productiva, mercado de trabajo, capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político. Este conjunto de características culturales, sociales y económicas que conforman los aspectos institucionales de la región, condicionan los procesos de empresarialidad local e influye en el nacimiento de las nuevas empresas. Los empresarios consideran el marco institucional del territorio, las facilidades que encuentran en las instituciones locales para lograr el desarrollo empresarial, dado que estos factores permitirán reducir la incertidumbre y los costos que implica la gestión de la empresa.

INEI (2013). En el año 2012, el 5,4%, de las Micro y Pequeña Empresas declararon que formaban parte de alguna organización o agrupación con fines empresariales. Es decir, pertenecían a instituciones que se crearon con la finalidad de negociar con proveedores, acceder a nuevos mercados, acceder a servicios financieros, obtener información y asistencia técnica, entre otros. De las empresas que pertenecían a alguna organización o agrupación en el año 2012, el 69,1% de las Micro y Pequeñas Empresas, manifestaron que lo hicieron para acceder a mercados, el 41,8% lo hizo para acceder a capacitación y asistencia técnica, el 38,4% para negociar con proveedores, es decir, buscan tener mejores precios y calidad de los insumos que utilizan en la elaboración de los productos.

En el año 2012, el 19,0% de los conductores de Micro y Pequeña Empresas declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial. Asimismo, los conductores de las empresas manifestaron que los cursos de capacitación preferidos, fueron marketing (19,0%), calidad (10,2%), exportaciones (10,1%), formalización (9,7%) y atención al cliente (7,7%), entre los principales.

El 15,7% de los conductores de las Micro y Pequeña Empresas declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con el mejoramiento de sus productos o prestación de servicios. Los proyectos o eventos de capacitación que registran mayor participación, fueron: Nuevos o mejores procesos de fabricación o producción (38,4%), nuevos o mejores productos (36,4%), nuevos o mejores servicios (14,5%) y nuevos o mejores procesos con proveedores y compradores (10,0%).

En el año 2012, el 40,9% de los conductores de Micro y Pequeña Empresas habían participado en algún evento de capacitación y accedieron a información relacionado con los servicios del sistema financiero. Los criterios que más influyeron en las empresas para adoptar la decisión de solicitar un crédito fueron: Tasa de interés (93,5%), seguido de plazos de pago (50,5%), beneficios que otorga la entidad (22,1%), prestigio de la entidad financiera (13,8%) y garantías solicitadas (13,6%).

2.1.4 Locales.

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por autores en la provincia de Cusco sobre las mismas variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Hollman, S. y Basurto, R. (2010), Tesis: Plan Estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la region del Cusco. En la región Cusco y aplicando el proceso de planeamiento estratégico, se plantean la visión, misión, objetivos de largo y corto plazo, así como las estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector en la región Cusco. Las principales estrategias formuladas para ser implementadas durante la vigencia del plan estratégico están relacionadas con construcción de infraestructura, la creación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación del recurso humano y mejorar la calidad y la atención del turista.

Con estas estrategias se busca en el largo plazo aumentar la llegada de turistas, tener un crecimiento en las ventas y aumentar el tiempo de estadía de los turistas en los emprendimientos de turismo rural comunitario. Finalmente se propone la

creación de una asociación de emprendimientos rurales comunitarios en la región Cusco, que se encargue de la implementación y control del plan estratégico, además de la gestión de alianzas con los entes públicos, privados y ONG's.

2.2.Bases Teóricas de la investigación.

2.2.1 Teoría del financiamiento.

Toda oportunidad de inversión real está acompañada, y al mismo tiempo condicionada, por decisiones de financiación; éstas a su vez determinan la composición del capital entre deuda y recursos propios. Lo anterior se refleja en la estructura financiera adoptada por la empresa, luego de ser considerados aspectos como costo de la deuda, presión fiscal, riesgo de quiebra, entre otros. Dos enfoques teóricos modernos intentan dar explicación a esa composición del capital, y por ende a la estructura financiera: por un lado, la Teoría del Equilibrio Estático (Trade-off Theory) considera la estructura de capital de la empresa como el resultado del equilibrio entre los beneficios y costos derivados de la deuda, manteniendo constantes los activos y los planes de inversión (Myers, 1984); por otro lado, la Teoría de la Jerarquía Financiera (Pecking Order Theory) expone la preferencia de la empresa por la financiación interna a la externa, y la deuda a los recursos propios si se recurre a la emisión de valores (Myers, 1984).

Las teorías modernas antes mencionadas tienen su punto de partida en la discusión de la idea de Modigliani y Miller (1958) en cuanto a la irrelevancia e independencia de la estructura de capital con relación al valor de mercado de la empresa, pues el valor de la misma está determinado por sus activos reales no por los títulos que ha emitido. Lo anterior tiene lugar en presencia de mercados

perfectos, en los cuales la deuda y los recursos propios pueden considerarse sustitutos.

Referente al contexto interno, las teorías financieras proveen elementos tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa. La teoría de pecking order (Myers y Majluf, 1984), la teoría de los mercados perfectos, la de información asimétrica y teoría de agencia (Jensen y Meckling, 1976) han sido consideradas como propuestas principales en la que, sin importar el tamaño de la empresa se vuelven fundamentales en las decisiones de la distribución de los recursos financieros para alcanzar un mejor funcionamiento de la organización: maximizar el valor de la empresa para los dueños o accionistas.

La Teoría de la Jerarquía (Pecking Order) establece una ordenación a la hora de obtener financiación para nuevas inversiones. Esta jerarquía consiste básicamente en que las empresas optan preferentemente por la financiación interna, es decir, beneficios retenidos y amortización y, en caso de tener que recurrir a financiación externa optan, en primer lugar, por deuda y en último lugar, por ampliaciones de capital.

En un principio, se intentó justificar la ordenación de las fuentes de financiación que propone la Teoría de la Jerarquía en las grandes empresas cotizadas. No obstante, diversas aportaciones posteriores han intentado explicar esta teoría con argumentos válidos para pequeñas y medianas empresas no cotizadas. El principal argumento en este caso es que las MYPE tienen dificultad a acceder al mercado de capitales.

Las pequeñas y medianas empresas cuentan con diversas formas de capitalizarse: recursos propios, préstamos a bancos u otros y emisión de acciones. Sin embargo, utilizan de manera prioritaria el autofinanciamiento, y si este es insuficiente recurre al endeudamiento y solo en última instancia a la emisión de acciones (Meyer, 1994 citado por Salloum y Vigier, 2000).

Cuando los recursos procedentes del autofinanciamiento son limitados, la empresa acude a los mercados financieros. Watson y Wilson (2002) estudiaron las pequeñas y medianas empresas británicas, y observaron que estas compañías financian el crecimiento de su activo principalmente con beneficios retenidos. En el caso de tener que recurrir a financiamiento externo, emplean deuda en mayor medida, quedando la emisión de capital en último lugar. Por tanto, llegan a la conclusión de que las pequeñas y medianas empresas financian su crecimiento siguiendo la ordenación descrita por la Teoría de la Jerarquía Financiera.

Un grave problema de las mypes en el Perú es que la mayoría son de baja productividad y competitividad, atraso tecnológico y poca capacidad para absorción de nuevas tecnologías; además del sesgo hacia el sector servicios y poca vocación exportadora.

En su mayor parte, las mypes son del tipo tradicional, es decir, basadas en servicios y producción de bienes que no incluyen mayor innovación y nuevas tecnologías. Cada año se incorporan miles de negocios nuevos en restaurantes, lavanderías, calzado u otros servicios.

No se observa la creación de mypes del tipo “transformacional”, basadas en nuevas tecnologías e innovación; que permitan un crecimiento sostenible a largo

plazo, que aseguren mayores niveles de ingreso medio y un mayor desarrollo económico social y mejor calidad de vida. Así vemos que no hay mypes en sectores que están liderando el crecimiento global: tecnología de la información, biotecnología, aparatos médicos, venta minorista en línea, medios y entretenimiento virtual, tecnología limpia, nuevos servicios financieros no bancarios, telecomunicaciones, etc.

De ahí la necesidad de que el Estado y los diferentes actores del sector privado (universidades, emprendedores, industria y los inversionistas) se enfoquen en el desarrollo de emprendimientos de alto impacto, a través de la creación de los denominados Eco Sistema Emprendedor.

Así también, Ferraro y Goldstein (2011) señalan que el racionamiento del crédito puede obstaculizar los procesos de inversión para ampliar la capacidad de producción o realizar innovaciones y, en casos más extremos, incluso puede implicar el cierre de las empresas. Además, el escaso desarrollo de las industrias de capital de riesgo o de mecanismos de financiamiento para start-up reduce la tasa de nacimiento de empresas y la posibilidad de contar con un mayor número de empresas dinámicas en la economía.

Geho y Frakes (2013), señalan que aun cuando ya termino la recesión mundial en el año 2009, en la actualidad las MYPE, siguen en una gran lucha por acceder a los capitales y financiar sus operaciones y crecimiento. Incluso cuando el crédito está disponible para pequeños negocios calificados muchos evitan la búsqueda de financiamiento por la adversidad que sienten hacia el sector financiero, limitando de este modo su crecimiento. De otro lado, la banca privada también ha limitado

el financiamiento a este sector por el alto riesgo que representa al ser más vulnerable ante la estabilidad económica, por lo que es imprescindible que el Gobierno Federal siga impulsando a este sector por medio de sus programas de fomento, hasta que pase este periodo de incertidumbre para la economía.

Sin embargo, el financiamiento es una estrategia clave para un negocio, sobre todo para los que se están iniciando. Hay cinco formas básicas de financiamiento "de arranque" que pueden ser utilizados por las pequeñas empresas propietarios y empresarios. Estos métodos básicos son (Geho y Frakes, 2013): 1) Préstamos basados en activos (Cuentas por cobrar), 2) Lease back (Vender el activo fijo y luego tomarlo en arrendamiento), 3) Los adelantos en efectivo (es un préstamo en efectivo a sola firma donde el prestamista recibe un porcentaje de los ingresos diarios el negocio, más una cuota, hasta que el total del préstamo quede liquidado), 4) Los préstamos bancarios (son préstamos que hacen los bancos con base en un proyecto del negocio, las tasas de interés suelen ser elevadas) y 5) Los préstamos peer-to-peer (es similar a los inversionistas ángeles, donde los propietarios de empresas proveen capital a empresas nuevas con base en el nivel de necesidad y la solvencia).

Monge y Rodríguez (2010) mencionan que en un inicio las empresas tenderán a financiarse con capital semilla, constituido principalmente por aportes de los socios o créditos que éstos consiguieron de familiares o intermediarios financieros al fundar sus empresas. Conforme la empresa avanza en el tiempo y madura, una fuente de financiamiento a la que podría tener acceso es el de los inversionistas ángeles. Es decir, inversionistas que están dispuestos no sólo a brindar recursos

financieros para fortalecer el desarrollo de la empresa, sino también el involucrarse personalmente con la operación de la compañía, brindando su consejo y experiencia. Muchos de estos inversionistas se constituyen en miembros de las juntas directivas de estas empresas.

Una de las principales imperfecciones del mercado de capitales que afectan a las decisiones de financiación es la asimetría de la información (Cazorla 2004). La asimetría de información consiste en que los suministradores de recursos financieros - accionistas y acreedores- tienen menos información sobre las características del proyecto a financiar y sobre las características de la empresa y del empresario.

La existencia de información asimétrica conduce a un problema de selección adversa y riesgo moral. Cuando el riesgo percibido por el prestamista es elevado este tiende a exigir mayores garantías a elevar el costo financiero, y en algunos casos, los prestamistas no siempre están dispuestos a conceder el financiamiento, denegando por lo tanto el crédito (Stiglitz y Weiss, 1981; Stiglitz, 1988). Las MYPE presentan problemas para adquirir crédito, normalmente por sus rasgos característicos; de ahí que este tipo de empresas presente una mayor limitación de crédito.

Modelo del trade –off o equilibrio equilibrio estático

Esta teoría, sugiere que la estructura financiera óptima de las empresas queda determinada por la interacción de fuerzas competitivas que presionan sobre las decisiones de financiamiento. Estas fuerzas son las ventajas impositivas del financiamiento con deuda y los costos de quiebra. Por un lado, como los intereses

pagados por el endeudamiento son generalmente deducibles de la base impositiva del impuesto sobre la renta de las empresas, la solución óptima sería contratar el máximo posible de deuda.

Sin embargo, por otro lado, cuanto más se endeuda la empresa más se incrementa la probabilidad de enfrentar problemas financieros, de los cuales el más grave es la quiebra.

Es importante comentar que la teoría del trade-off no tiene un autor específico, ya que esta teoría agrupa a todas aquellas teorías o modelos que sustentan que existe una mezcla de deuda-capital óptima, que maximiza el valor de la empresa, que se produce una vez que se equilibren los beneficios y los costos de la deuda.

La teoría del trade-off no puede explicar el porqué empresas con mucha rentabilidad financiera dentro de un mismo sector optan por financiarse con fondos propios y no usan su capacidad de deuda, o el porqué en naciones donde se han desgravado los impuestos o se reduce la tasa fiscal por deuda las empresas optan por alto endeudamiento. Por lo tanto todavía no existe un modelo que logre determinar el endeudamiento óptimo para la empresa y por ende a mejorar la rentabilidad financiera desde la óptica de la estructura financiera.

La teoría de la jerarquía financiera (Pecking Order Theory).

La teoría sobre jerarquización de la estructura de capital (Myers y Majluf, 1984) se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y

activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones.

La teoría de financiamiento de la jerarquía de preferencias (Pecking Order) toma estas ideas para su desarrollo y establece que existe un orden de elección de las fuentes de financiamiento. Según los postulados de esta teoría, lo que determina la estructura financiera de las empresas es la intención de financiar nuevas inversiones, primero internamente con fondos propios, a continuación con deuda de bajo riesgo de exposición como la bancaria, posteriormente con deuda pública en el caso que ofrezca menor su valuación que las acciones y en último lugar con nuevas acciones.

Para resumir el funcionamiento de la Teoría de la Jerarquía Financiera, Myers (1984) formula cuatro enunciados que la sustentan:

- a. Las empresas prefieren la financiación interna;
- b. La tasa de reparto de dividendos estimada se adapta a las oportunidades de inversión;
- c. Aunque la política de dividendos es fija, las fluctuaciones en la rentabilidad y las oportunidades de inversión son impredecibles, con lo cual los

flujos de caja generados internamente pueden ser mayores o menores a sus gastos de capital.

d. Si se requiere de financiación externa, la empresa emite primero los títulos más seguros (esto es, primero deuda, luego títulos híbridos como obligaciones convertibles, y recursos propios como último recurso para la obtención de fondos).

Teoría de Modigliani y Miller M &M

La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo del capital.

Esta estructura de no ser apropiada puede representar una restricción a las decisiones de inversión y por lo tanto, al crecimiento de la empresa.

Este análisis consta de dos etapas: en una primera etapa, establecen la independencia del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en una segunda etapa, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las sociedades los conducen a concluir que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de endeudamiento.

En ella participan las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital. Todas estas variables interrelacionadas permiten definir la rentabilidad financiera de la organización. La tesis de M&M se fundamenta en tres proposiciones las cuales son:

Proposición I. Explica que el valor de la empresa sólo dependerá de la capacidad generadora de renta de sus activos sin importar en absoluto de dónde han emanado los recursos financieros que los han financiado; es decir, tanto el valor total de mercado de una empresa como su costo de capital son independientes de su estructura financiera, por tanto, la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas (Brealey y Myers, 1993).

Proposición II. Explica que la rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece equitativamente a su grado de endeudamiento; es decir, el rendimiento probable que los accionistas esperan obtener de las acciones de una empresa que pertenece a una determinada clase, es función lineal de la razón de endeudamiento (Brealey y Myers, 1993).

