

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO ALIMENTOS
LÁCTEOS, DEL DISTRITO DE VEGUETA – PROVINCIA DE
HUAURA, 2014.**

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

AUTOR:

Bach. ELVIS SANDRO CASTILLO CASTILLO

ASESOR:

Mgr. CARLOS MÁXIMO GONZALES AÑORGA

HUACHO – PERÚ

2016

COMISION DE JURADO EVALUADOR

.....
Dr. REY LELIS JUAN DE DIOS BAUTISTA
PRESIDENTE

.....
LIC. MENA MELGAREJO ANGEL CLETO
SECRETARIO

.....
LIC. ZENOZAIN CORDERO CARMEN
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica
Los Ángeles de Chimbote,
por brindar la facilidad de
educar y promocionar una
educación profesional.

Al asesor por su apoyo y confianza en mi
trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha
sido un aporte invaluable, no solamente en el
desarrollo de esta tesis, sino también en mi
formación como investigador.

DEDICATORIA

A mis amigos

*Quienes fueron un gran
apoyo emocional.*

A mis padres

*Quienes me apoyaron
todo el tiempo.*

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general determinar la caracterización de financiamiento de la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014. Fue tipo transeccional – nivel descriptivo, se escogió una muestra de 11 Micro y pequeñas empresas, a las que se les aplico un cuestionario de 13 preguntas cerradas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 54.5% tiene una edad entre 31 a 40 años, tienen secundaria completa y son propietarios de su empresa. El 45,5% cuenta con 5 a más trabajadores, el 63.6% desarrolla la actividad entre 3 a 4 años y tienen por objetivo generar ganancias. El 100% hacen por financiamiento de terceros, el 64% lo hacen por entidades Bancarias, el 73% invirtieron en maquinaria y equipos – insumos y materia prima, el 45.5% adquirieron entre 5001 a 10000 soles de préstamo, el 82% asumieron entre 11 a 20 por ciento de interés, el 55% asumieron el crédito a mediano plazo y el 64% solicitaron su crédito a los bancos. Se concluye que el financiamiento moviliza activamente a las Mypes del sector comercio - rubro alimentos lácteos.

Palabras Clave: Financiamiento, MYPES, Comercio, Alimentos lácteos.

ABSTRACT

The research was designed to determine the overall characterization of financing micro and small enterprises in the trade sector - dairy foods category, Végueta district - Province of Huaura, 2014. It was transectional - descriptive level, selected a sample of 11 Micro and small businesses, which were applied a questionnaire of 13 questions closed through the survey. The following results: 54.5% is aged between 31 to 40 years, have completed secondary and own your company. 45.5% has 5 more workers, 63.6% develop activity between 3 to 4 years and aim to generate profits. 100% made by third-party financing, 64% are employed by banks, 73% invested in machinery and equipment - inputs and raw materials, 45.5% acquired between 5001 to 10,000 soles loan, 82% took between 11 a 20 percent interest, 55% assumed medium-term credit and 64% applied for credit to banks. We conclude that actively mobilizes financing MSEs in the commercial sector - dairy foods category.

Keywords: Financing, MYPES, Trade, dairy foods.

CONTENIDO

Pág.

| | |
|--------------------------------|---|
| Título de las tesis..... | 1 |
| Hoja de firmas del jurado..... | 2 |
| Hoja de agradecimiento..... | 3 |
| Dedicatoria..... | 4 |
| Resumen..... | 5 |
| abstract | 5 |
| Contenido..... | 7 |

INDICÉ DE TABLAS

| | |
|---------------|----|
| TABLA 1 | 61 |
| TABLA 2..... | 62 |
| TABLA 3 | 63 |
| TABLA 4 | 65 |
| TABLA 5..... | 66 |
| TABLA 6 | 67 |
| TABLA 7 | 68 |
| TABLA 8 | 69 |

| | |
|---------------------------------|----|
| TABLA 9 | 70 |
| TABLA 10..... | 71 |
| TABLA 11 | 72 |
| TABLA 12 | 73 |
| TABLA 13 | 75 |
| INDICÉ DE GRAFICOS | |
| GRAFICO 1 | 61 |
| GRAFICO 2 | 63 |
| GRAFICO 3 | 64 |
| GRAFICO 4 | 65 |
| GRAFICO 5 | 66 |
| GRAFICO 6 | 67 |
| GRAFICO 7 | 68 |
| GRAFICO 8 | 69 |
| GRAFICO 9 | 70 |
| GRAFICO 10 | 72 |
| GRAFICO 11 | 73 |
| GRAFICO 12 | 74 |
| GRAFICO 13 | 75 |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 10 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA..... | 13 |
| 2.1.Antecedentes..... | 13 |
| 2.2.Bases Teóricas..... | 16 |

| | | |
|------|---|----|
| | 2.3.Marco Conceptual..... | 50 |
| | 2.4.Hipótesis..... | 51 |
| III. | METODOLOGÍA..... | 50 |
| | 3.1.Diseño de la investigación | 51 |
| | 3.2. Población y muestra | 52 |
| | 3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores... 53 | |
| | 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 55 |
| | 3.5. Plan de análisis..... | 55 |
| | 3.6. Matriz de consistencia..... | 56 |
| | 3.7. Principios éticos | 57 |
| IV. | RESULTADOS..... | 61 |
| | Resultados | 61 |
| | Análisis de resultados | 76 |
| V. | CONCLUSIONES | 80 |
| | Referencias bibliográficas | 81 |
| | Anexos..... | 84 |

I. INTRODUCCION

Las micro y pequeñas empresas actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado, es así como la economía del Perú se ha visto beneficiada por la gran demanda de empleo y producción que generan las Micro y pequeñas empresas.

Actualmente el perfil de las Microempresas son deficientes porque no pueden alcanzar las condiciones de competitividad que el mercado les exige porque existe un desconocimiento de financiamiento por parte de sus representantes, quienes deben hacer uso de información pertinente para que la competitividad se convierta en una de las claves para el éxito de las Microempresas.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas en América Latina se encuentran afectadas por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región.

Sin embargo sólo un pequeño porcentaje de estas microempresas tiene acceso a servicios financieros institucionalizados; cabe señalarse que la posibilidad de lograr estos y otros tipo de apoyo limita su crecimiento y no permite que se desarrollen una gran parte de su potencial, siendo éste un gran desafío para las

microempresas (Fernández, 2012).

La industria de productos lácteos en el Perú está articulada básicamente con el desarrollo de la actividad pecuaria, toda vez que es proveedora de la materia prima más utilizada por el subsector, como es la leche fresca.

En el distrito de Végueta podemos considerar que los problemas, desafíos y oportunidades que enfrenta la Cadena de Productos Lácteos se plantea las grandes estrategias tendientes a lograr impactos reales sobre la competitividad y sostenibilidad de la misma, resaltando el precario conocimiento de la financiación que ayude la implementación y productividad a través del mejoramiento genético, alimentario, sanitario y la transferencia de tecnología en la línea de la modernización productiva; la promoción del consumo, desarrollo de infraestructura comercial en la línea del desarrollo del mercado y la promoción de organizaciones empresariales.

En los últimos años, las micro y pequeñas empresas en el contexto peruano se han visto privadas de uno de los principales motores para su desarrollo, el financiamiento; sin embargo, es común que las pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital suficiente para asegurar el éxito a futuro. Generalmente, lo que más necesitan los empresarios es el financiamiento para iniciar, desarrollar y conservar su empresa ante los problemas que enfrenta como empresario.

A partir de esta problemática se plantea como problema: **¿Cómo influye la caracterización del financiamiento de las Mypes en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014?**

Se plantea como objetivo general: Determinar la caracterización del financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

Para conseguir el objetivo general, se plantea los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes legales de Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.
- Caracterizar las principales detalles competitivas de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.
- Conocer las principales formas de financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta- Provincia de Huaura, 2014.

La investigación se deriva de la línea de investigación de la escuela de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características del financiamiento en las Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio del sector comercio, del rubro lácteo.

Para su mejor entendimiento el presente trabajo se presenta en cinco partes, que son:

- I. **Introducción:** Presenta una introducción general de este trabajo de investigación, así como el enunciado del problema, los objetivos y la justificación de la investigación.
- II. **Revisión de la literatura:** Comprende los antecedentes, el marco teórico y conceptual.
- III. **Metodología:** Se menciona la metodología que comprende el diseño de la investigación, determinación de población y muestra, así como las técnicas e instrumentos que se utilizó para la recolección de datos.
- IV. **Resultados:** Se encuentran y analizan los resultados del trabajo de campo.
- V. **Conclusiones:** Se redactan las conclusiones de la investigación y se adicionan las referencias bibliográficas y los anexos que sustentarán los resultados de la investigación.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Según, **Rubio (2013)**, en su investigación llamada Caracterización el financiamiento y la gestión de la calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011. Se planteó el siguiente objetivo general

Determinar las principales características del financiamiento y la gestión de la calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011.

Obtuvo los siguientes resultados: Con respecto a los empresarios: el 45% representa entre las siguientes edades 41 y 55 años, el 89% son de sexo masculino, el 78% tienen grado de educación superior universitaria, el 67% está desempeñando su cargo más de 6 y menos de 10 años; respecto a las Micro y pequeñas empresas: el 56% viene desarrollando esta actividad más de 5 años, el 89% se formaron para obtener ganancias; respecto al financiamiento: el 67% recurre al financiamiento formal, el 67% ha solicitado un crédito financiero en el año 2011, el 100% solicitaron 3 veces financiamiento en el 2011, el 89% solicitó crédito por un monto entre 10000 y 50000, al 78% le dieron a una tasa de interés del 10% al 20% anual, el 67% del crédito solicitado fue destinado para capital de trabajo.

Lopez, (2015). En su estudio de investigación titulado: “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del Distrito de Chimbote, año 2013”. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las Micro y pequeñas empresas: el 67% de las personas encuestadas del sector servicio - rubro hoteles, oscilan entre las edades de 45 a 65 años, el 50% de las personas encuestadas tienen estudio superior no universitario, el 33% superior

universitaria y el 17% secundaria. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: el 50% de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles, tienen de 21 a más trabajadores, el 100% en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, tienen de 6 a más años de existencia. Respecto a la competitividad: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% tienen estrategia de gestión de relación con el cliente.

Según **Gamarra (2011)**, realizó su investigación llamada Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 – 2010. Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 – 2010. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: Del 100% de los empresarios sus edades fluctúa entre 26 a 60 años, el 50% son de sexo masculino y el otro 50% son de sexo femenino, el 60% tienen grado de instrucción secundaria, el 80% son casados, el 80% son comerciantes; respecto a las micro y pequeñas empresas: el 90% tienen más de tres años en el rubro empresarial, el 100% son formales, el 40% poseen más de tres trabajadores, el 100% formó la Micro y pequeñas empresas para obtener ganancias; respecto al financiamiento: el 50% obtuvieron financiamiento de terceros, el 60% obtuvieron financiamiento de entidades no bancarias, el 60% dijeron que los

créditos fueron a corto plazo, el 60% lo invirtieron en activos fijos.