Proposición III. Explica que la tasa de retorno de un proyecto de inversión ha de ser completamente independiente a la forma como se financie la empresa, y debe al menos ser igual a la tasa de capitalización que el mercado aplica a empresas sin apalancamiento y que pertenece a la misma clase de riesgo de la empresa inversora; es decir, la tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada (Fernández, 2003).

Según López (2014), el financiamiento posee ciertas fuentes de obtención, como son:

-Los ahorros personales: Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios.

-Los amigos y los parientes: Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero. éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

-Bancos y uniones de crédito: Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solo si usted demuestra que su solicitud está bien justificada.

-Las empresas de capital de inversión: Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio (Fazzari, 1998).

Fuentes de Financiamiento

Los ahorros personales para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios. Los amigos y los parientes: Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero, éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones. Bancos y Uniones de Crédito: Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solo si usted demuestra que su solicitud está bien justificada. Las empresas de capital de inversión: Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

Para la pequeña y mediana empresa la obtención de créditos no ha sido fácil, sin embargo se puede tener acceso a distintas fuentes de financiamiento a corto y largo plazo.

Financiamientos a corto plazo

Los Financiamientos a Corto Plazo, están conformados por: Créditos Comerciales Créditos Bancarios Pagarés Líneas de Crédito Papeles Comerciales Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar Financiamiento por medio de los Inventarios.

Crédito Comercial: Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos. Ventajas del crédito comercial Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos. Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales. Desventajas del crédito comercial Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal. Si la negociación se hace a crédito se deben cancelar tasas pasivas.

Crédito Bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. Su importancia radica en que hoy en día, es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas para obtener un financiamiento. Ventajas de un crédito bancario La flexibilidad que el banco muestre en sus condiciones, lleva a más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de

la empresa, esto genera un mejor ambiente para operar y obtener utilidades. Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital. Desventajas del crédito bancario. Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar seriamente la facilidad de operación y actuar en contra de las utilidades de la empresa. Un Crédito Bancario acarrea tasa pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

Pagaré: Es un instrumento negociable, es una incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, en donde se compromete a pagar a su presentación, en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero junto con los intereses a una tasa especificada a la orden y al portador. Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Los pagarés por lo general, llevan intereses, los cuales se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Estos instrumentos negociables se deben pagar a su vencimiento. Hay casos en los que no es posible cobrar el pagaré a su vencimiento, por lo que se requiere de acción legal. Ventajas del pagaré Se paga en efectivo. Hay alta seguridad de pago, al momento de realizar alguna operación comercial. Desventajas de los pagarés La acción legal, al momento de surgir algún incumplimiento en el pago.

Línea de Crédito: Significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano. La línea de crédito es importante, porque el banco está de acuerdo en prestarle a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro un período determinado, en el momento que lo solicite. Aunque

generalmente no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito es casi siempre respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos. Las ventajas de una línea de crédito Es un efectivo; con el que la empresa puede contar. Desventajas de una línea de crédito Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada. Este tipo de financiamiento, está reservado para los clientes más solventes del banco, y en caso de darlo, el banco puede pedir otras garantías antes de extender la línea de crédito.

La exigencia a la empresa por parte del banco para que mantenga la línea de crédito Limpia, pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

Papeles Comerciales: Esta fuente de financiamiento a corto plazo, consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes. El papel comercial como fuente de recursos a corto plazo, es menos costoso que el crédito bancario y es un complemento de los préstamos bancarios usuales. El empleo del papel comercial, es otra alternativa de financiamiento cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos de dinero apretado o cuando las necesidades de la empresa son mayores a los límites de financiamiento que ofrecen los bancos. Es muy importante señalar que el uso del papel comercial es para financiar necesidades de corto plazo, como es el capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo. Ventajas del papel comercial Es una fuente de financiamiento menos costosa que el Crédito Bancario. Sirve para

financiar necesidades a corto plazo, como el capital de trabajo. Desventajas Las emisiones de Papel Comercial no están garantizadas. Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago. La negociación por este medio, genera un costo por concepto de una tasa prima.

Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar: Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella. Ventajas Este método aporta varios beneficios, entre ellos están: Es menos costoso para la empresa. Disminuye el riesgo de incumplimiento, si la empresa decide vender las cuentas sin responsabilidad. No hay costo de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas. No hay costo del departamento de crédito. Por medio de este financiamiento, la empresa puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo. Desventajas El costo por concepto de comisión otorgado al agente. La posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

Financiamiento por medio de los Inventarios: Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir. Es importante porque permite a los directores de la empresa, usar su inventario como fuente de recursos, con esta medida y de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales como: Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fabrica, el Recibo en Custodia, la

Garantía Flotante y la Hipoteca, se pueden obtener recursos. Ventajas de este financiamiento.

Permite aprovechar una importante pieza de la empresa como es su inventario. Le da la oportunidad a la organización, de hacer más dinámica sus actividades.

Desventajas Le genera un Costo de Financiamiento al deudor. El deudor corre riesgo de perder su inventario (garantía), en caso de no poder cancelar el contrato.

Los Financiamientos a Largo Plazo, están conformados por: Hipoteca Acciones Bonos Arrendamiento Financiero Apoyos que otorga la Secretaría de Economía Microcréditos Crédito FONART Crédito Pyme Financiamiento FONDESOS.

Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. Una hipoteca no es una obligación a pagar por que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista o acreedor no cancele dicha hipoteca, ésta le será arrebatada y pasará a manos del prestatario o deudor. La finalidad de las hipotecas para el prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es el tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca, así como el obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados. Ventajas de la hipoteca Para el deudor o prestatario, esto es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación. Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida, al otorgar el préstamo. El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien. Desventajas. Al prestamista le genera una obligación ante terceros. El riesgo de que surja cierta intervención legal, debido a falta de pago.

Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece. Las acciones son importantes, ya que miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc. Ventajas Las acciones preferentes dan el empuje necesario y deseado al ingreso. Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas. Desventajas Diluye el control de los actuales accionistas. El alto el costo de emisión de acciones.

Bonos: Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas. La emisión de bonos puede ser ventajosa si sus accionistas no comparten su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos viene de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas. Ventajas de los bonos como forma de financiamiento Son fáciles de vender, ya cuestan menos. El empleo de los bonos no cambia, ni aminora el control de los actuales accionistas. Con los bonos, se mejora la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa. Desventajas La empresa debe tener mucho cuidado al momento de invertir dentro de este mercado, infórmese.

Arrendamiento Financiero: Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos

bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes. La importancia del arrendamiento radica en la flexibilidad que presta para la empresa, da posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato, de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en medio de la operación. El arrendamiento se presta por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos. Los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación. El arrendamiento puede ser para la empresa, la única forma de financiar la adquisición de activo. Otras ventajas Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella. Dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra. Desventajas Algunas empresas usan el arrendamiento como un medio para evitar las restricciones presupuestarias, sin importar si el capital se encuentra limitado. Un arrendamiento obliga a pagar una tasa por concepto de intereses. Resulta más costoso que la compra de activo.

Apoyos que otorga la Secretaría de Economía ha firmado convenios con instituciones y organismos financieros, a través de los cuales las micro, pequeñas y medianas empresas que demuestren viabilidad operativa y financiera, puedan solicitar el apoyo de un Extensionista Financiero, el cual es una persona física o moral, independiente y especializada, acreditada previamente por institución reconocida, que apoya, guía y asesora a las micro, pequeñas y medianas empresas

en el diagnóstico, gestión y seguimiento de un financiamiento. a) Capital de trabajo, b) Adquisición de activo fijo, utilizado en: c) Ambos Destinos:

Microcréditos El objetivo de las microfinanzas es potenciar la capacidad de los clientes de iniciar un pequeño negocio, o instrumentar el autoempleo. Elementos que participan en los microcréditos y su funcionamiento Microfinanzas: Significa otorgar a las familias más pobres, pequeños préstamos (microcrédito) para apoyarlos económicamente en actividades productivas (negocios-autoempleo).

Microfinancieras: Son organizaciones e instituciones, que brindan servicios financieros (ahorro y crédito) a los más pobres. Ofrecen servicios financieros sólo a sus clientes, a través de pequeñas cuentas de ahorro, individuales o grupales, y créditos que van de acuerdo a sus necesidades y a su situación económica.

Crédito Pyme: Es otra opción de financiamiento por el cual se puede obtener capital de trabajo o adquirir activo fijo para su empresa. Dentro de los beneficios que otorga esta alternativa están: Es una forma sencilla de obtener recursos para tu empresa Se puede utilizar también para obtener capital de trabajo o adquirir activo fijo Otorga condiciones preferenciales en requisitos, tasa y garantías No se necesita garantía hipotecaria, sólo basta la aceptación y la firma de un obligado solidario como fuente alternativa de pago, y que preferentemente será el principal socio accionista de la empresa o negocio solicitante.

Fuentes del Financiamiento Formal e Informal

Desde que se tuvo la necesidad de apalancarse financieramente, surgen dos formas de acceso:

Financiamiento formal: Está regulada en el Perú por la SBS, realiza declaraciones tributarias y registra información financiera de sus operaciones. Al mismo tiempo, en nuestra legislación el interés constituye el escudo fiscal en las empresas, siendo el Estado quien asuma el costo financiero, haciendo que la tasa del préstamo se reduzca. En el Perú se tiene la Banca Múltiple y el micro financiamiento.

Bancos, Cajas Municipales, Cajas Rurales, Edpymes, Cooperativas y entidades no financieras. En los últimos doce meses, el sistema financiero aumentó sus activos en S/. 40,2 mil millones alcanzando un total de S/. 341,5 mil millones. La banca mantiene su hegemonía, al sumar S/. 310,9 mil millones en activos, con una participación de 89,2% y 90,9% en los créditos y en los depósitos del sistema financiero, respectivamente (87,3% y 89,9% en marzo de 2014).

Considerando que cada día las micro empresas tienen más oportunidades de conseguir financiamiento, no solo de organismos privados, sino también de otras entidades. La variedad de oferta en el mercado hace posible que en la actualidad existan diferentes propuestas de conseguir financiamiento formal, que a continuación:

Bancos

Un banco es una institución de tipo financiero que, por un lado, administra el dinero que les deja en custodia sus clientes y, por el otro, utiliza éste para prestárselo a otros individuos o empresas aplicándoles un interés, lo que consiste en una de las variadas formas que tiene de hacer negocios e ir ampliando el dinero de sus arcas.

Cabe recalcar que ahora los Bancos son la fuente más común de financiamiento, y en la actualidad han desarrollado diversos productos dirigidos a la MYPE cuyo acceso no resulta difícil. (Pro Inversión, 2007).

Caja Rural de Ahorro y Crédito.

Una caja rural es una entidad de crédito y ahorro similar a las entidades bancarias. “Están autorizadas para captar depósitos del público, los cuales están protegidos por el Fondo Seguro de Depósitos (FSD), y para otorgar créditos dirigidos preferentemente a la mediana, pequeña y micro empresa”, sostiene la Superintendencia de Banca, Seguros y las AFP (SBS).

La principal característica de las cajas rurales son “la intermediación”, es decir, captan depósitos para luego financiar con ellos los proyectos o negocios de la mediana, pequeña y micro empresa.

Estas cajas ofrecen todos los productos de ahorros, con excepción de las cuentas corrientes, y cualquier modalidad de préstamo.

Elegir ahorrar o solicitar un préstamo en ellas dependerá de las preferencias personales de cada uno en cuanto al costo de la tasa de interés, el número de oficinas, la calidad de la atención, etc. Las precauciones que deben tener son las mismas que para cualquier otra entidad.

Con el boom del emprendimiento en nuestro país, solicitar un préstamo o guardar ahorros en las cajas rurales ha tomado gran relevancia, sobre todo en provincia.

Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa

EDPYME son las siglas de Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa que son entidades o empresas orientadas a satisfacer la demanda de servicios crediticios.

La Superintendencia de Banca y Seguros del Perú - (SBS) expresa en la Resolución N°847-94 que las EDPYMEs tienen por objeto otorgar financiamiento a personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades calificadas como de pequeña y microempresa, utilizando para ello su propio capital y los recursos que provengan de donaciones. Las Edpymes surgieron para promover la conversión de Organizaciones no Gubernamentales – (ONG) en entidades reguladas.

Cooperativas de Ahorro y Crédito

Las cooperativas de ahorro y crédito (COOPAC) son empresas de propiedad conjunta, autónomas frente al Estado democráticamente administradas. Se constituyen en forma libre y voluntaria, por medio de la asociación de personas, con la finalidad de atender las necesidades financieras, sociales y culturales de sus miembros.

Las cooperativas fomentan el ahorro en sus diversas modalidades, además de brindar otros servicios financieros a sus socios. Son una verdadera opción de apoyo mutuo y solidario frente a la crisis, porque agrupan a personas comunes que están al margen del sistema financiero tradicional. Los socios forman un fondo común destinado a otorgar créditos que alivien sus necesidades urgentes o de inversión.

El carácter solidario de las cooperativas de ahorro y crédito, contrapuesto al fin lucrativo de las entidades bancarias, determina que gran cantidad de personas opten por sus servicios.

Caja Municipal de Ahorro y Credito.

Una caja de ahorros es una entidad de crédito similar a un banco. En general, los bancos son sociedades anónimas, al igual que las cajas de ahorro cuyo objetivo es captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y micro empresas. Adicionalmente, realizan operaciones dentro de la legislación vigente, emitidas para las empresas del sistema financiero. En el Perú existen cajas municipales, rurales y metropolitanas (en Lima). Sin embargo, todas estas instituciones están normadas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) y tienen la misma protección de ahorros que cualquier banco, ya que son miembros del Fondo de Seguro de Depósitos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 145° de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros.

Tipos de Crédito

No todos los créditos son iguales, existen tipos de Crédito distintos y acordes a las distintas necesidades de cada persona o empresa. El SBS reconoce 8 tipos de crédito en el Perú.

-Créditos corporativos: Estos créditos son otorgados a personas jurídicas que tengan ventas de al menos s/. 200 millones al año. Es necesario que esa cifra sea real al menos en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

-Créditos a grandes empresas: Estos créditos se otorgan a personas jurídicas con ventas anuales mayores a s/. 20 mil pero menores a s/. 200 millones en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

-Créditos a medianas empresas: Este tipo de créditos se otorga a personas jurídicas que tengan un endeudamiento de al menos s/. 300 mil en el Sistema Financiero en los últimos seis meses y que no cumplen con las características para ubicarse entre los corporativos y las grandes empresas. Asimismo, este crédito se otorga a las personas naturales con deudas que no sean hipotecarias mayores a s/.300 mil en el SF en los últimos seis meses siempre y cuando parte de este crédito este destinado a pequeñas empresas o microempresas.

-Créditos a pequeñas empresas: Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de prestación de servicios, comercialización o producción, cuyo endeudamiento en el SF sea de al menos s/. 20 mil y menor a s/. 300 mil en los últimos seis meses.

-Créditos a microempresas: Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de iguales a los de las pequeñas empresas, salvo que en este caso el endeudamiento en el SF debe ser menor de s/. 20 mil.

-Créditos de consumo revolvente: Este tipo de crédito se otorga a las personas naturales con la finalidad de pagar servicios, bienes o deudas no empresariales.

El crédito revolvente se refiere a que estos créditos pueden ser pagados por un monto inferior al de la factura, acumulándose la diferencia (a la que se le aplica la tasa de interés correspondiente) para posteriores facturas.

-Créditos de consumo no revolvente: Es, igual, un crédito que se otorga a personas naturales para fines distintos de la actividad empresarial. La diferencia está en que en este caso el crédito se debe pagar por el mismo monto facturado y no de manera diferida.