Por su parte **Covarrubias (2013)** en su investigación llamada Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil – rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de Lima, departamento de Lima, Periodo 2012 – 2013. Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil – rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de Lima, departamento de Lima, Periodo 2012 – 2013. Obtuvo los siguientes resultados: respecto al empresario: el 42.5% tienen estudios universitarios, el 76% son convivientes; respecto a las micro y pequeñas empresas, el 80% realizan la actividad más de 16 años, el 86% manifestó que laboran de 1 a 10 trabajadores; respecto al financiamiento: el 66% no obtuvo crédito, el 50% obtuvo crédito de entidades de banca comercial, el 48% lo invirtió en mantenimiento y modificación del local, el 100% tienen adecuada percepción de las entidades financieras.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

Las Micro y Pequeñas Empresas

Según la ley 28015, (2003). 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 objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción,

comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las Micro y pequeñas empresas: De acuerdo a la Ley n° 30056, (2013). La micro y pequeña empresa debe ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana Empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos 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 las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Industria láctea

Esta comprende el procesamiento de la leche fresca y grasa anhidra en polvo para

la elaboración de leche evaporada, condensada, en polvo entero, leche maternizada, pasteurizada y algunos derivados lácteos como la mantequilla, el queso, cremas y yogurt. En el Perú este negocio representa alrededor de 700 millones de dólares.

- **Yogurt.**- Este mercado es altamente competitivo, la estrategia del sector está en la reducción de precios. En los últimos años el consumo se ha duplicado de 12 a 23 millones de litros.
- **Leche y queso.**-El Perú ya cuenta con producción de quesos de alta calidad que aún no consolida su articulación con el mercado masivo. En la actualidad la lechería y producción de quesos en zonas alto andinas, permite la subsistencia, la generación de ingresos familiares y el desarrollo de negocios rentables.

Principales productos lácteos

Leche

Leche entera: Por lo general, la leche entera es homogeneizada y está fortificada con vitamina D. La leche para el comercio interestatal deberá contener un 3,25 por ciento de grasa, como mínimo, y un 8,25 por ciento de sólidos lácteos no grasos. La leche deberá también cumplir los requisitos mínimos sobre la grasa láctea estipulados por el estado o municipio donde se venda.

Leche baja en grasa: La leche baja en grasa contiene entre un 0,5 y 2 por ciento de grasa láctea, un 8,25 de sólidos lácteos no grasos y está fortificada con vitamina A. Se puede añadir vitamina D a título opcional.

Consejo sobre la leche baja en grasa: Esta leche se puede hacer en casa al

mezclar una mitad de leche entera con una mitad leche descremada o leche en polvo descremada que se ha reconstituido.

Leche descremada (sin grasa): La leche descremada o sin grasa deberá contener menos de un 0,5 por ciento de grasa láctea, un 8,25 por ciento de sólidos lácteos no grasos y se deberá fortificar con vitamina A. Se puede añadir vitamina D a título opcional.

Consejo sobre leche descremada: El sabor y valor alimenticio de la leche descremada se puede mejorar al añadir una cucharadita de leche instantánea en polvo descremada al vaso de leche descremada.

Leche con sabor: La leche con sabor se hace añadiendo sabor a fruta, jugo de fruta u otros sabores naturales o artificiales como fresa y chocolate a la leche pasteurizada.

Consejos para el uso de leche con sabor a chocolate: Se puede calentar la leche con sabor a chocolate, ya sea regular, baja en grasa o descremada, para hacer una taza de chocolate caliente de una manera rápida y fácil. Utilice también la leche con chocolate en las recetas de galletas y tortas que requieren leche y chocolate.

Suero de leche: Todo el suero de leche que se vende se obtiene del cultivo de una bacteria que produce un ácido lácteo que se añade a la leche fresca pasteurizada o baja en grasa para producir el suero de leche. Es más espesa que la leche descremada y contiene más sodio. El suero de leche es bueno para calmar la sed.

Consejos para el uso de suero de leche: Siempre conserve en frío el suero de leche de cultivo de bacteria. Si se deja fuera del refrigerador se puede separar. Si se separa puede batirla. El suero de leche en polvo es un producto derivado de la butirización, que se usa en panqueques y en productos de pastelería.

Leche entera en polvo: La leche entera en polvo es leche entera pasteurizada y deshidratada. Tiene una distribución limitada al detal ya que mayormente se usa para la alimentación de bebés y para personas que no tienen acceso a leche fresca (por ejemplo, excursionistas). La leche entera en polvo se vende a fabricantes de chocolates y dulces.

Consejo para el uso de leche entera en polvo: Una vez que se abre el paquete se deberá cerrar bien y almacenar en un lugar seco y fresco. La leche entera en polvo puede adquirir un sabor diferente si no se usa pronto el paquete después de abierto.

Leche descremada en polvo: La leche descremada en polvo, que se hace retirando casi toda la materia grasa y el agua de la leche pasteurizada, contiene casi la mitad de las calorías de la leche entera. La leche descremada instantánea en polvo contiene partículas más grandes que se disuelven fácilmente en el agua. A algunas de estas leches descremadas instantáneas en polvo se les añaden las vitaminas A y D. Para que sea clasificada como leche de calidad superior por el USDA (Grado Extra), esta leche deberá tener un sabor dulce y agradable y un

color natural. Deberá disolverse inmediatamente cuando se mezcla con agua.

Consejos para el uso de la leche descremada en polvo: La leche descremada en polvo no necesita refrigeración y se puede almacenar durante varios meses en un lugar fresco y seco. Si se abre el paquete, se deberá tomar la precaución de que quede bien sellado al cerrarlo. Una vez que se reconstituye la leche, se deberá refrigerar y manejar igual que la leche fresca. Utilice la leche descremada en polvo para beber y para cocinar. Si la utiliza para beber, reconstitúyala y colóquela en el refrigerador varias horas antes de servir para tomarla fría.

Leche evaporada: La leche evaporada se prepara al vacío aplicando calor a la leche entera homogeneizada a fin de retirar la mitad del agua, luego se envasa y se somete a un proceso térmico. Cuando la leche evaporada se mezcla con una cantidad equivalente de agua, su valor nutricional es casi igual al de la leche entera. Hay leche evaporada descremada disponible en el mercado.