-Créditos hipotecarios: Estos créditos se otorgan a personas naturales para la compra, construcción, reparación, remodelación, ampliación, etc., de vivienda propia siempre y cuando esos créditos se amparen en hipotecas inscritas.

Financiamiento informal: Se tienen diversas formas de financiarse informalmente, en el sector artesanal las más recurridas son a través de prestamistas, familia y amigos, los sistemas de pandero o juntas (fondos colectivos) y casas de empeño (también conocidas como préstamos pignoratícios).

El crédito formal está sometido por las regulaciones del SBS y las condiciones del mercado. Por el contrario, en el caso del crédito informal, los límites lo impone las mismas dificultades e imperfecciones de los mercados asociados (crédito formal, bienes)

Agiotistas o prestamistas profesionales.

Se denomina agiotista a un prestamista de dinero que ofrece créditos rápidos con tasas de interés que están muy por encima de la tasa que cobran otras entidades del mercado. En muchos aspectos los créditos rápidos otorgados por agiotistas se asemejan a los préstamos ofrecidos por casas de empeño. De hecho muchos agiotistas buscan operar como casas de empeño, mientras que la gran mayoría lo hace ilegalmente, aplicando tasas de interés muy elevadas y evitando el pago de impuestos.

Juntas.

Son mecanismos que incluyen la movilización de ahorros y el otorgamiento de créditos. En esta modalidad, existe un grupo en el cual el nivel de conocimiento y/o las relaciones sociales suelen ser muy fuertes, se acuerda ahorrar una cierta cantidad de dinero en un plazo dado, luego del cual el dinero es prestado a uno de los integrantes. El crédito termina cuando todos los miembros reciben el crédito (Von Pische, 1992) citado por (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Comerciantes.

Son quizá la fuente más extendida de créditos informales. Entre ellos destacan las tiendas o bodegas locales, los compradores de productos finales y los proveedores de insumos. Muchas veces estos préstamos se dan bajo la modalidad de contratos interrelacionados.(Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Ahorros personales

El ahorro es la acción de separar una parte del ingreso mensual que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para un futuro, se puede utilizar para algún gasto importante que se tenga o algún imprevisto (emergencia). Existen diferentes formas de ahorrar así como diversos instrumentos financieros destinados para incrementar el ahorro que se pretende realizar.

La renta, el consumo y el ahorro están estrechamente relacionados entre sí. Más concretamente, el ahorro personal es la parte de la renta disponible que no se consume; el ahorro es igual a la renta menos el consumo.

La renta personal está formada por los salarios, los intereses, los alquileres, los dividendos, las transferencias, etc. La tasa de ahorro personal es igual al ahorro personal en porcentaje de la renta disponible.

Los estudios económicos han mostrado que la renta es el principal determinante del consumo y del ahorro. Los ricos ahorran más que los pobres, tanto en términos absolutos como en términos porcentuales. Las personas muy pobres no pueden ahorrar nada; más bien, si tienen alguna riqueza o pueden pedir préstamos, tienden a desahorrar. Es decir, tienden a gastar más de lo que ganan, reduciendo así el ahorro acumulado o endeudándose más.

El punto de nivelación en el que el hogar representativo ni ahorra ni desahorra, sino que consume toda su renta. Endeudándose más.

2.2.2 Teorías de la capacitación

Bateson nos recuerda que no solamente aprendemos hábitos sino que aprendemos a aprender ciertos hábitos y que éstos aprendizajes sobreviven en algunos contextos y no en otros.

Schôn nos recuerda que todo hacer está basado en una teoría de la acción, una teoría elegida que verbalizamos y una en uso que es la que se infiere de observar nuestros actos.

El buen ejercicio de la capacitación partirá de observación de las conductas reales, reconocimiento de consecuencias no deseadas y a partir de la sorpresa irá

al análisis de los contextos en que esas conductas fueron aprendidas para volver luego a la acción ensayando nuevas prácticas.

Una acepción de Competencias designa a las capacidades de las org. que resultan estables para el negocio. Término colectivo. Competencia clave es aquella poco común, valiosa para clientes, difícil de asimilar y arraigada al contexto organizativo. No cualquier competencia es clave.

La segunda acepción, alude a capacidades individuales de las personas. Relacionada con una capacidad superior, cuando podemos hacer algo mayor que los demás. La que nos emparenta con los valores y modelos mentales, la que lo liga a conocimientos y habilidades vinculadas con el trabajo, la que lo relaciona con habilidades propias de tareas no rutinarias.

Así mismo, he buscado la definición de capacitación en un diccionario y en Internet:

- Enciclopedia Británica

"Capacitación: acción por la que se adquiere aptitud y habilidad para realizar algo."

- Internet

"Capacitación: Adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos del colaborador. Es la preparación teórica que se les da al personal

(nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia."

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, permitiendo a su vez que la misma se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización. Proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto. De esta manera, también resulta ser una importante herramienta motivadora.

Se puede definir a la capacitación, como la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en el desempeño de una actividad. La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan (Tapaco, 2010).

Por otro lado, la capacitación es un proceso que lleva a mejorar continuamente las actividades laborales, con el fin de implantar mejores formas de trabajo. Ésta es una actividad sistemática, planificada y permanente, cuyo propósito general es: preparar desarrollar e integrar al recurso humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores. En este sentido, la capacitación va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador, para que éste

se desempeñe eficientemente en las funciones a él asignadas. Producir resultados de calidad, dar excelente servicio a los clientes, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización.

Por medio de la capacitación el perfil del trabajador se adecua al perfil de conocimientos, habilidades y actitudes requerido en un puesto de trabajo. La capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último implica una transmisión de conocimientos que hacen apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria (Obed, 2010).

¿Por qué capacitar?

"En cualquier institución importante, sea empresa, organismo estatal o cualquier otra, la capacitación y desarrollo de su potencial humano es una tarea a la cual los mejores dirigentes han de dedicar enorme tiempo y atención" Peter Drucker.

Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual. Y con esto me refiero a que vivimos en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso debemos estar siempre actualizados. Por lo tanto las empresas se ven obligadas a encontrar e instrumentar mecanismos que les garanticen resultados exitosos en este dinámico entorno.

Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su recurso máspreciado (su personal) debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitando permanentemente.

Las personas son esenciales para la organización y ahora más que nunca, su importancia estratégica está en aumento, ya que todas las organizaciones compiten a través de su personal. El éxito de una organización depende cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus trabajadores. Cuando el talento de los empleados es valioso, raro y difícil de imitar y sobre todo organizado, una empresa puede alcanzar ventajas competitivas que se apoyan en las personas.

Por esto la razón fundamental de por qué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo. Porque las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias. Y para esto no existe mejor medio que la capacitación, que también ayuda a alcanzar altos niveles de motivaciones, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de la organización. No debemos olvidarnos que otro motivo importante del por qué capacitar al personal, son los retos mencionados anteriormente.

Algunos motivos concretos por los cuales se emprenden programas de capacitación son: incorporación de una tarea, cambio en la forma de realizar una tarea y discrepancia en los resultados esperados de una tarea (esto puede ser

atribuido a una falla en los conocimientos o habilidades para ejercer la tarea). Como así también ingreso de nuevos empleados a la empresa.

“En la actualidad la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos” (virtual, 2013).

Instituto de Administración Estratégica para el Desarrollo A.C. (2013)

Invertir en capacitación le permitirá contar con empleados profesionales capaces de enfrentar desafíos y adversidades que pongan en peligro la estabilidad de su empresa, a través de la creatividad y el optimismo; podrán superar lo inesperado, podrán reinventar continuamente los modelos y las estrategias de negocios, para ponerse rápidamente a la altura de las circunstancias con el objetivo permanente de crecer y desarrollarse sin importar el escenario, y por supuesto, algo de suma importancia, aventajar a la competencia. Por lo anterior, es importante que considere dentro de su empresa o negocio contar con alguien, incluso usted mismo, que se encargue de la capacitación a los empleados con la finalidad de generar el continuo mejoramiento de los procesos dentro de la empresa. La capacitación es un proceso, que consiste en proporcionar a los empleados los conocimientos necesarios para que desarrollen las habilidades y técnicas que les permitan desempeñar su trabajo; permite transmitir a los nuevos empleados el conocimiento básico sobre el funcionamiento de la empresa para que puedan adaptarse y crecer profesionalmente dentro de la empresa; asimismo,

los empleados que tienen mayor tiempo trabajando en su empresa, necesitan de la capacitación para realizar su trabajo, perfeccionarlo y garantizar un buen desempeño laboral.

La teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta

El modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros de Becker. El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo - en el que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación. Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida, específicamente a partir de cierta edad mínima como los 18 años. Existe un perfil de ingresos, sin capacitación, que se inicia en un nivel bajo pero que va creciendo a lo largo de la vida gracias a ganancias en experiencia. Este perfil es comparado con otro perfil, el cual tiene un periodo de capacitación, durante el cual los ingresos son negativos (se realiza la inversión).

2.2.3 Teorías de las MYPE

Una Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En la actualidad las Micro y Pequeña Empresas (MYPE) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan

con un 40 % al PBI, y con un 80% de la oferta laboral sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo el desarrollo, de dichas empresas se encuentran estancados, principalmente por la falta un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de estas empresas y motiven el crecimiento.

Comprende a cualquier forma asociativa o societaria prevista en la Ley, incluidas las cooperativas y otras formas autogestionarias. Tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La Ley excluya a las MYPE que desarrollan al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines, y por definición a las asociaciones, fundaciones y comité. Base Legal: Ley artículo 4 y 3DCF; Reglamento artículo. 5 y glosario; Código Civil (Ley N° 30056).

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Las micro, pequeñas y medianas empresas, deben de ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus ventas anuales.

Micro Empresas: Mype

- Desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores.
- Con ventas anuales hasta un máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: Pyme

- Desde 1 trabajador hasta 20 trabajadores.
- Ventas anuales superiores a 150 unidades impositivas tributarias (UIT) y hasta el monto máximo de 1700 (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 (UIT) y hasta el monto máximo de 2300 UIT (Art. 11° de la ley N° 30056).

Considerando la unidad impositiva tributaria de S/. 3,850.00 (Decreto supremo N° 374 – 2014 – EF).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por el decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y por el Ministerio de la Producción cada 02 años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de políticas públicas de promoción y formalización del sector (El Peruano, 2013).

Importancia de las Mypes:

En el ámbito mundial las MYPE se han desarrollado, a partir de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, años en los cuales las MYPE fueron consideradas como una gran distorsión en el modelo de desarrollo y crecimiento económico, que en esos años sólo se identificaba con la gran empresa y la concentración de capital.

Sin embargo, a partir de la crisis económica de los años setenta y ante las dificultades por las que atravesaba el modelo de la gran empresa fordista, se reconsidero la importancia de las MYPE, resaltando su potencial para la creación de empleos, su dinamismo innovador, su flexibilidad, capacidad de adaptación a

los cambios, así como su contribución al mantenimiento de la estabilidad socio-económica.

Ahora bien en el Perú las MYPE hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país.

En la actualidad las MYPE representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPE brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú.

Crecimiento de la Mype en el Perú:

El futuro de la MYPE es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tienen baja productividad, es decir, el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar. Esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento lo que se debe también a los siguientes factores.

Los empresarios buscan reducir sus costos para aumentar sus ganancias y para lograr esto recurren a la sub contratación, es decir:

Emplean personal remunerándolos por debajo del sueldo mínimo por largas jornadas de trabajo y sin los beneficios que estipulan las leyes laborales.

Según un estudio realizado por el gobierno regional del departamento de San Martín, existe falta de continuidad en la demanda, lo que afecta al plan de producción de productos y de ventas. Es que las ventas de la MYPE son, por lo general, por periodos cíclicos y muchas de sus operaciones son al crédito.

La competencia también detiene el crecimiento de la MYPE ya que en el Perú lamentablemente se le considera a los productos importados como de mejor calidad solo por el hecho de ser extranjeros y se le da mínima importancia al producto peruano, aunque se realizan diversas campañas para apoyar a lo compatriotas emprendedores.

La falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los empresarios no piden préstamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al aumento de costos.

Lo único que podría lograr que la MYPE tenga un futuro crecimiento sería lograr que los micro y pequeños empresarios informales tomen conciencia de los beneficios que le traería la formalidad y además que se estimule a las empresas a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación del mercado, se sabe que es un riesgo, pero si no se intenta nunca se va a lograr el desarrollo esperado por todos.

El Estado debe tomar un rol protagónico en la búsqueda del crecimiento, se debe buscar la modernización tecnológica al alcance de la MYPE para aumentar la productividad, rentabilidad y la integración comercial.

Las Mype como Motor del Desarrollo:

Movimiento Manuela Ramos.(2014). El año 2014 fue un año de logros y desafíos en mayo culminó el proyecto “Acceso y Mejora de Ingresos Económicos de Mujeres Artesanas Quechuas y Aymaras en Puno” financiado por la Comisión Europea. Es por ello que desde junio hasta fines de setiembre se asumió el desafío por la auto-sostenibilidad. En setiembre se dio inicio al proyecto “Consolidando los Emprendimientos Económicos de las Artesanas Tejedoras Aymaras y Quechuas de la Región de Puno, Perú”, financiado por la fundación española La Caixa. Estos proyectos se realizan en colaboración con nuestra social española Economistas sin Fronteras de Madrid.

MYPE ARTESANIAS

Concepto de Artesanías:

Se denomina artesanía tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos (una persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial.

En oposición a las producciones industriales o en serie, una artesanía se define como un trabajo minucioso y detallista donde cada objeto es único y debe recibir una atención especial. Para llevar a cabo este trabajo los artesanos ponen en práctica diversas técnicas manuales aprendidas y desarrolladas a lo largo del tiempo.

Dentro del bagaje cultural de un pueblo y de su cultura tradicional las artesanías ocupan un lugar importante. Tal es así que los orígenes de este tipo de trabajo manual se remontan a épocas previas al surgimiento de la era industrial. Hace miles de años ya existían las artesanías y eran desarrolladas con diversos materiales. En cada lugar, teniendo en cuenta las posibilidades del entorno variaban el tipo de artesanías que se fabricaban: de acuerdo a la materia prima que cada espacio le ofreciera.

Es importante señalar que la artesanía puede tener un fin estético (por ejemplo, un cuadro decorativo), ritual (una máscara) o funcional (una vasija para poner agua). En este punto se diferencia rotundamente del trabajo industrial ya que en la creación de cada objeto se persigue la combinación del diseño y el arte.

Tipos de artesanías

Artesanía Tradicional: para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

Artesanía Autóctona Aborigen: es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

Artesanía de Proyección Aborigen: como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

Artesanía Típica Folclórica: es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

Artesanía Urbana: son aquellas que utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura.

Artesanía Suntuaria: como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza.

Características de un Producto Artesanal.

- La originalidad del diseño: cada pieza debe ser particular del artesano y la misma debe identificarlo.
- El artesano debe tener oficio, que es la habilidad para manejar las herramientas y los materiales de su rubro en particular.
- Debe tener una producción no repetitiva, las series deben de ser pequeñas y personales.

- Debe transformar el material que labora en objeto de su creación partiendo de materias primas naturales o producto de la industria.

- Cada pieza debe ser funcional, y ser útil al fin y/o función para la cual ha sido creada.

Clasificación de la Artesanía

Artesanía Artística.- Es la que está destinada a la elaboración de productos estéticos y la obra puede ser contemplada por todos los lados y éstos productos son piezas únicas y son de colección.

Artesanía Utilitaria.- Es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios con vajillas, etc.

Artesanía Artística Utilitaria.- Son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

Materiales más Utilizados por los artesanos:

- ★ Lana
- ★ Algodón
- ★ Cuero
- ★ Madera
- ★ Rocas
- ★ Plumas
- ★ Flores
- ★ Huesos
- ★ Caparazones de animales

★ Metales

★ Vidrio

Las creaciones de un artesano pueden parecerse entre sí pero jamás habrá dos iguales, es por eso que son tan especiales. El precio de las artesanías depende de cada productor y de la competencia. Sin embargo se cree que los productos artesanales es mayor al de los productos industriales.