Consejos para el uso de leche evaporada: Manténgala refrigerada después de abrirla. Utilice la leche evaporada sin diluir para añadir más valor nutricional a su dieta diaria. La leche evaporada, con la cantidad equivalente de agua añadida, puede reemplazar la leche fresca en las recetas. También se puede añadir al café y a cereales fríos o calientes.

Leche dulce condensada: La leche dulce condensada, generalmente enlatada, se prepara mediante un proceso que retira casi la mitad del agua de la leche entera. Se usa a menudo en recetas de dulces y postres, y contiene un 40 por ciento de

azúcar por peso.

Crema o nata

Crema liviana: La crema o nata liviana, también llamada crema para café o crema de mesa, deberá contener un 18 por ciento de materia grasa, como mínimo, pero no más de un 30 por ciento.

Consejos para el uso de la crema liviana: Para una mayor duración, no vuelva a echarla dentro del envase original después de haberla vertido en otro recipiente. Almacénela en el refrigerador. Retire del envase original sólo la cantidad que va a usar.

Mezcla de leche y crema: Esta mezcla se obtiene al homogeneizar una mezcla de leche y crema. Deberá contener un 10,5 por ciento de materia grasa, como mínimo, pero no más de un 18 por ciento.

Consejo para el uso de la mezcla de leche y crema: Esta mezcla se puede obtener en casa al unir partes iguales de leche entera homogeneizada y crema liviana.

Nata liviana para batir: La nata liviana para batir deberá contener un 30 por ciento de materia grasa, como mínimo, pero no más de un 36 por ciento.

Consejo para el uso de crema liviana para batir: Para obtener crema batida es preciso enfriar bien la crema y el recipiente antes de batirla.

Crema pesada: La crema pesada deberá contener un 36 por ciento de materia grasa, como mínimo.

Consejo para el uso de la crema pesada: Aunque es más fácil batir la crema pesada que la liviana, aquella quedará mejor si la crema y el recipiente donde se bate están bien fríos. No bata en exceso o se puede poner granulosa.

Crema agria: La crema agria se prepara mediante la adición del cultivo de una bacteria especial a la crema liviana. La bacteria produce un ácido láctico que agria la leche. A veces los elaboradores utilizan un ácido apto para el consumo humano en lugar de una bacteria para agriar la leche. Si se utiliza este proceso, la crema agria deberá llevar en la etiqueta las palabras "crema agria acidificada". La crema agria acidificada es tan buena para la salud como la crema agria; la única diferencia está en el proceso de elaboración. Tanto la crema agria como la crema agria acidificada son suaves y espesas, y cumplen los requisitos sobre el contenido de materia grasa de la crema liviana.

Mezcla de leche y crema agria: La mezcla de leche y crema agria resulta al añadir un ácido apto para el consumo humano en lugar de una bacteria. Las normas de FDA requieren que la etiqueta especifique que se ha utilizado un ácido apto para consumo humano para la producción de la leche-crema agria.

Consejo para el uso de la mezcla de leche y crema agria: Se puede usar la mezcla de leche y crema agria en lugar de crema agria si se prefiere un contenido

más bajo de grasa en este alimento.

Mantequilla

La mantequilla se obtiene al batir la nata pasteurizada de la vaca. La ley federal requiere que la mantequilla contenga un 80 por ciento de materia grasa láctea, como mínimo. Se le puede añadir sal y colorantes. En términos de nutrición, la mantequilla se incluye en el grupo de las Grasas y no de los Productos Lácteos. Una cucharada de mantequilla contiene un total de 12 gramos de grasa, 7 gramos de ácidos grasos saturados, 31 miligramos de colesterol y 100 calorías.

La mantequilla batida es mantequilla regular que se bate para que sea más fácil de untar. Al batirla se aumenta la cantidad de aire y el volumen de la mantequilla por libra.

Si en la etiqueta del envase de la mantequilla figura el emblema del USDA con la clasificación por grado de calidad ello significa que ese producto ha pasado la inspección del personal calificado del gobierno federal. Además de verificar la calidad de la mantequilla, los inspectores también comprueban el período de conservación del producto.

Mantequilla Grado AA

Tiene un sabor delicado y dulce, y un olor muy agradable se hace de crema fresca dulce tiene una consistencia blanda y cremosa, y es fácil de untar

Mantequilla Grado A

Tiene un sabor agradable se hace de crema fresca tiene una consistencia bastante suave.

Consejo para el uso de la mantequilla: La mantequilla sin sal se puede vender con una etiqueta que diga mantequilla "dulce" o mantequilla "sin sal". Algunas personas la prefieren por su sabor.

Al usar mantequilla batida en lugar de mantequilla regular en una receta, añada entre 1/3 á 1/2 más que la cantidad requerida, si la medida es por volumen (1 taza, 1/2 taza, etc.). Si la medida es por peso (1/4 libra, 1/2 libra, etc.), utilice la cantidad que pide la receta.

Guarde la mantequilla en su envoltura o recipiente original para que no absorba los sabores de otros alimentos refrigerados.

Unte una capa fina de mantequilla a los sándwiches para añadir humedad y sabor al pan, y evitar que éste absorba mucho líquido.

Queso

Queso natural: Hay cientos de variedades de queso natural. El queso se elabora generalmente de leche entera, aunque también se usa leche desnatada, crema y leche de cabra. Durante su elaboración, la mayoría de los sólidos lácteos se separan de la leche cuando ésta se cuaja por la acción de bacterias y enzimas. La cuajada se separa del suero y se procede a batir y prensar la pasta. Después de

darle al queso su forma característica, se envuelve con cera u otro recubrimiento protector y se deja envejecer de acuerdo con la clase de queso que se fabrique. Cuando el queso ha envejecido o alcanzado la condición deseada, se corta en pedazos adecuados para la venta al consumidor.

Una porción de 1 ½ onza de queso natural proporciona la misma cantidad de calcio que una taza de leche o de yogur, así como entre 12 á 14 gramos totales de grasa, 9 gramos de ácidos grasos saturados, 4 miligramos de colesterol y 173 calorías. En cuanto al sodio, 1 taza de leche contiene 120 miligramos, mientras que 1 1/2 onzas de queso natural puede contener entre 110 a 450 miligramos, y 2 onzas de queso preparado contienen 800 miligramos.

El emblema con la clasificación Grado AA de los Estados Unidos puede hallarse en el queso Cheddar que se vende en algunos establecimientos de alimentos. Hay otros quesos para los que la industria tiene su clasificación por grados de calidad, pero éstos no suelen aparecer en el envase destinado al consumidor.

El queso Grado AA de los Estados Unidos tiene:

Un sabor Cheddar delicado y agradable; una consistencia blanda y compacta; un color uniforme y una apariencia atractiva.

Queso preparado: El queso preparado es una combinación de quesos que luego de desmenuzados se mezclan, calientan y se moldean en la forma deseada. No hay maduración posible después de este proceso. El queso preparado suele contener pimientos, frutas, vegetales o carnes.

Si la etiqueta dice "alimento de queso preparado", es posible se le hayan añadido otros ingredientes como leche descremada en polvo o suero sólido y agua, lo que resulta en un contenido más bajo de materia grasa y más humedad que el queso preparado solo.

El queso para untar tiene un contenido más alto de humedad y menos grasa que el queso preparado o los productos de queso preparado. Por esta razón es más fácil de untar.

Los productos de queso preparado suelen presentarse en ruedas, barras o envases de cristal.

Requesón: El requesón es un queso no añejado y blando que se prepara al unir el cuajo seco del requesón con una mezcla cremosa. El cuajo seco de requesón tiene un contenido de materia grasa inferior al 0,5 por ciento, mientras que el requesón deberá tener un contenido graso no menor del 4 por ciento.

Las normas de la FDA definen las variedades de requesón por su contenido de grasa. El requesón bajo en grasa deberá contener materia grasa entre el 0,5 y 2 por ciento. El requesón sin grasa deberá contener menos del 0,5 por ciento total de grasa.

El emblema del USDA puede figurar en la etiqueta del requesón para certificar

que es de "calidad aprobada", si ha sido preparado bajo la supervisión de inspectores del USDA.

Consejo para el uso del requesón: Todo tipo de requesón se deberá usar en el período de 10 a 30 días después de su compra.

Se obtiene de la fermentación de la leche con una bacteria que produce una pasta muy cremosa. El yogur se suele hacer de leche homogeneizada, pasteurizada y baja en grasa, que se puede enriquecer con sólidos secos de la leche sin grasa. Debido a que es más concentrado, tiene un contenido más alto de nutrientes (como calcio) que una cantidad equivalente de leche.

Consejo para el uso del yogur: Si se separa, sencillamente agite el líquido para que se una nuevamente a la parte sólida.

Se puede comprar yogur endulzado y con diferentes sabores a fruta, con la fruta al fondo o al estilo suizo con la fruta diseminada por todo el yogur.

Yogurt

Helado: El helado se hace con crema, leche, edulcorantes, esencias de frutas, estabilizantes y emulsificadores. Para poderlo vender en el comercio interestatal, el helado deberá contener un 10 por ciento de materia grasa láctea, como mínimo.

Natilla congelada (helado francés): La natilla congelada, llamada también francés o helado de New York, contiene yemas de huevos.

Helado bajo en grasa: El helado bajo en grasa se hace con leche, estabilizantes, edulcorantes, esencias de frutas y contiene menos de 3 gramos de grasa por cada porción de 4 onzas. Los helados que se venden como "helado bajo en graso" o "liviano" deberán tener un contenido de grasa inferior al helado regular, pero es posible que no cumplan la norma establecida para el helado bajo en grasa. Los postres congelados de consistencia blanda son parecidos al helado bajo en grasa pero se han elaborado de manera especial.

Sorbete: El sorbete se hace con leche, fruta o jugo de fruta, estabilizantes, edulcorantes y tiene el doble de cantidad de edulcorantes que el helado. Deberá contener entre 1 y 2 por ciento de grasa láctea.

Yogur congelado: El yogur congelado, que contiene edulcorantes y esencias, se vende en la variedad regular o bajo en grasa.

Consejos para el uso de postres congelados: Mantenga los postres congelados en recipientes bien cerrados. Si los guarda en el congelador, úselos preferiblemente en el plazo de una semana. Los postres congelados que se guardan en un congelador a una temperatura inferior a 0 °F. Se conservan por un mes. Si se congelan bien se evita la formación de cristales de hielo. Los postres congelados son más fáciles de servir si se retiran del refrigerador poco antes de servir, cerca de 10 minutos para un envase de una pinta y de 20 minutos para uno de medio galón.

Teorías del financiamiento:

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad (Gil, 2013).

a. Clasificación

Según Entebi, (2013) el financiamiento se clasifica de la siguiente manera:

- **Financiamiento Interno.**- Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.
- **Financiamiento Externo.**- Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los

propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.

- Una de las principales formas de obtener financiamiento es el crédito, que no es más que el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y el que la entidad se compromete a pagar en un plazo de tiempo, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. La respuesta a dónde obtener un crédito no es difícil pero sí muy amplia, pues existen diversas instituciones encargadas de otorgarlo, de ahí que existan dos tipos de crédito: el bancario y el no bancario, así como diversas fuentes de obtener financiamiento, las que se refieren a continuación.

b. Fuentes de financiamiento:

Según información dada por Cofide (2001), las fuentes de financiamiento son.