Cada artesano elegirá la forma de vender sus artesanías, pero por lo general es el artesano el que los distribuye y comercializa.

La artesanía como identidad cultural

Las artesanías de una zona forman parte de la identidad cultural porque refleja los valores estéticos, las creencias, los relatos del pueblo y los materiales que la naturaleza brinda.

En grabados, tejidos y pinturas podemos ver representaciones gráficas de los miedos, religión, aspiraciones y tradiciones de la cultura a la que el artesano pertenece. Las artesanías reproducen y preservan los valores culturales.

Esto se opone a los productos industriales que son fabricados en masa y se distribuyen de punta a punta del planeta. En las artesanías podemos encontrar decoración de símbolos, deidades, historias, colores y animales: son infinitas las posibilidades. Esto es imposible de ver en los frutos de la industria.

Los productos son diseñados por ingenieros o diseñadores que eligen producciones universalmente aceptadas para asegurar sus ventas en cualquier lugar.

Artesanía Cusqueña.

En el Cusco son importantes las tradiciones de Almendra, la andina y la colonial, el arte popular cusqueño es de indudable calidad, sobre todo en manifestaciones como la imaginería, la textilería, la platería y la cerámica.

La imaginería es una actividad que ha dado fama internacional a los artesanos cusqueños. Las vírgenes, santos, niños "Manuelitos", ángeles y Cristos que salen de las manos de los artistas populares están por lo general hechos de maguey, madera, tela encolada y yeso, basándose en técnicas que se han transmitido de generación en generación durante varios siglos.

San Blas es el barrio que concentra a los imagineros más renombrados, quienes continúan una tradición que se remonta por lo menos al siglo XIX. Artesanos afincados en el barrio, efectivamente, esculpían por encargo muchas de las imágenes que hasta ahora son veneradas en las iglesias de todo el departamento. Además, según cuentan los sambleños de pura cepa, estos artesanos también fabricaban diversos juguetes que se comercializaban en el Santurantikuy, la feria navideña que cada 24 de diciembre se realiza en la plaza de armas de la ciudad. Su especialidad eran, sobre todo, pequeñas imágenes de los santos que desfilan en la tradicional fiesta del Corpus Christi.

La textilería más original y de mejor calidad está refugiada en el mundo rural, en provincias como las de Calca y Urubambao en otras aún más apartadas de la capital departamental.

Utilizando como materia prima la lana de alpaca u oveja teñida casi siempre con tintes vegetales, las diestras tejedoras cusqueñas crean sofisticados diseños

basados en los pallaes, ornamentos con gran variedad de motivos zoomorfos, fitomorfos y antropomorfos. Los telares se remontan muchas veces a la tradición prehispánica y suelen estar atados a la cintura de la tejedora. Las prendas que usualmente fabrican sonchumpis o fajas, ponchos, chullos, llicllas (chaes) y queperinas, esas telas que las mujeres usan para cargar a sus criaturas o diversos productos. Las ferias dominicales de Pisac y Chinchero son los lugares más apropiados para comprar tejidos de calidad, aunque también se pueden conseguir en algunas tiendas de la ciudad del Cusco.

Los plateros cusqueños son diestros en la fabricación de joyas, objetos para el culto religioso y diversos objetos utilitarios, producción toda que se diferencia ventajosamente de la fabricada en serie mediante el vaciado en moldes y el estampado porque está hecha a mano, pieza por pieza, y muchas veces utilizando técnicas que se remontan a la tradición prehispánica, como el repujado y el martillado.

Utilizando moldes bocetados en barro que es mezclado con pelos de lana de alpaca y de cuy, estos artesanos continúan también produciendo objetos de uso muy difundido entre los antiguos peruanos, como los tupus, esos alfileres que tienen una cabeza ricamente ornamentada con motivos zoomorfos y fitomorfos.

El pueblo de San Pablo, en la provincia de Quispicanchis, se especializa desde hace siglos en el trabajo de la plata y el bronce. Con destino a los mercados turísticos, los sampableños fabrican llamitas, idolillos y campanitas de bronce. También producen objetos de plata, como cubiertos, teteras, espuelas y otros. Originario de San Pablo es el más afamado orfebre cusqueño, Gregorio

Cachi. Destacados joyeros son, asimismo, los Ormachea, de cuyas manos han salido muchas de las alhajas que lucen las imágenes de las vírgenes cusqueñas en la tradicional procesión del Corpus Christi.

La cerámica cusqueña está sufriendo notorias transformaciones en las últimas décadas, seguramente bajo el influjo de la demanda turística. Las comunidades de Raqchi en Canchis, y Cuyo Grande y Cuyo Chico cerca de Písac, son el asiento de la producción tradicional, especializada sobre todo en objetos utilitarios, pero también en algunos muy peculiares que tienen demanda entre los turistas, como las salamandras de raqchi, vasijas en forma de botella coronadas con un adorno de motivos zoomorfos, y las ocarinas de Cuyo Grande y Cuyo Chico.

Los Ruiz Caro son los iniciadores de dos líneas que han granjeado fama a la cerámica cusqueña: la de vajilla con decoración al estilo incaico y, sobre todo, la de las chakiras, esas cuentas de collar que se han convertido en el principal producto de exportación de los artesanos locales. Son numerosos asimismo, los artistas populares cusqueños que se dedican a la cerámica escultórica, produciendo sea réplicas de iglesias, de casonas coloniales y, en general, de los rincones más típicos de la ciudad, o también imágenes costumbristas.

Entre los ceramistas más innovadores por último, destacan Pablo Seminario y Julio Gutiérrez. Seminario quien tras largos años de investigación de las técnicas y diseños precolombinos está elaborando, en su taller de Urubamba, objetos con un estilo muy personal que, sin embargo, deja traducir muy bien sus fuentes de inspiración. Botellones, cuadros y murales utilizando placas de cerámica,

pantallas para lámparas y otros objetos conforman la línea artística de Seminario, quien tampoco desdeña la cerámica utilitaria, como vajillas y floreros.

El Ing. Julio A. Gutiérrez Samanez (Kutiry), artista ganador del Premio Internacional Tenerife en Islas Canarias España 2006, investigó la Cerámica cusqueña de tipo colonial y fundó una escuela taller (calle Inca 357, Santiago, Cusco) Donde posee una galería de arte y dicta clases a turistas y nacionales; es consultor en temas tecnológicos y constructor de equipos de producción cerámica. Ceramistas importantes son: El maestro Sabino Tupa Llavilla, ganador del premio IntiRaymi, el prof. Miguel Coila, Julian Ventura Cárdenas , Luis Soler, excelente artista ceramista radicado en Ollantaytambo, Gonzalo Rodríguez, maestro alfarero de la comunidad de Raqchi, en Canchis, María Antonieta Mérida, hija del maestro Edilberto Mérida y actual embajadora de la cultura.

Barrio San Blas o de los artesanos en Cusco a tan solo 4 cuadras de la Plaza de Armas se encuentra el tradicional barrio de San Blas, con sus calles angostas y empedradas, sus grandes casonas blancas que albergan numerosos talleres y tiendas de renombrados artistas populares.

Sus residentes son gente amable que muestran con orgullo como en San Blas han nacido variadas manifestaciones de arte como imaginería, orfebrería, cerámica y talla de madera y piedra.

También llamado el balcón de Cusco, es un lugar mágico en el que en su recorrido diurno o nocturno se puede adentrar en la bohemia cusqueña.

Se cuenta que este barrio fue desde sus inicios ocupado por antiguos artesanos de la época Inka. Los llamados Mitimaes, llegaron a ese lugar enclavado en el cerro Toqacachi, con el propósito de enseñar su arte a los artesanos del lugar.

Uno de los mejores momentos para ir a San Blas es la Feria de los Sábados, en la que se podrá admirar una extraordinaria muestra de arte y artesanía, música y muestra gastronómica local.

El arte popular cusqueño.

El arte popular cusqueño es el resultado del encuentro de dos mundos, de la fusión de la ancestral cosmovisión andina con la visión europea del mundo de los siglos XIV y XV. Pero al valor de este resultado sincrético se le suma la calidad, la técnica, la notable destreza propia de sus artesanos, en cualquiera de sus expresiones: textilería, cerámica e imaginería, así como en la platería y la cerería. No hay sitio arqueológico, ni pueblo donde no se ofrezcan hermosas piezas de artesanía. Casi en cualquier lugar céntrico de la ciudad del Cusco se pueden encontrar tiendas o vendedores ambulantes que las ofrecen, como en los portales de la Plaza de Armas, por ejemplo.

Pero, también hay talleres de famosos artesanos reunidos tradicionalmente en el barrio de San Blas. Allí se producen las famosas esculturas de santos, Vírgenes, arcángeles y Santiagos con cuellos alargados, confeccionadas con pasta de harina de trigo, arroz y yeso por la familia Mendívil, consideradas verdaderas piezas de colección.

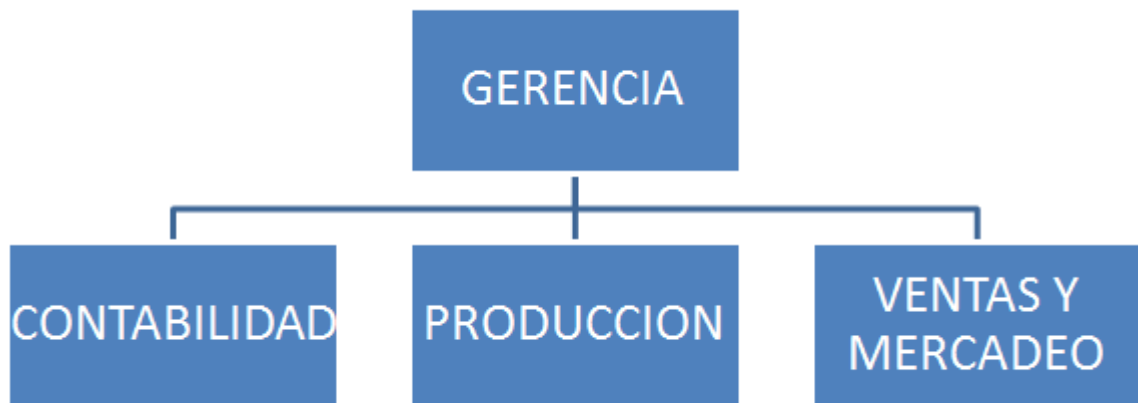
Igualmente, destacan las prendas de lana de alpaca, llama y oveja, así como los sombreros de fieltro. También se puede encontrar hermosos trabajos de plata,

con motivos incaicos y coloniales, cerámica diversa, instrumentos musicales como queñas, zampoñas y charangos. Uno también puede encontrar espejos con marcos de yeso y pan de oro, así como pinturas con motivos regionales.

Con su compra el turista no sólo se llevará un objeto de arte, sino también, un fragmento de la creatividad y la magia milenaria de este pueblo.

La oferta artesanal en Cusco es diversa, se encuentran tejidos, imágenes, piezas de cerámica, joyas en plata con motivos andinos, tallas, entre otros objetos. Sin duda uno de los barrios más importantes por su tradición artesanal es San Blas, allí se pueden visitar los talleres de maestros como los Mendívil, Edilberto Mérida, Antonio Olave y Gregorio Béjar. La riqueza y variedad de imágenes abarca Reyes Magos, Vírgenes, Niños Manuelitos, Arcángeles, entre muchas otras piezas.

ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA DE ARTESANIAS



Claves para el éxito de una empresa de artesanías:

- Buscar un lugar idóneo.
- Escoger sitios turísticos donde haya mucha afluencia.
- Contar con personal calificado, motivado, y con buen trato a los clientes.
- Cumplir con la producción solicitada en el momento oportuno.
- Garantizar y asegurar la calidad del producto y los insumos entregando un producto que satisfaga a los clientes.
- Crear una marca que permita identificar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Definición de financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse (financiamiento, 2011).

¿Que es el financiamiento?

Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular.

2.3.2. Definición de capacitación

La capacitación es el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia. Se requiere la existencia de un potencial que se trata de transformar en acto.

¿Que es capacitación?

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

2.3.3. Definición de micro y pequeñas empresas

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las Mype

Micro empresa: MYPE

- Desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores.
- Con ventas anuales hasta un máximo de 150 UIT (480,000.00 nuevos soles).

Pequeña empresa: PYME

- Desde 1 trabajador hasta 20 trabajadores.
- Ventas anuales a partir de 150 UIT hasta 850 UIT (2'720,000.00 nuevos soles).

Clasificación de la microempresa

Jesús Aguilar (1994) considera tres tipos de microempresa:

- Microempresas de sobre vivencia
- Microempresas de subsistencia
- Microempresas en crecimiento.

III. METODOLOGIA:

3.1.Diseño de la investigación.

En la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental - descriptivo



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables: Financiamiento, capacitación.

No experimental

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables en estudio, observando el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

Tipo

Cuasi – Experimental

Nivel

Cuantitativo

3.1.1 Descriptivo

Porque el propósito de la investigación fue describir las características de las variables de estudio.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo constituida por 15 MYPE dedicadas al sector comercio – rubro artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco - periodo 2015, las mismas que se encuentran ubicadas Casqaparo s/n a 8 minutos de la plaza de armas del mismo distrito.

3.2.2 Muestra

Dado de que la población en estudio es el 100%, para el recojo de la información; por lo tanto la muestra fue poblacional.

3.2.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable Complementaria	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios de las MYPE	Son algunas características de los propietarios de las MYPE	Edad	Razón Años
		Sexo	Nominal: Masculino: Femenino
		Grado de instrucción	Nominal Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad
Variable Complementaria	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
		Giro del	Nominal:

Perfil de las MYPE	Son algunas características de las MYPE	negocio de las MYPE	Especificar:
		Antigüedad de las MYPE	Razón: Un año Dos años: Tres años Más de tres años
		Formalidad de las MYPE	Formal: Informal:
		Número de Trabajadores	Permanentes Eventuales
		Capital de Trabajo	Sociedad Individual Familiar Otro

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las MYPE	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las MYPE	Solicitó crédito	Nominal: Si
		Recibió crédito	Nominal: Si
		Monto del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Monto del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el monto
		Entidad a la que solicitó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el crédito	Cuantitativa: Especificar la la tasa
		Crédito oportuno	Nominal: Si

		Crédito inoportuno	Nominal: Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si No Si No
		Cre que el financiamiento mejora la renta- bilidad de su empresa	Nominal: Si No
Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en las MYPE	Son algunas características relacionadas a la capacitación del personal en las MYPE	Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Si No
		Número de veces que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres

		Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si
		Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Considera la capacitación como una inversión	Nominal: Si No
		Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No

3.3 Técnicas e instrumentos.

3.3.1. Técnicas

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la encuesta.

3.3.2. Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado de 23 preguntas cerradas en función de los objetivos específicos de la investigación y la operacionalización de las variables.

3.4 Plan de análisis

Los datos de las encuestas se transformaron en una data, la misma que aplicando el programa Excel se obtuvo las tablas y gráficos correspondientes a las preguntas planteadas, luego dichos resultados se analizaron tomando en cuenta los antecedentes y las bases teóricas de la investigación.

IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Resultados

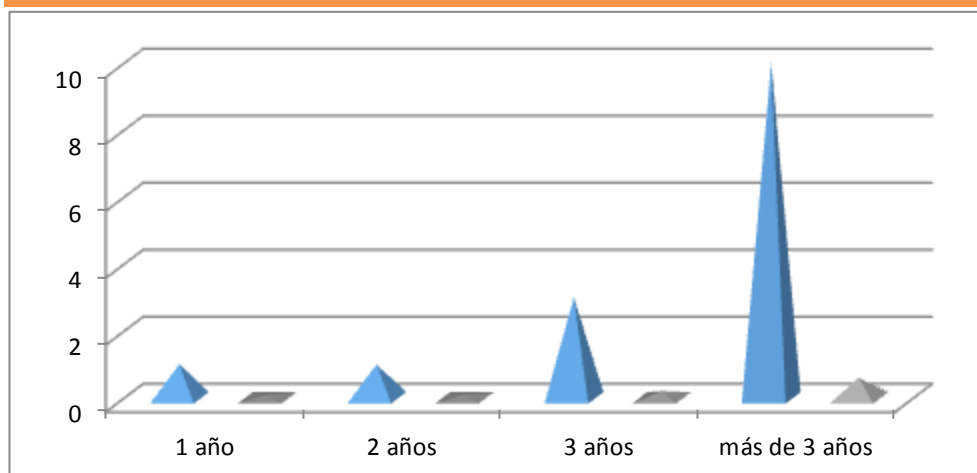
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1: describir las principales características de las mype de ámbito de estudio.

Tabla de resultados

TABLA N° 06		
¿HACE CUANTO TIEMPO SE DEDICA AL SECTOR Y RUBRO EMPRESARIAL?		
Tiempo	N°	Porcentaje %
1 año	1	10%
2 años	1	10%
3 años	3	20%
más de 3 años	10	60%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 06
¿HACE CUÁNTO TIEMPO SE DEDICA AL SECTOR Y RUBRO EMPRESARIAL?



Fuente: Tabla N° 06

En la tabla y Gráfico 06 se observa que, el 60% se dedica al sector y rubro empresarial más de 3 años por lo que son considerados estables.

TABLA N° 07		
ACTIVIDAD O RUBRO A LA QUE SE DEDICA LA EMPRESA		
Rubro	N°	Porcentaje%
Fabricación de artesanías	0	0%
venta de artesanías	15	100%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015.



TABLA N° 08

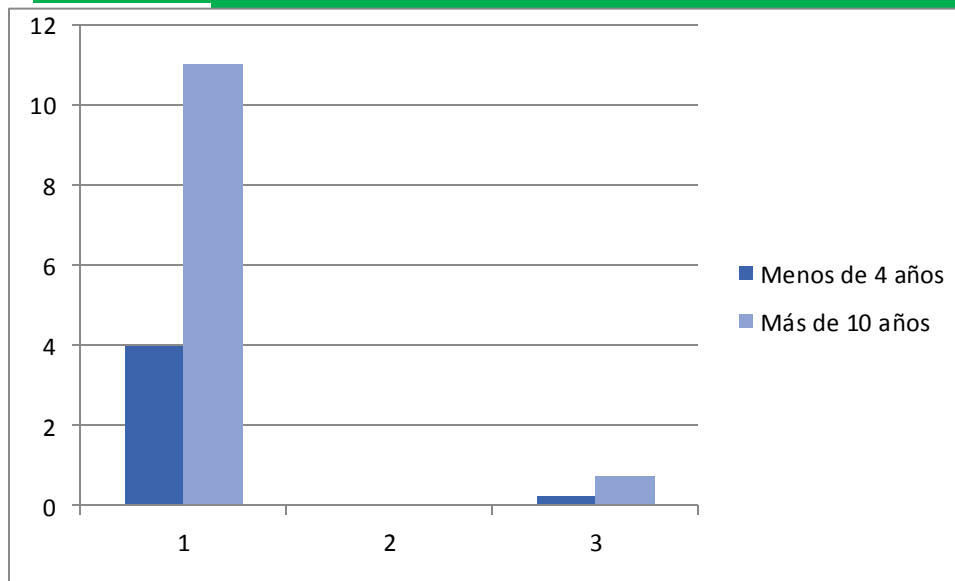
**AÑOS DE PERMANENCIA DE
ACTIVIDAD Y RUBRO**

Años	N°	Porcentaje %
Menos de 4 años	4	25%
Más de 10 años	11	75%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N°08

AÑOS DE PERMANENCIA DE ACTIVIDAD Y RUBRO



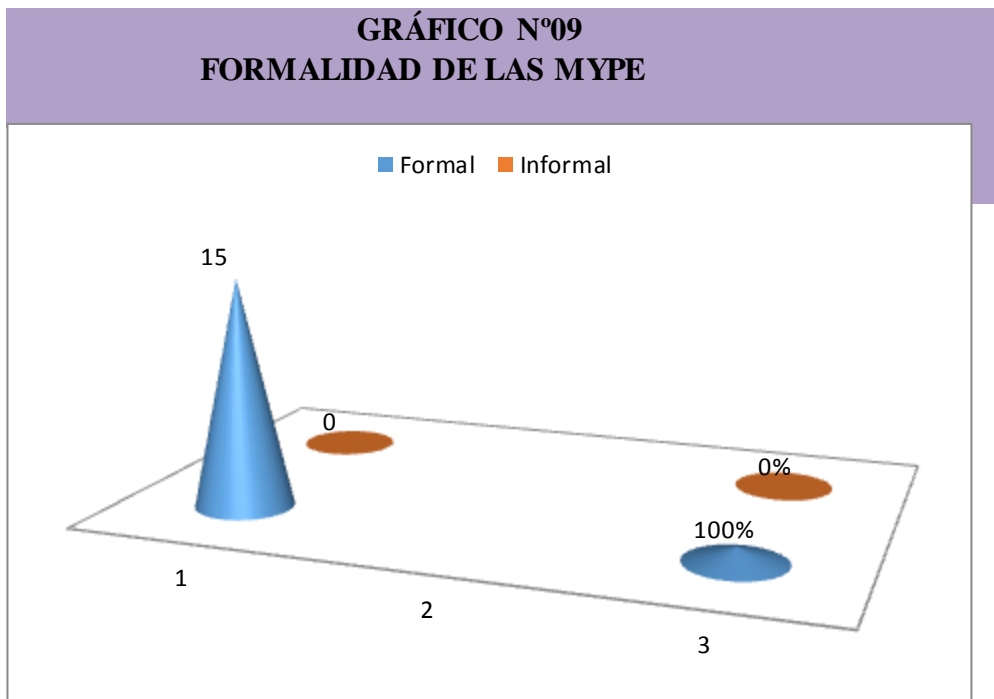
FUENTE: Tabla N° 08

En la tabla y gráfico se observa que el 75% tiene más de 10 años en la actividad y Rubro mientras que el 25% Menos de 4 años.

TABLA N° 09
FORMALIDAD DE LAS MYPE

Formalidad de las MYPE	N°	Porcentaje%
Formal	15	100%
Informal	0	0%
Total	15	100%

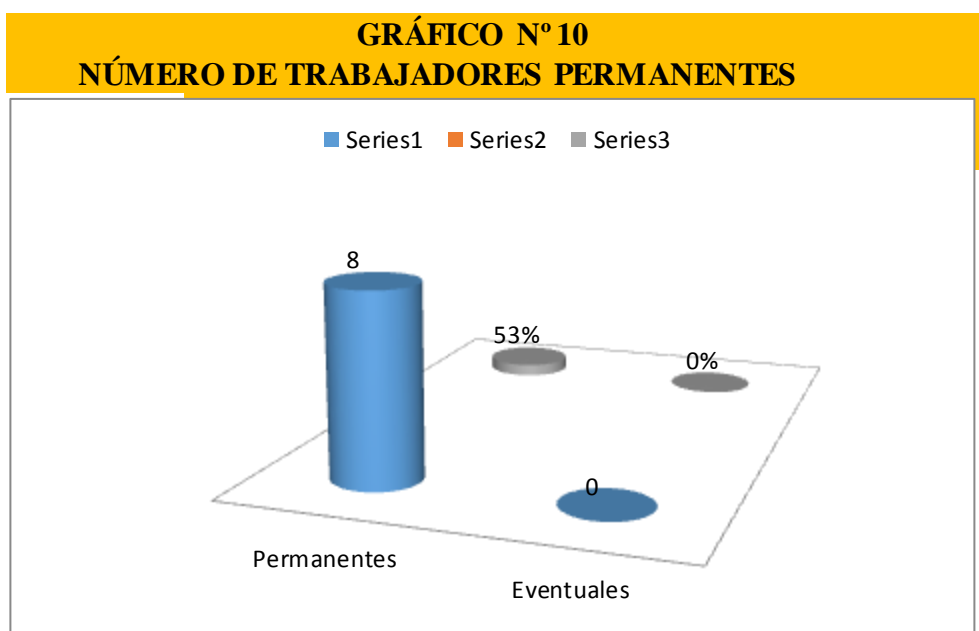
FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,



FUENTE: Table N° 09
En la tabla y gráfico N° 09 se observa que, el 100% es formal.

TABLA N° 10		
NÚMERO DE TRABAJADORES PERMANENTES		
N° de trabajadores	N°	Porcentaje%
Permanentes	8	53%
Eventuales	0	0%
No tiene	7	47%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,



FUENTE: Tabla N° 10

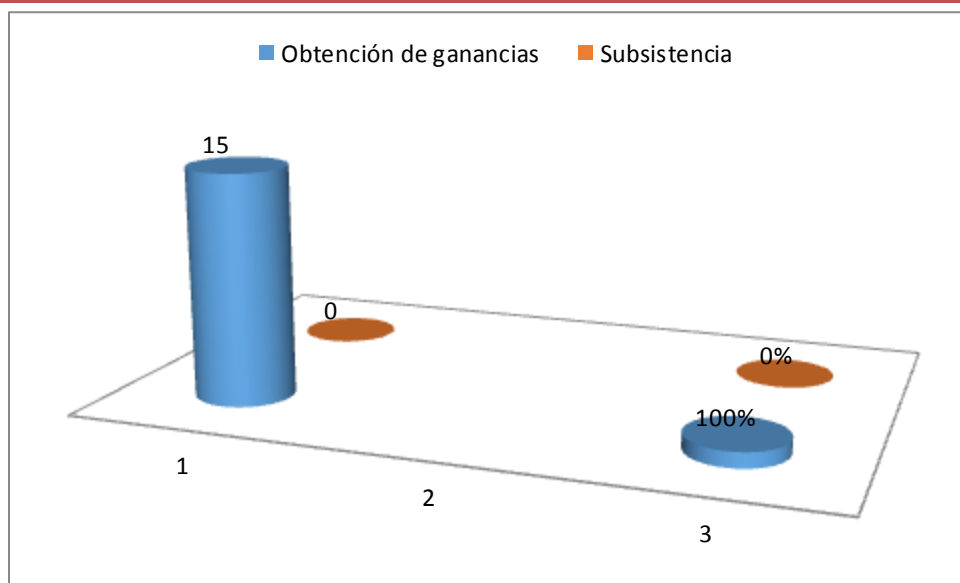
En tabla y gráfico N° 10 se observa que, el 53% los trabajadores son permanentes mientras que el 47% no tiene.

TABLA N° 11
MOTIVO DE LA FORMACIÓN DE LAS MYPE

Formación por	N°	Porcentaje %
Obtención de ganancias	15	100%
Subsistencia	0	0%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 11
MOTIVO DE LA FORMACIÓN DE LAS MYPE



FUENTE: Tabla N° 11
En la tabla y gráfico N° 11 se observa que, el 100% formaron su empresa con la finalidad de obtener ganancias y autoemplearse.

CUADRO N° 01

ÍTEM	TABLA N°	RESULTADOS
Tiempo que se dedica al Rubro	06	El 70% (10) de las MYPE estudiadas, lleva más de 5 años en el negocio, mientras que el 30% (5) lleva entre 01 a 3 años en el negocio.
Actividad o rubro de la Empresa	07	El 100% (15) de los representantes legales o dueños de las MYPE estudiadas, se dedican a la venta de artesanías,
Años de permanencia en el rubro	08	El 75 % (11) de las MYPE cuentan con más de 10 años de permanencia, el 25% con menos de 4 años.
Formalidad de las MYPE	09	El 100% (15) de la MYPE estudiadas, son formales (inscritas en SUNAT),
Nro de Trabajadores Permanentes	10	El 53% (8) de las MYPE estudiadas, tiene 01 vendedor por cada microempresa, 47% (7) manifesto que no tiene trabajadores,
Motivo de la formación de las MYPE	11	El 100 % (15) de las Mpe estudiadas, se formaron con la finalidad de auto emplearse y obtener ganancias,

Fuente: elaboración propia en base a las tablas 06,07,08,09,10 y 11 del anexo 3.

4.1.2 Respecto al objetivo específico 2: describir las principales características del financiamiento de las MYPE del ámbito de estudio.

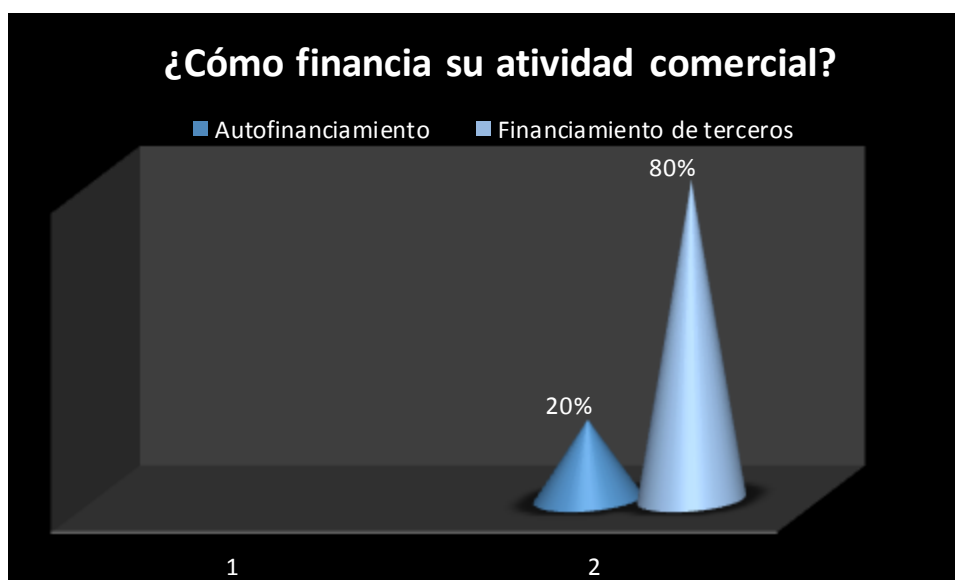
Tabla de resultados.

TABLA N° 12
¿COMO FINANCIA SU ACTIVIDAD COMERCIAL?

Forma de Financiamiento	N°	Porcentaje%
Autofinanciamiento	3	20%
Financiamiento de terceros	12	80%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 12



FUENTE: Tabla N° 12

En la tabla y gráfico N° 12 se observa que, el 80% fue financiado por terceros mientras que el 20% fue autofinanciado.

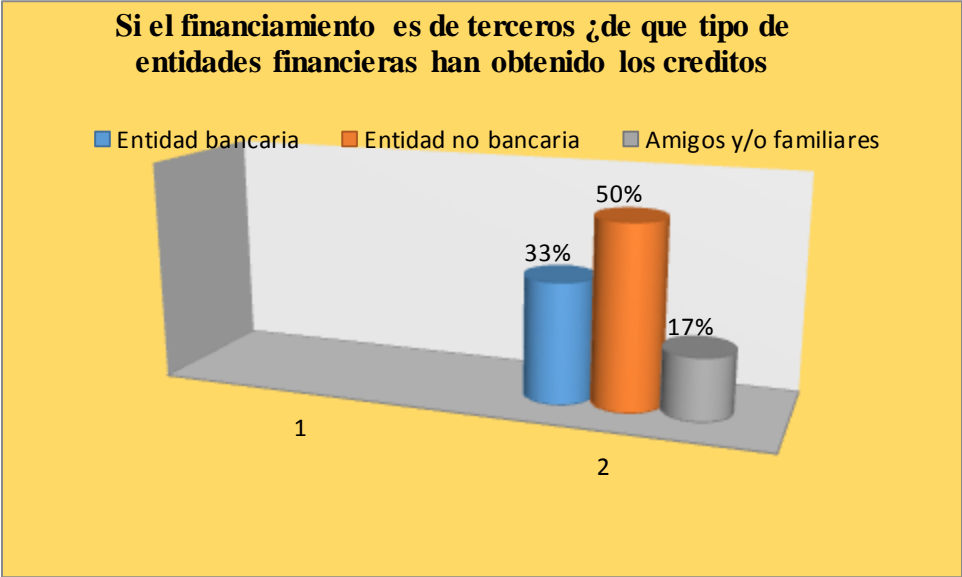
TABLA N° 13

SI EL FINANCIAMIENTO ES DE TERCEROS ¿DE QUE TIPO DE ENTIDADES FINANCIERAS HAN OBTENIDO LOS CRÉDITOS?