- Fuentes de Financiamiento informal, y
- Fuentes de financiamiento formal

Las fuentes de financiamiento **informal** son todos los individuos (personas naturales), que por diversas razones efectúan préstamos, así como a entidades que no cuentan con estructura organizativa para el manejo de créditos. En este grupo tenemos a los prestamistas informales (individuos y a las juntas).

Las fuentes de financiamiento **formal** son aquellas entidades especializadas en el otorgamiento de créditos y supervisadas directamente o indirectamente por la SBS. Dentro de este tipo tenemos: los bancos y las entidades financieras no bancarias (cajas rurales, cajas municipales, EDPYME, y cooperativas de ahorro y crédito

Financiamiento formal para Mypes

A continuación se presenta distintos aspectos de la Administración Financiera y actividades comerciales de las organizaciones, como son, Los Financiamientos a Corto Plazo constituidos por los Créditos Comerciales, Créditos Bancarios, Pagarés, Líneas de Crédito, Papeles Comerciales, Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar y Financiamiento por medio de los Inventarios. Por otra parte se encuentran los Financiamientos a Largo Plazo constituidos por las Hipotecas, Acciones, Bonos y Arrendamientos Financieros.

A cada uno de los puntos ya nombrados serán estudiados desde el punto de vista de sus Significado, Ventajas, Desventajas, Importancia y Formas de Utilización; Para de esta manera comprender su participación dentro de las distintas actividades comerciales que diariamente se realizan.

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.

Importancia

El crédito comercial tiene su importancia en que es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa a la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial. Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar figuran la cuenta abierta la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ellas en un plazo corto determinado, las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en el futuro, los Pagarés que es un reconocimiento formal del crédito recibido, la Consignación en la cual no se otorga crédito alguno y la propiedad de las mercancías no pasa nunca al acreedor a la empresa. Mas bien, la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.

Ventajas

Es un medio mas equilibrado y menos costoso de obtener recursos.

Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.

Desventajas

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.

Formas de Utilización.

¿Cuándo y cómo surge el Crédito Comercial?. Los ejecutivos de finanzas deben saber bien la respuesta para aprovechar las ventajas que ofrece el crédito. Tradicionalmente, el crédito surge en el curso normal de las operaciones diarias. Por ejemplo, cuando la empresa incurre en los gastos que implican los pagos que efectuará más adelante o acumula sus adeudos con sus proveedores, está obteniendo de ellos un crédito temporal.

Ahora bien, los proveedores de la empresa deben fijar las condiciones en que esperan que se les pague cuando otorgan el crédito. Las condiciones de pago clásicas pueden ser desde el pago inmediato, o sea al contado, hasta los plazos más liberales, dependiendo de cuál sea la costumbre de la empresa y de la opinión que el proveedor tenga de la capacidad de pago de la empresa.

Una cuenta de Crédito Comercial únicamente debe aparecer en los registros cuando éste crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital, u otras propiedades del comprador. El crédito comercial no puede ser comprado independientemente; tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

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.

Importancia.

El Crédito bancario es una de las maneras mas utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario.

Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso.

La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

Ventajas.

Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá mas probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades.

Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

Desventajas.

Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.

Un Crédito Bancario acarrea tasa pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

Formas de Utilización.

Cuando la empresa, se presente con el funcionario de prestamos del banco, debe ser capaz de negociar. Debe dar la impresión de que es competente.

Si se va en busca de un préstamo, habrá que presentarse con el funcionario correspondiente con los datos siguientes:

La finalidad del préstamo.

La cantidad que se requiere.

Un plan de pagos definido.

Pruebas de la solvencia de la empresa.

Un plan bien trazado de cómo espera la empresa desenvolverse en el futuro y lograr una situación que le permita pagar el préstamo.

Una lista con avales y garantías colaterales que la empresa está dispuesta a ofrecer, si las hay y son necesarias.

El costo de intereses varía según el método que se siga para calcularlos. Es preciso que la empresa sepa siempre cómo el banco calcula el interés real por el préstamo.

Luego que el banco analice dichos requisitos, tomará la decisión de otorgar o no el crédito.

Pagaré.

Es un instrumento negociable el cual es una “promesa” incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.

Importancia.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de prestamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables son pagaderos a su vencimiento, de todos modos, a veces que no es posible cobrar un instrumento a su vencimiento, o puede surgir algún obstáculo que requiera acción legal.

Ventajas.

Es pagadero en efectivo.

Hay alta seguridad de pago al momento de realizar alguna operación comercial.

Desventajas.

Puede surgir algún incumplimiento en el pago que requiera acción legal.

Formas de Utilización.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de prestamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos

elementos de negociabilidad entre los que destaca que: Debe ser por escrito y estar firmado por el girador; Debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo. El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calculan, por lo general, en base a 360 días por año ; Debe ser pagadero a favor de una persona designado puede estar hecho al portador; Debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable.

Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales. El tenedor que protesta paga al notario público una cuota por la preparación de los documentos del protesto; el tenedor puede cobrarle estos gastos al girador, quien está obligado a reembolsarlos. El notario público aplica el sello de “Protestado por Falta de Pago” con la fecha del protesto, y aumenta los intereses acumulados al monto del pagaré, firmándolo y estampando su propio sello notarial.

Línea de Crédito.

La Línea de Crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano.

Importancia.

Es importante ya que el banco esta de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite.

Aunque por lo general 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.

Ventajas.

Es un efectivo “disponible” con el que la empresa cuenta.

Desventajas.

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 sin embargo en algunos casos el mismo puede pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.

Se le exige a la empresa que mantenga la línea de crédito “Limpia”, pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

Formas de Utilización.

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un período determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene más que informar al banco de su deseo de “disponer” de tal cantidad, firma un documento que indica que la empresa dispondrá de esa suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a la cuenta de cheques.

El Costo de la Línea de Crédito por lo general se establece durante la negociación

original, aunque normalmente fluctúa con la tasa prima. Cada vez que la empresa dispone de una parte de la línea de crédito paga el interés convenido.

Al finalizar el plazo negociado originalmente, la línea deja de existir y las partes tendrán que negociar otra si así lo desean.

Papeles Comerciales.

Es una Fuente de Financiamiento a Corto Plazo que 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.

Importancia.

Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no sólo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales. El empleo juicioso del papel comercial puede ser otra fuente de recursos cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos de dinero apretado cuando las necesidades exceden los límites de financiamiento de los bancos. Hay que recordar siempre que el papel comercial se usa primordialmente para financiar necesidades de corto plazo, como es el capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo.

Ventajas.

El Papel comercial es una fuente de financiamiento menos costosa que el Crédito

Bancario.

Sirve para financiar necesidades a corto plazo, por ejemplo 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 acarrea un costo por concepto de una tasa prima.

Formas de Utilización.

El papel comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor. Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

Por último, el papel se puede clasificar como de primera calidad y de calidad media. El de primera calidad es el emitido por el más confiable de todos los clientes confiables, mientras que el de calidad media es el que emiten los clientes sólo un poco menos confiables. Esto encierra para la empresa una investigación cuidadosa.

El costo del papel comercial ha estado tradicionalmente 1/2 % debajo de la tasa prima porque, sea que se venda directamente o a través del agente, se eliminan la utilidad y los costos del banco.

El vencimiento medio del papel comercial es de tres a seis meses, aunque en algunas ocasiones se ofrecen emisiones de nueve meses y a un año. No se requiere un saldo mínimo.

En algunos casos, la emisión va acompañada por una línea de crédito o por una carta de crédito, preparada por el emisor para asegurar a los compradores que, en caso de dificultades con el pago, podrá respaldar el papel mediante un convenio de préstamo con el banco. Esto se exige algunas veces a las empresas de calidad menor cuando venden papel, y aumentan la tasa de interés real.

Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.

Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

Importancia.

Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento. Aporta muchos beneficios que radican en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito. No hay costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; no hay costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo.

Ventajas.

Es menos costoso para la empresa.

Disminuye el riesgo de incumplimiento.

No hay costo de cobranza.

Desventajas.

Existe un costo por concepto de comisión otorgado al agente.

Existe la posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

Formas de Utilización.

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. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa. Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por concepto de honorarios por sus servicios a un porcentaje estipulado y abonar el resto a la cuenta de la empresa. La mayoría de las cuentas por cobrar se adquieren con responsabilidad de la empresa, es decir, que si el agente no logra cobrar, la empresa tendrá que rembolsar el importe ya sea mediante el pago en efectivo o reponiendo la cuenta incobrable por otra mas viable.

Así mismo, el financiamiento también se da por las siguientes fuentes:

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.

La clasificación del financiamiento: en función del tiempo se divide en dos:

a) **Corto plazo:** son aquellas obligaciones que se espera que venzan en menos de un año, el cual es vital para sostener la mayor parte de los activos circulantes de la empresa, tales como: caja, cuentas por cobrar, inventarios, valores negociables.

- **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.

- 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.
- Línea de crédito: Significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano.
- 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.
- Financiamiento por medio de la 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.
- 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.

b) Largo plazo: son aquellas obligaciones que se espera venzan en un período de tiempo superior a un año.

- Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.
- Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de un accionista,

dentro de la organización a la que pertenece.

- 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.
- Es por ello, que en nuestros países existe un gran número de instituciones de financiamiento de tipo comunitario, privado público e internacional. Estas instituciones otorgan créditos de diverso tipo, a diferentes plazos, a personas y organizaciones. Estas instituciones se clasifican como:
 - Instituciones financieras privadas: bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.
 - Instituciones financieras públicas: bancos del Estado, cajas rurales de instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias leyes, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la superintendencia de bancos.
 - Entidades financieras: este es el nombre que se le da a las organizaciones que mantiene líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones pobres. Incluyen los organismos internacionales, los gobiernos y las ONG internacionales o nacionales.

Instrumentos de financiación a largo plazo:

Préstamos de garantía hipotecaria

Los préstamos se caracterizan porque su garantía es un inmueble que queda hipotecado a favor de la entidad que realiza la operación. Habitualmente este tipo de préstamo se usa para la financiación de la adquisición de un inmueble, que es el que queda hipotecado. Esto se debe a que esta modalidad de préstamo es la que mayores garantías ofrece a la entidad. En estos casos, el inmueble que queda hipotecado suele ser la vivienda del titular de la operación, siendo su valor superior al principal solicitado. Asimismo, estos préstamos tienen un interés más ventajoso que los préstamos personales, debido a las mayores garantías que ofrecen; como ya dijimos, la garantía era uno de los factores decisivos en la determinación del precio de la operación.

Características Personales

La titularidad de este tipo de operaciones puede recaer tanto en personas naturales como jurídicas. El régimen de la titularidad puede ser individual o conjunto, respondiendo del capital prestado solidariamente todos los titulares de la operación.

Importe

Con respecto al importe, se recomiendan las siguientes limitaciones:

- Hasta el 80 % de la tasación, en caso de vivienda habitual.
- Hasta el 70 % de la tasación, en el caso de otros inmuebles.

Hay entidades que utilizan el de compraventa, lo cual se debe a que en algunos casos si podría dar que el porcentaje correspondiente de la tasación fuera superior o igual al importe de la compraventa, y las entidades nunca quieren prestar el 100% de la operación.

Esta limitación hace que cuando la operación se destine a la adquisición de un inmueble debamos tener ahorrado entre un 20 y un 30 % del valor, de compraventa, más los impuestos y gastos en que incurriremos para la formalización de la compra y del préstamo.

Por otro lado, el importe se suele limitar a nuestra capacidad de pago.