Institución	N°	Porcentaje%
Entidad bancaria	4	33%
Entidad no bancaria	6	50%
Amigos y/o familiares	2	17%
Total	12	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 13



Fuente: Tabla N° 13

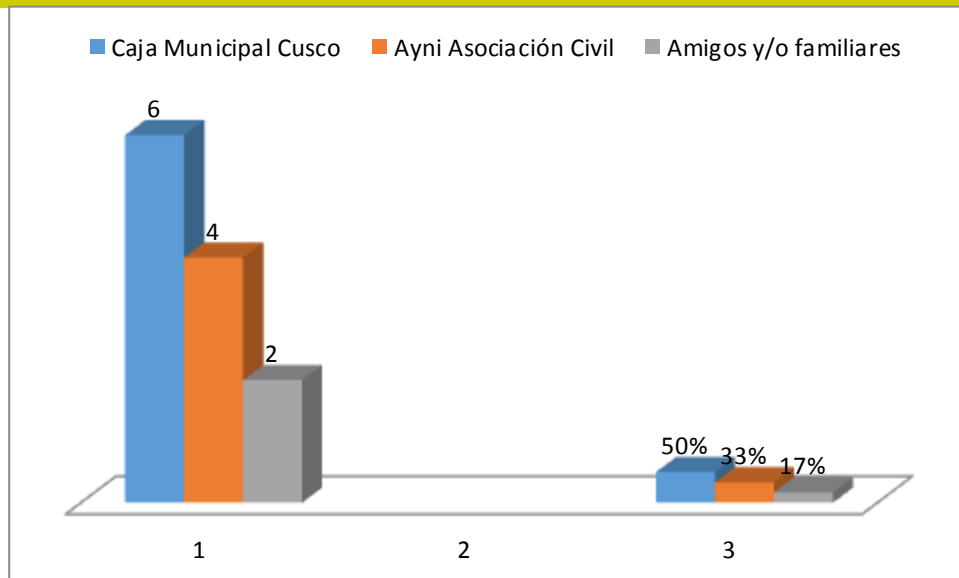
En la tabla y gráfico N° 13 se observa que, el 50% obtuvieron financiamientos de entidades no bancarias, el 33% de entidades bancarias y el 17% de amigos y familiares.

TABLA N° 14
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA QUE OTORGÓ EL CRÉDITO

Institución Financiera	N°	Porcentaje %
Caja Municipal Cusco	6	50%
Ayni Asociación Civil	4	33%
Amigos y/o familiares	2	17%
Total	12	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N°
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA QUE OTORGÓ EL CRÉDITO



FUENTE: Tabla N° 14

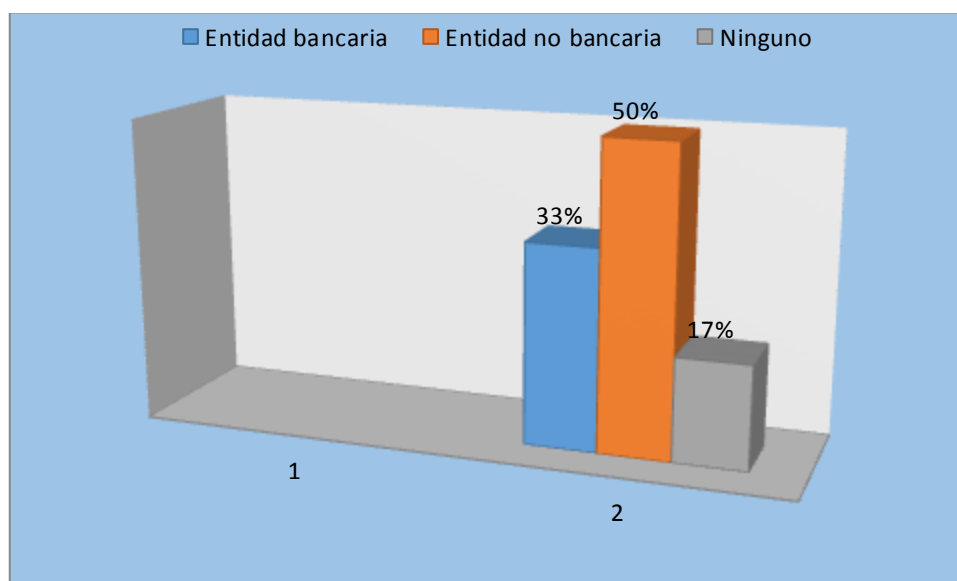
En la tabla y gráfico N° 14 se observa que el 50% obtuvo crédito de la Caja Municipal Cusco, un 33% de Ayni Asociación Civil, mientras que el 17% de amigos y familiares.

TABLA N° 15
ENTIDAD FINANCIERA QUE OTORGA MÁS FACILIDADES DE CRÉDITO

Institución Financiera	N°	Porcentaje %
Entidad bancaria	4	33%
Entidad no bancaria	6	50%
Ninguno	2	17%
Total	12	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías

GRÁFICO N° 15
ENTIDAD FINANCIERA QUE OTORGA MÁS FACILIDADES DE CRÉDITO



Fuente: Tabla N° 15

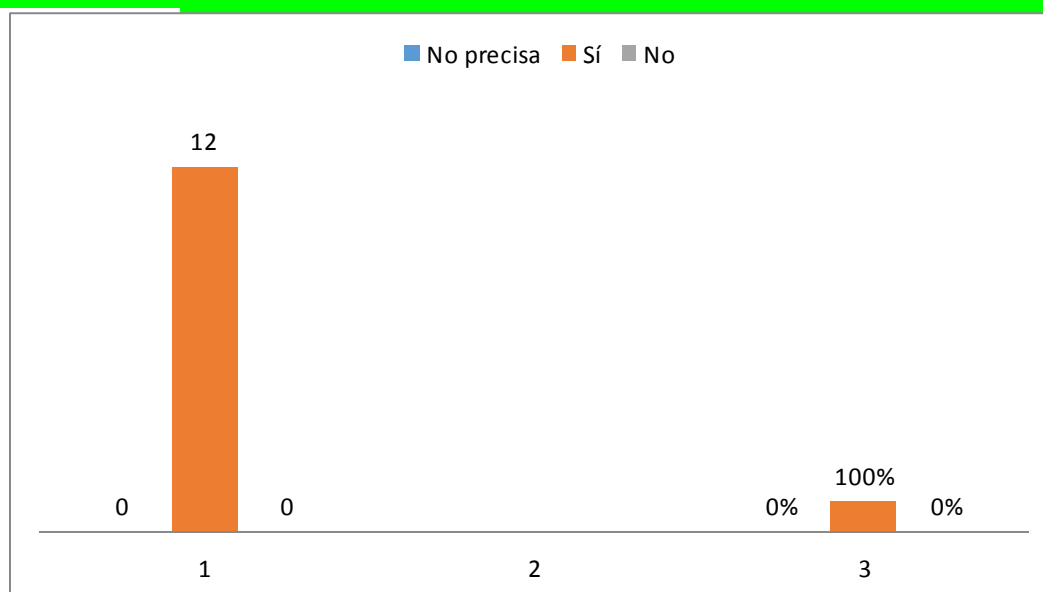
En la tabla y gráfico N° 15 se observa que, el 50% las entidades no bancarias son las otorgan más facilidades de crédito, un 33% las entidades bancarias y un 17% indica ninguno.

TABLA N° 16
¿LOS CRÉDITOS OTORGADOS FUERON EN LOS MONTOS SEÑALADOS?

Monto solicitado	N°	Porcentaje %
No precisa	0	0%
Sí	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 16
¿LOS CRÉDITOS OTORGADOS FUERON EN LOS MONTOS SEÑALADOS?



FUENTE: Tabla N° 16
 En la tabla y gráfico N° 16 se observa que, el 100% si recibieron los créditos en los montos solicitados

TABLA N° 17

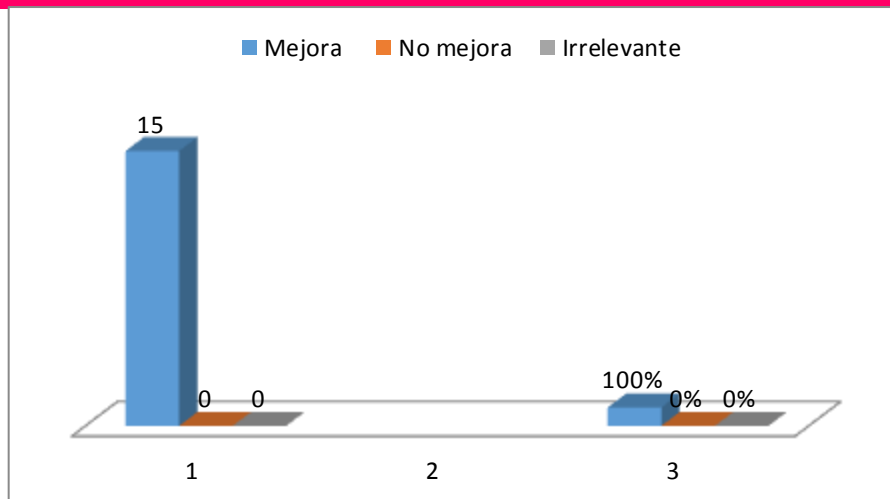
¿CONSIDERA EL FINANCIAMIENTO COMO UNA MEJORA EN LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO?

Consideraciones	N°	Porcentaje%
Mejora	15	100%
No mejora	0	0%
Irrelevante	0	0%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 17

¿CONSIDERA EL FINANCIAMIENTO COMO UNA MEJORA EN LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO?



FUENTE: Tabla N° 17

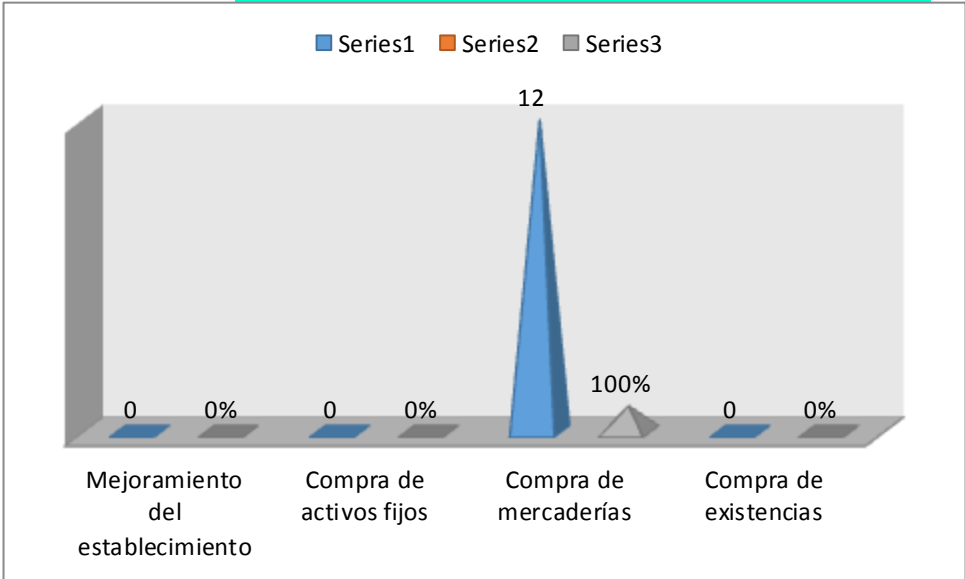
En la tabla y gráfico N° 17 se observa que, el 100% considera que el financiamiento mejoró la rentabilidad del negocio.

TABLA N° 18
EN QUE INVIRTIÓ EL CRÉDITO SOLICITADO

Tipo de inversión	N°	Porcentaje%
Mejoramiento del establecimiento	0	0%
Compra de activos fijos	0	0%
Compra de mercaderías	12	100%
Compra de existencias	0	0%
Total	12	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 18
EN QUE INVIRTIÓ EL CRÉDITO SOLICITADO



FUENTE: Tabla N° 18
En la tabla y gráfico N° 18 se observa que. El 100% invirtió en compra de mercaderías.

CUADRO N° 02

ÍTEMS	TABLA Nº	RESULTADOS
Forma de Financiamiento	12	80% (12) de las MYPE estudiadas, obtuvo financiamiento de terceros para desarrollar sus actividades comerciales, mientras que el 20 % (3) autofinanció sus actividades comerciales.
Entidades de Financiamiento	13	El 50% (6) de las MYPE estudiadas, que recibieron financiamiento de terceros, lo hicieron de entidades bancarias, mientras que el 33% (4) lo hizo de entidades no bancarias y el 17% (02) obtuvo financiamiento de parte de amigos y/o familiares,
Nombre de la Institución Financiera que otorgo el préstamo	14	El 50% (6) de las MYPE estudiadas, obtuvo crédito de una entidad bancaria, siendo este: la Caja Municipal Cusco, el 33% (4) obtuvo su credito mediante una entidad no bancaria, siendo esta: Ayni Asociación Civil, mientras que el 17% (2) lo hizo de parte de amigos y/o familiares,
Entidad financiera que otorgó más Facilidades	15	El 50% (8) de las MYPE estudiadas, que solicitaron créditos de terceros, indicaron que las entidades bancarias, otorgan mayores facilidades para la obtención de creditos, el 33% (4), manifestó que son las entidades no bancarias las que brindan mayores facilidades de acceso al crédito, mientras que para el 17 % (2) ninguna de las 02 entidades son de confianza,
Los créditos otorgados fueron en los montos Solicitados	16	El 80% (10) de las MYPE estudiadas, manifestaron que los créditos fueron otorgados en los montos solicitados,
considera el financiamiento como una mejora en la rentabilidad del Negocio	17	El 100% (15) de las MYPE estudiadas, manifestaron que el El financiamiento

Con el financiamiento obtenido ha realizado Inversiones	18	El 80% (10) de las MYPE estudiadas, manifestaron que con el financiamiento obtenido realizaron compras de mercaderías,
------------------------------------------------------------------	----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia en base a las tablas 13,14,15,16,17 y 18 del anexo 3.

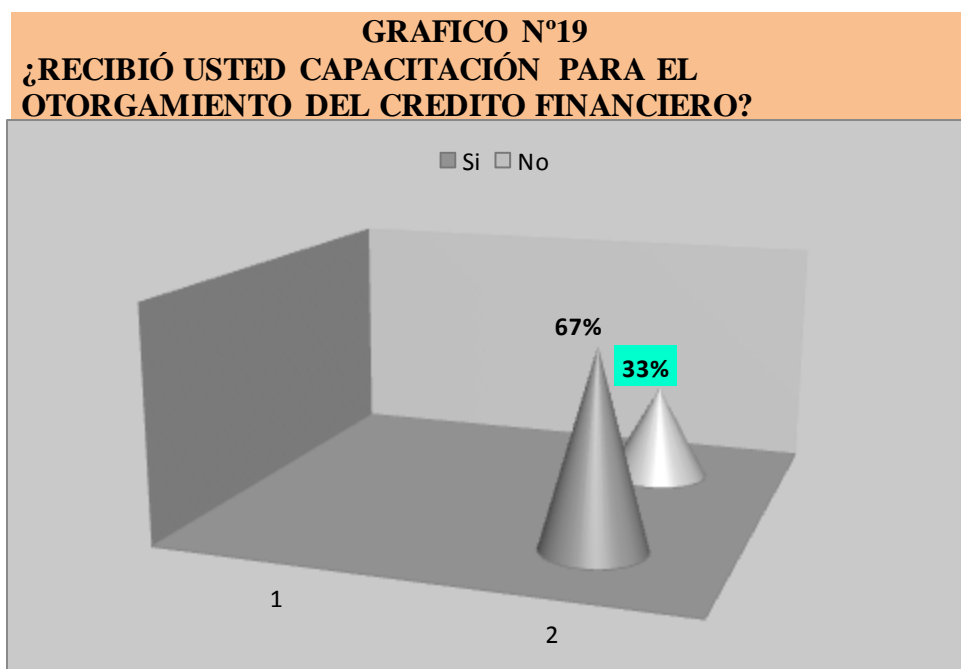
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3: describir las características de la capacitación de las MYPE del ámbito de estudio.

Tabla de resultados.

TABLA N° 19
¿RECIBIÓ USTED CAPACITACIÓN PARA EL OTORGAMIENTO DEL CREDITO FINANCIERO?

Recibió capacitación	N°	Porcentaje%
Si	10	67%
No	5	33%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,



FUENTE: Tabla N° 19

En la tabla y gráfico N° 19 se observa que, el 67% afirma que si recibió capacitación al momento del préstamo y un 33% indica que no recibió.

TABLA N° 20

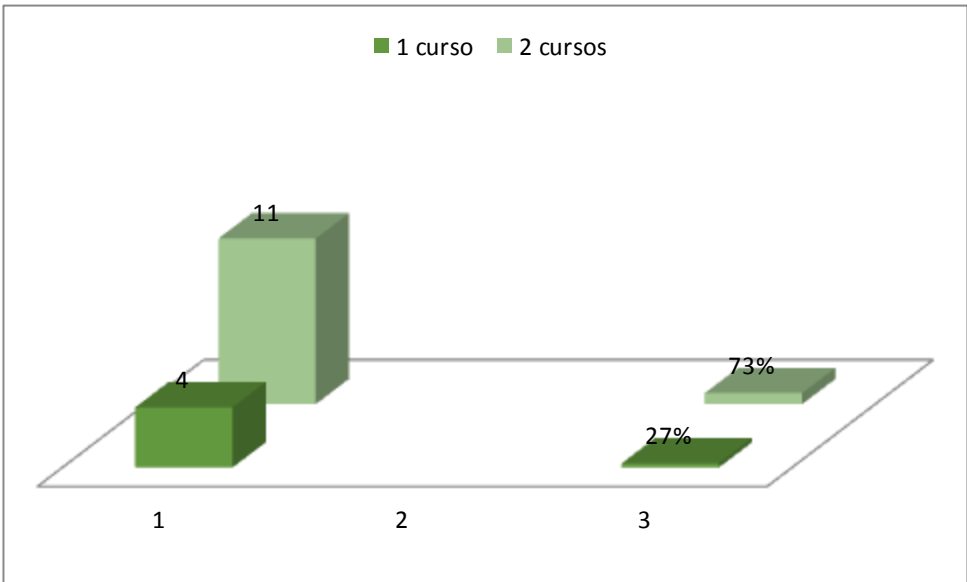
¿SE HAN CAPACITADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?

Cantidad de capacitación	N°	Porcentaje %
1 curso	4	27%
2 cursos	11	73%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,

GRÁFICO N° 20

¿SE HAN CAPACITADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?

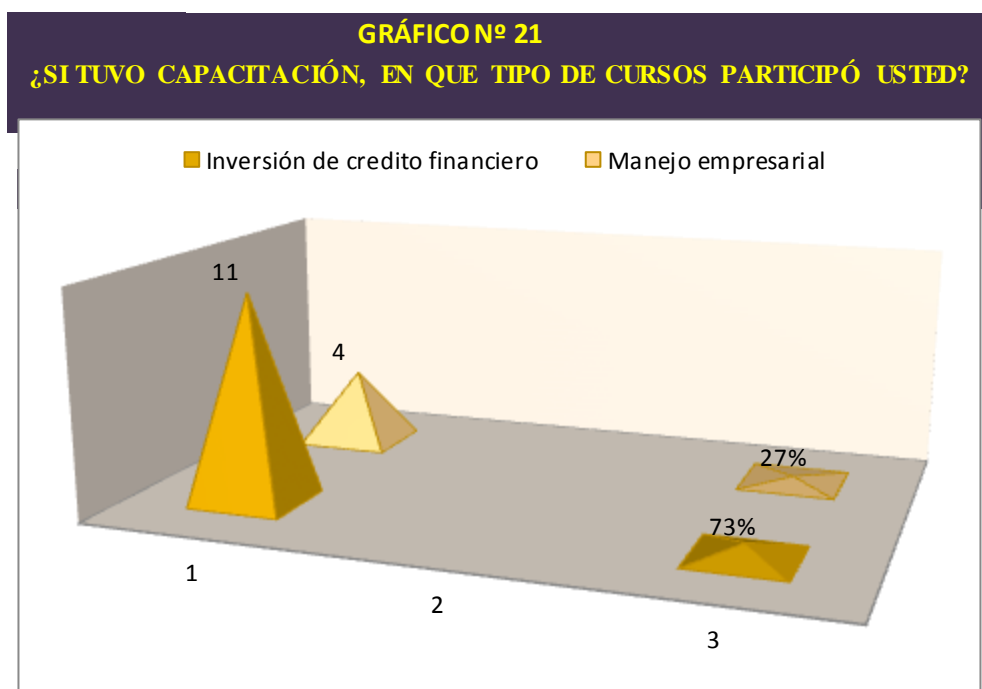


FUENTE: Tabla N° 20
 En la tabla y gráfico N° 20 se observa que, un 73% recibió capacitación en 02 cursos mientras que un 27% afirma que sólo recibió un curso.

TABLA N° 21
¿SI TUVO CAPACITACIÓN, EN QUE TIPO DE CURSOS PARTICIPÓ USTED?

Tipo de cursos	N°	Porcentaje %
Inversión de credito financiero	11	73%
Manejo empresarial	4	27%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015.



FUENTE: Tabla N° 21

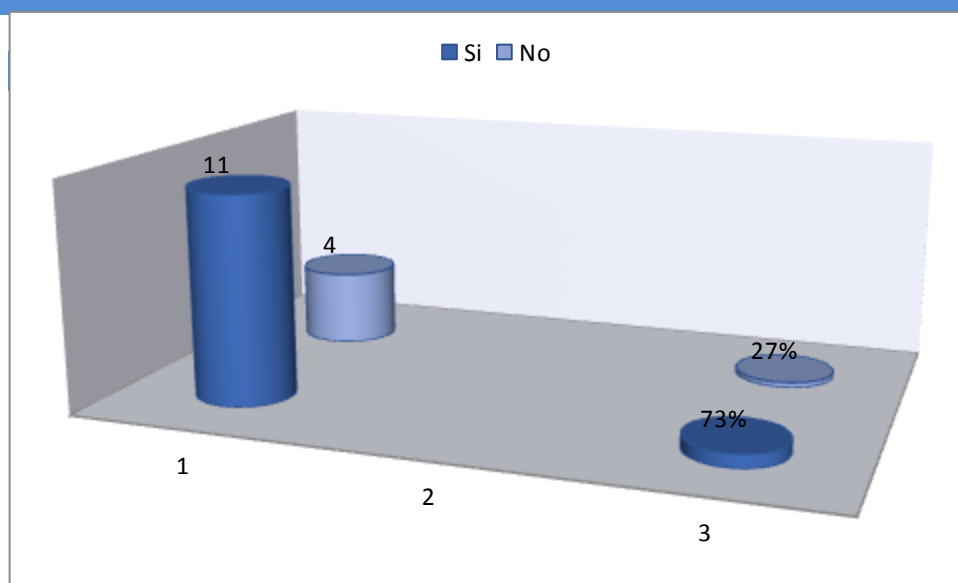
En la tabla y gráfico N° 21 se observa que, 73% se capacito en nversión de crédito financiero y un 27% en manejo empresarial.

TABLA N° 22
EL PERSONAL DE SU EMPRESA ¿HA RECIBIDO ALGÚN TIPO DE CAPACITACIÓN?

Recibió capacitación	N°	Porcentaje%
Si	11	73%
No	4	27%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015.

GRÁFICO N° 22
EL PERSONAL DE SU EMPRESA ¿HA RECIBIDO ALGÚN TIPO DE CAPACITACIÓN?



FUENTE: Tabla N° 22

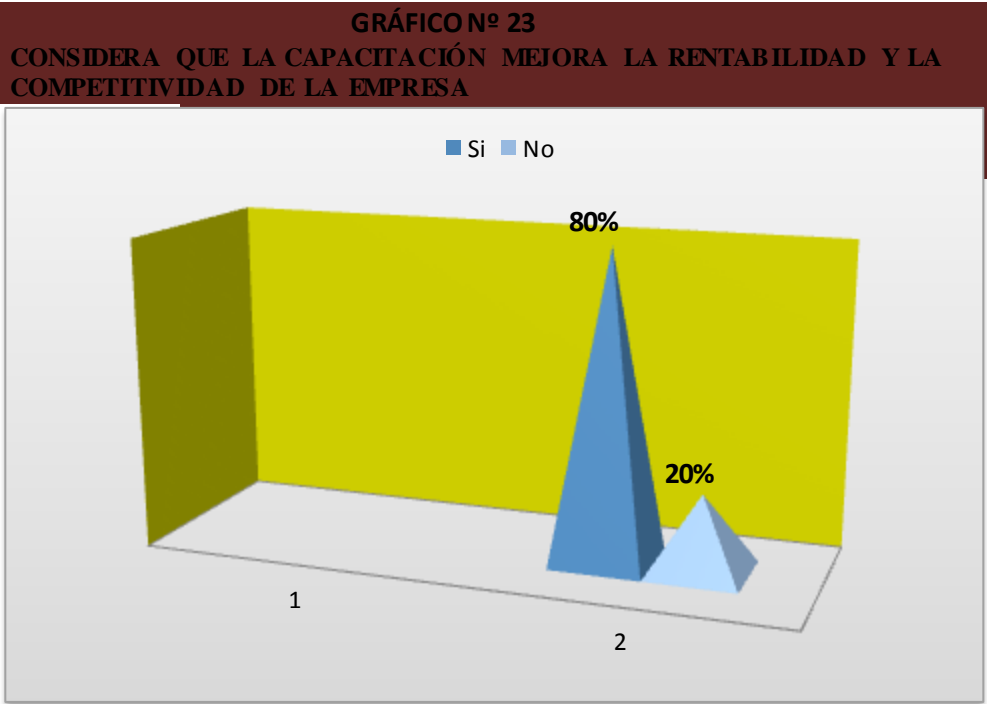
En la tabla y gráfico N° 22 se observa que, el 73% si recibió capacitación en algún tipo mientras que el 27% no recibió ningún tipo de capacitación.

TABLA N° 23

CONSIDERA QUE LA CAPACITACIÓN MEJORA LA RENTABILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

La capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa	N°	Porcentaje%
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a 15 representantes de las diferentes MYPE del sector comercio - rubro artesanías del mercado San Pedro 2015,



FUENTE: Tabla N° 23

En la tabla y gráfico N° 23 se observa que, el 80% considera que la capacitación si mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa mientras que un 20% considera que no.

CUADRO N° 03

ÍTEMS	TABLA N°	RESULTADOS
Recibe capacitación cuando solicita Crédito	19	El 67% (10) de las MYPE estudiadas, si recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo (crédito), y el 33% (5) no recibió,
Capacitaciones en los últimos años	20	El 73% (11) de las MYPE estudiadas, han tenido dos cursos de capacitación, mientras que el 27% (4) ha tenido un curso,
Si hubo capacitación en qué tipos de cursos participó usted,	21	El 73% (11) de las MYPE estudiadas, afirman que participó en el curso de inversión de crédito financiero, mientras que el 27% (4) afirma haber recibido capacitación en manejo empresarial,
El personal recibió Capacitación	22	El 73 % (11) de las MYPE estudiadas, afirma que su personal si ha recibido capacitación, mientras que el 27% (4) afirma que no ha recibido ningún tipo de capacitación,
Considera que la capacitación mejora la rentabilidad y competitividad de la empresa,	23	El 80 % (12) de las MYPE estudiadas, afirma que la capacitación si mejoró su rentabilidad, mientras que el 20% (3) afirma que es irrelevante,

Fuente: elaboración propia en base a las tablas 20,21,22 y 23 del anexo 3.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Respecto a los empresarios (objetivo específico 1)

a) De las MYPE estudiadas, se establece que el 100% de los representantes legales o dueños son adultos; es decir, sus edades fluctúan entre 30 a 60 años. Estos resultados son parecidos a los resultados encontrados por Sagastegui (2010 y Trujillo (2010), donde la edad promedio de los representantes legales de las MYPE estudiadas, fue de 50,42,67 y 45 años, respectivamente. Estos resultados estarían implicando que, los empresarios estudiados por ser la totalidad adultos y mayores de 40 años, serían reacios al cambio.

b) El mayor porcentaje conformado por el 46% (7) de los representantes legales o dueños de las MYPE estudiadas, tienen secundaria completa. De acuerdo a los resultados encontrados, los dueños de las MYPE, son personas sólo hicieron la secundaria completa, esta situación puede ser explicada por la carencia de recursos económicos y el desempleo que existe en su medio, lo cual puede haber influido en cada uno de los representantes, he impulsado a generarse un autoempleo para sacar adelante a sus familias y dejar inconcluso sus estudios universitarios.

4.2.2 Respecto a las características de las MYPE (objetivo específico 2)

a) El 70% de las MYPES estudiadas se dedican a la venta de artesanías por más de 5 años. Estos resultados estarían implicando que las MYPE estudiadas tienen la antigüedad suficiente para ser estables. Asimismo, estos resultados, son diferentes a los encontrados por Sagastegui (2010) y Trujillo v(2010), donde el 94.7%, 100% y otro 100% tienen más de 3 años en el rubro y actividad que

desempeñan. Estas diferencias podrían ser explicadas por el sector y rubro estudiados por cada uno de los autores comparados.

b) El 100% de las MYPE estudiadas, son formales. Estos resultados estarían indicando que las Mype estudiadas por ser formales, poseen ventajas para acceder al financiamiento y también a programas de capacitación.

4.2.3 Respecto a las características del financiamiento (objetivo específico 3)

a) El 80% de las MYPE estudiadas, desarrollan sus actividades comerciales recurriendo a financiamiento de terceros, estos resultados estarían indicando, que el desarrollo de las actividades comerciales de la mayoría de las MYPE estudiadas, dependen del financiamiento del sistema bancario y no bancario.

b) El 50% de las MYPE estudiadas indicaron que las entidades bancarias, otorgan mayores facilidades para la obtención de créditos, esto puede deberse a que las MYPE que requieren financiamiento son instituciones formales y cuentan con activos fijos como garantía.

c) El 100% d las MYPE estudiadas, precisa que el crédito otorgado fue de corto plazo. Estos resultados pueden deberse a que los micro empresarios no desean permanecer endeudados por un largo plazo, es por eso que optan por solicitar un crédito a corto plazo, el cuál les permitirá desarrollar su actividad. Es decir utilizar los créditos recibidos como capital de trabajo.

d) El 100% de las MYPE estudiadas, dijo que invirtieron el crédito recibido en mercaderías. Estos resultados pueden explicarse por la carencia de capital que poseen las MYPE para hacer frente a la competencia que existe en el mercado,

los comerciantes necesitan tener variedad de modelos y para ello necesitan invertir en más mercadería.

4.2.4 Respecto a las características de la capacitación (objetivo específico 4)

a) El 67% (10) de las mype estudiadas, si recibieron capacitación previa al otorgamiento de los créditos. Estos resultados encontrados, pueden explicarse debido a que en cda entidad bancaria, existe un asesor de créditos, quienes son los encargados de orientar al cliente cuando se acerca a la entidad a solicitar un crédito.

b) El 73% de las MYPE estudiadas, dijeron que sus trabajadores si recibieron capacitación. Estos resultados, pueden ser explicados porque en el mercado de San Pedro existe gran competencia en el rubro de artesanías, además existen otros mercados que también se dedican a la misma venta: por lo tanto, en un mundo de competencia, la capacitación del personal para la atención al cliente, es un factor muy importante ya que permite que los mismos clientes recomienden sus lugares de compras. Por esta razón es probable que las MYPE se preocupen en la capacitación de su personal.

c) El 80% de las MYPE estudiadas, considera que la capacitación si mejoro la rentabilidad en los últimos años. Estos resultados podrían ser explicados por el aumento de ventas de los productos artesanales ofertados en el mercado San Pedro, esto puede deberse a la atención adecuada que se dio al cliente.

V.CONCLUSIONES

5.1 Respecto al objetivo específico 1:

- El 70% de las MYPE estudiadas se dedican a la venta de artesanías por más de cinco años. Así como también el 100% son formales, el 53% tienen 5 trabajadores permanentes y la totalidad no tienen trabajadores eventuales, todas las Mype se formaron con la finalidad de auto emplearse y obtener ganancias.

5.2 Respecto al objetivo específico 2:

- El 80% de las MYPE estudiadas financiaron su actividad comercial con financiamiento de terceros, el resto (20%) lo hizo con recursos financieros propios, el 50% solicitó crédito a entidades bancarias (Caja Municipal Cusco), el 33% a entidades no bancarias (Ayni Asociación Civil).

El 50% de las Mype estudiadas dijeron que las entidades bancarias otorgan mayores facilidades en la obtención de crédito y el 33% dijo que las entidades no bancarias son las que brindan mayores facilidades de acceso al crédito.

La totalidad de las MYPE estudiadas, manifiestan que las instituciones bancarias que les otorgaron el crédito lo hicieron en los montos solicitados y que fueron a corto plazo, finalmente el 80% de las Mype estudiadas indican que los créditos otorgados lo invirtieron en mercadería.

5.3 Respecto al objetivo específico 3:

- El 67% de las MYPE estudiadas si recibieron capacitación antes del otorgamiento de los créditos financieros, el 73% han tenido dos cursos de capacitación

A su vez indican que los trabajadores si recibieron algún curso de capacitación, y el 80% de las Mype estudiadas considera que la capacitación mejora la rentabilidad.

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1 Referencias bibliográficas

Alva, M. (2013). Casi 900 mil mypes tienen problemas con sus deudas.

Recuperado

el 25 de octubre de <http://gestion.pe/empresas/casi-900-mil-mypes-tienen-problemas-susdeudas-2069017>

Alvarado,J.,Portocarrero,F., Trivelli,C.,Gonzales,E.,Galarza,F., Venero,H. El financiamiento informal en el Perú . Pág. 103.2001 ver en <http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/Financiamiento%20informal%20en%20el%20Peru.pdf>

Andina, (2010). Banco de la Nación prevé otorgar 100 mil créditos a mypes durante el 2011. Recuperado el 25 de octubre de 2014 de <http://www.andina.com.pe/espanol/Noticia.aspx?id=8k0JAgxKC9M=#.U7R0e0CrT3U>

Bebczuk, R. (2010). Acceso al financiamiento de las pymes en la Argentina: estado de situación y propuestas de políticas. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL.

Bogotá, “Política de financiamiento y democratización del crédito para las pequeñas y medianas empresas en Bogotá D.C. Plan anual de estudios PAE 2013ver en

www.contraloria.gov.co/intranet/contenido/informes/estructurales/sudis%20estudios%20economicos%20y%20fiscales%20de%20bogota/2013/politica%20de%20financiaci%20n%20y%20democratizaci%20n%20de%20credito%20para%20peque%20nas%20y%20medianas%20empresas.pdf

Campos, S. (2010). Las Mypes (Micro y Pequeñas Empresas) . [en Línea]. Consulta: 22 de Enero del 2013 . E n : <http://rafagaeconomica.blogspot.com/2010/05/las-mypes-micro-y-pequenasempresas.html>.

Carazas,M. y Pérez,C. (2011) “Innovación Contable 2011” Revista Científica Estudiantil, Universidad Nacional del Centro del Perú ver en www.uncp.edu.pe/siter/uncp.edu/files/institucional/oficina/investigaci%20n/publicaciones/innovacion_contable.pdf

Cohen, M. & Baralla, G. (2012). La situación de las PyMEs en América Latina. [en Línea]. Consulta: 20de Enero del 2013 En: [ttp://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/Py MEs%20en%20America%20Latina.PDF](http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/Py%20MEs%20en%20America%20Latina.PDF)

Diario oficial El Peruano. (2013). Normas Legales. Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Art. 05 características de las micro, pequeñas y medianas empresas. Perú [2014 oct. 25]. Disponible en: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/Mis%20documentos/Downloads/ley_30056%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/Mis%20documentos/Downloads/ley_30056%20(1).pdf)

Ferraro, C. (2010). El financiamiento a las pymes en América Latina. Recuperado el 11 de diciembre, 2013, de http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/xml/0/45220/financiamiento_a_pymes.pdf

Ferraro, C. (2011). Eliminando barreras: financiamiento a las pymes en América Latina. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Ferraro, C. y Goldstein, E. (2011). Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Santiago de Chile/ Naciones Unidas – CEPAL

Geho, P. y Frakes, J. (2013). Financing for small business in a sluggish economy versus conflicting impulses of the entrepreneur. *Entrepreneurial executive*, 18, 89 – 101

Guibovich, I. y Centurión, R. (2015) Tesis Financiamiento y capacitación de micro y pequeñas empresas de pollerías, Av. Aviación, San Borja, Lima, 2013 Universidad Católica los Angeles de Chimbote ver en <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/1103/903>

Instituto de administración estratégica para el desarrollo A.C. (2013) La importancia de la capacitación en la actualidad iad-ac.com.mx/recursos-humanos/la-importancia-de-la-capacitación-en-la-actualidad/

Kong,J, y Morero.J, (2014).Tesis. Influencia de las Fuentes de Financiamiento del Desarrollo de las Mypes del Distrito de San José – Lambayeque en el periodo 2010 – 2012 para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo.

López, J. (2014). Importancia de las fuentes de financiamiento para las empresas.

México. Gestipolis. [2014 oct. 20]. Disponible en:

<http://www.gestipolis.com/finanzas-contaduria-2/importancia-de-las-fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas.htm>

Monge,R. y Rodríguez.J. (2010). Financiamiento a la inversión de las pymes en Costa Rica. Santiago de Chile: Naciones Unidas – CEPAL.

Morazán, P. (2011). Financiamiento de PyME en la Unión Europea. Recuperado el 27 de noviembre 2014, de [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/433775/EXPO-DEVE_ET\(2011\)433775_ES.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/433775/EXPO-DEVE_ET(2011)433775_ES.pdf).

Obed,D. (2010). Proceso de capacitación y adiestramiento. [2014 oct. 25]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos82/proceso-capacitacion-adiestramiento/proceso-capacitacion-adiestramiento.shtml>

Palpa,H. y Oriuela,P. (2014) Tesis “Propuesta de un modelo integral de gestión logística aplicado a una asociación de Mypes del sector metal mecánico de Villa el Salvador con la finalidad de lograr la mejora de la productividad de las mismas y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno para el comercio exterior” para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC.

Pérez,L. & Campillo, F. (2011). Financiamiento. [2014 oct.20]. Disponible en: <http://infomipyme.tmp.vis-hosting.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm>

Perú, CODEMYPE Consejo Nacional para el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa ver en www.crecemipe.pe/portal/images/stories/files/codemype.pdf

Perú, Contabilidad y Negocios (2009) Microfinanzas diagnostico del sector de la micro y pequeña empresa y su tecnología crediticia, revista del departamento academico de Ciencias Administrativas, Universidad Católica del Perú. Ver en <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/14774/15345>

Perú, Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. objeto de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial

<http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?codTema=56&tip=20>

Perú, INEI Instituto Nacional de Estadística e Informática “Resultados de la encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2013” ver en

[www.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/785d890db724ec8905257D88005ABDC9/\\$FILE/9.resultado_encuesta_micro_pequeña_empresa.pdf](http://www.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/785d890db724ec8905257D88005ABDC9/$FILE/9.resultado_encuesta_micro_pequeña_empresa.pdf)

Perú, Ministerio de la Producción.(2011).Mype2011.Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. Ver en

<http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2011.pdf>.

Perú, Ministerio de Economía y Finanzas. Las Mypes sólo deben de pagar el 10% del Impuesto a la Renta (2015) ver en <http://diariocorreo.pe/economia/las-mypes-solo-deben-pagar-10-de-impuesto-a-la-renta-584472/>

Perú, Sunat (2015). Nuevo Rus facilita a la Mypes cumplir responsabilidades Tributarias

<http://gestion.pe/economia/nuevo-rus-facilita-mypes-cumplir-responsabilidades-tributarias-2150872>

Sagastegui , M. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector comercio- rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2008-2009. Tesis para optar el título profesional

de contador público, escuela profesional de Contabilidad, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Tapaco. (2010). Capacitación Empresarial Efectiva. México. [2014 nov. 02].

Disponible en:

<http://julieta-capacitacion-empresarial.blogspot.com/2010/03/definiciones-de-capacitacion.html>

Tello,L. (2014).Tesis. Financiamiento del Capital de Trabajo para contribuir al Crecimiento y Desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresas Comerciales en el Distrito de Pacasmayo, para opta el título de Contador Público Universidad Nacional de Trujillo.

Torres, O. (2010). Financiamiento a mypes. Evaluando alternativas de financiamiento para la micro y pequeñas empresas en América Latina: es posible que los fondos de capital de riesgo sean una alternativa? España. [2014 oct. 02]. Disponible en: <http://otorres.blogdiario.com/1268065740/financiamiento-a-pymes/>

Torrez, R. (2013). La incidencia de los microcréditos en la producción de leche del municipio de Patacamaya (Periodo 2006-2010. (Tesis de pregrado). Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia.

Turnero,I. (2014). Decisiones de financiamiento. Caracas-Venezuela. [2014 oct. 25].

Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos100/decisiones-de-financiamiento-i/decisiones-de-financiamiento-i.shtml>

Trujillo, M. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa. Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Virtual (2013) eumed.Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis.html>

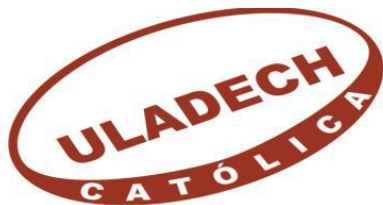
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO – ARTESANIAS DEL MERCADO SAN PEDRO DE LA CIUDAD DEL CUSCO – PERIODO 2015

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	MARCO TEORICO	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL Cuáles son las principales características del financiamiento y capacitación de las Mype del sector comercio rubro artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar las principales Características del financiamiento y capacitación de las Mype del sector comercio rubro artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO 1.-Describir las principales características de las Mype del ámbito de estudio. 2.-Determinar las principales características del financiamiento de las Mype del ámbito de estudio. 3.-Determinar las principales características de la capacitación de las Mype del ámbito de estudio.</p>	<p>En el presente trabajo de investigación se fundamenta en las siguientes bases teóricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento. • Capacitación. 	<p>Consta de una variable Financiamiento y capacitación.</p>	<p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Experimental descriptivo TIPO Cuasi- experimental NIVEL Cuantitativo POBLACIÓN Constituida por 15 Mype dedicas al sector comercio – artesanías. TÉCNICA Encuesta INSTRUMENTO Cuestionario PLAN DE ANALISIS Se aplicó el programa Excel.</p>

6.2. Anexos:

6.2.1. Anexo 1 cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**Encuesta dirigida al Gerente y/o Propietario de la empresa MyPEs,
Actividad comercial, Rubro artesanías del Mercado de San Pedro de Cusco.**

Instrucciones: Sírvase a marcar con una "x" la opción que usted considera la correcta, si es necesario especifique para una mejor recolección de los datos

DATOS DEL ENCUESTADO

1. Edad
2. Sexo:
- Masculino Femenino
3. Estado Civil:
- Soltero(a) Casado(a) Conviviente
- Divorciado(a) Viudo(a) Otro
4. Grado de instrucción:
- Primaria : Incompleta Completa
- Secundaria : Incompleta completa

Sup. No Universitario : Incompleta Completa
Sup. Universitario : Incompleta completa
Ninguna

5. Profesión u ocupación de los representantes legales de las MYPES

.....

6. Tiempo que se dedica al rubro:.....

DATOS DE LA EMPRESA

7. Actividad o rubro a la que se dedica la

empresa:.....

8. Años de permanencia de actividad y

rubro:.....

09.- La Mype es :

Formal Informal

10. N° de trabajadores:

Permanentes Eventuales

11.-Motivo de la formación de la Mype

Obtener ganancias autoemplearse

EL FINANCIAMIENTO

12. Cómo financia su actividad comercial

Autofinanciamiento Financiamiento de terceros

13. A qué entidades recurre para obtener financiamiento:

Entidades bancarias (especificar nombre).....

Entidades no bancarias (especificar nombre).....

Prestamistas o usureros

Plazo largo corto

14. ¿A qué tipo de institución financiera ha solicitado el crédito?.....

.....

15.- ¿Que entidad financiera le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito.

Entidades bancarias (especificar nombre)

Entidades no bancarias (especificar nombre)

Prestamistas o usureros

16.- Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados:

Si No

17- Considera el financiamiento como una mejora en la rentabilidad del negocio

Si No

18.- Con el financiamiento obtenido ha realizado inversiones como-:

- Mejoramiento del Establecimiento Si No

- Compra de activos fijos Si No

- Compra de mercaderías Si No

- Compra de existencias Si No

RESPECTO A LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPES

19.- Recibe capacitación cuando solicita crédito

Si No

20. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en los últimos años? (2014-2015):

Uno Dos tres Más de cuatro

21.-Si tuvo capacitación : En qué tipo de cursos participó Ud.

Inversión de crédito financiero

Manejo Empresarial

Administración de recursos humanos

Manejo Empresarial

Marketing Empresarial

Otro

22.- El personal de su empresa ¿ha recibido algún tipo de capacitación?

Si No

23.- Considera que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa

Si No

6.2.2. Anexo 2 datos de los empresarios

Datos de los empresarios de las diferentes MYPE estudiadas

N°	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES
1	1024158968	Quiñones Loayza Renzo
2	1018173218	Rojas Larico Judith
3	1020158475	Laine Yucra Magali
4	1078561886	Torres Rodriguez Juan
5	1076249145	Tito Zuñiga Angela
6	1076306124	Garmendia Salas César
7	1077021277	Gonzales Ticona Pablo

8	1014041665	Mamani Quispe Alvin
9	1022051513	Zegarra Inca Claudia
10	1017070411	Acostupa Huillcahuaman María
11	1016081822	Tuco Alvarez Mario
12	1083511501	Somocurcio Mendoza Rubén
13	1002386152	Blanco Aréstegui Juana
14	1002433465	Rodriguez Capaca Víctor
15	1002438978	Del Carpio Escalante Alberto