Así, tendremos que el importe de las cuotas está limitado al 40 % de nuestros ingresos líquidos justificados.

Plazo

El plazo viene definido por dos variables, importe máximo de la cuota y tipo de interés aplicado. Así tendremos:

- Préstamos a tipo fijo, hasta 12 años.
- Préstamos a tipo variable, hasta los 30 años, aunque lo habitual es entre 12 y 17 años, siendo muy utilizado en la compra de primera vivienda los 15 años.

Tipo de interés

El tipo de interés de estas operaciones puede ser:

- a) **Tipo fijo:** El tipo de interés aplicable a toda la vida de la operación se

mantiene constante, de tal modo que la inflación juega a nuestro favor y el importe de las cuotas se mantiene constante en toda la vida del préstamo.

- b) **Tipo variable:** El tipo de interés aplicable a la operación se establece tomando como base un índice al que se suma o resta un diferencial. El tipo de interés se ajustará periódicamente en función del comportamiento de la referencia tomada como base, dando lugar a variaciones en el importe de la cuota o en el plazo de amortización de la operación.
- c) Los tipos tomados son las Tasas Efectivas Anuales, por lo que recogen el efecto de las comisiones.
- d) **Tipo mixto:** Estas operaciones funcionan como una operación a tipo fijo durante un determinado periodo de tiempo y posteriormente se fija un tipo de referencia y un diferencial durante el resto de la vida de la operación. Así pues, funciona exactamente igual que una operación a tipo fijo durante un período determinado y posteriormente como una operación a tipo variable.
- e) En estos casos, no debemos fijarnos exclusivamente en el tipo inicial sino en la referencia, que es la que va a determinar el tipo resultante durante el resto de la vida de la operación.

Gastos

La gran diferencia entre los préstamos personales y los hipotecarios es que en estos últimos el importe de los gastos es mucho mayor por lo que este tipo de operaciones se realiza a largo plazo y para importes elevados, pues de otra forma el importe de los gastos anularía el diferencial entre los tipos de interés aplicados.

Los diferentes gastos en que incurrimos en un préstamo hipotecario los podemos dividir en varios bloques.

2.3. Marco Conceptual

Definición de micro y pequeñas empresas: Comercio de productos lácteos

El comercio de productos lácteos.

Se refiere a la producción y comercio de los alimentos como la leche y sus derivados como el yogur y el queso que llegan al consumidor.

Definiciones de financiamiento:

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Por otro lado, es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo (Pérez& Campillo, 2011).

Así mismo, el financiamiento es el mecanismo el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés, por lo general es una tasa de interés es compuesto lo que significa que son capitalizados cada mes.

2.3 Hipótesis

a) Hipótesis General

La caracterización del financiamiento de las Mypes influyen en el sector comercio rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

b) Hipótesis específicas

- Las características de los representantes legales de las Mypes influyen en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.
- Las características de la competitividad de las Mypes influyen en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.
- Las características de financiamiento de las Mypes inciden en el sector comercio rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

III. METODOLOGÍA

El Tipo de Investigación

El tipo de Investigación es transeccional.

Nivel de Investigación

El nivel de Investigación es Descriptivo

3.1 Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.

No experimental, porque no se manipulará deliberadamente a la variable en

estudio, se presentará tal y como se muestra en la realidad.

Transversal, porque el estudio se realizará en un espacio de tiempo determinado con un inicio y un fin específicamente el año 2014.

Descriptivo, porque sólo se describirá las partes más relevantes de la variable en estudio.

3.2 Población y Muestra

La población está conformada por todas las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

Y la que constituirá la misma cantidad en la muestra en aplicar que de 11 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro mencionado.

3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

| Variable | Concepto | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|---|--|-----------------------------|--|----------|
| Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas | Son algunas características relacionadas con el financiamiento | Fuente de financiamiento | <ul style="list-style-type: none"> • Capital propio • Terceros | Nominal |
| | | Financiamiento de terceros | <ul style="list-style-type: none"> • Entidades bancarias • Entidades no bancarias • Informales | Nominal |
| | | Inversión | <ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo • Maquinarias y equipos • Insumos y materia prima | Nominal |
| | | Monto de crédito solicitado | • | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 1000 • De 1001 a 5000 • De 5001 a 10000 • De 10001 a más | Rango |
| | | Interés | <ul style="list-style-type: none"> • 0 -10 % • 11- 20% • 20% - Más | Rango |
| | | Plazo | <ul style="list-style-type: none"> • Corto plazo • Mediano plazo • Largo plazo | Nominal |
| | | Entidad financiera | <ul style="list-style-type: none"> • Bancos • Caja municipales • Cooperativos | Nominal |

| | | | | |
|---|--|---|--|----------------|
| <p>Perfil de los propietarios y/o representantes de las Micro y pequeñas empresas</p> | <p>Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas</p> | <p>Edad</p> | <ul style="list-style-type: none"> • De 18 a 50 • De 31 a 40 • De 41 años a más | <p>Rango</p> |
| | | <p>Grado de Instrucción</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Superior • Ninguna | <p>Nominal</p> |
| | | <p>Cargo</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Administrador • Representante | <p>Nominal</p> |
| | | <p>Nº Empleados en la empresa</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 1 - 4 trabajadores • 5 - 10 trabajadores • 10 - más trabajadores | <p>Razón</p> |
| | | <p>Años de permanencia en la actividad y el rubro</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 1 - 2 años • 3 - 4 años • 5 - más años | <p>Razón</p> |
| | | <p>Objetivo de la Micro y pequeña empresa</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias • Subsistencia | <p>Nominal</p> |

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnica, Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

Instrumento, Para el recojo de la información de la investigación se aplicará un cuestionario de 13 preguntas cerradas, en base a la variable financiamiento y sector comercio – rubro alimentos lácteos.

3.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio.

El procesamiento de los datos se realizó en el programa Microsoft Excel.

3.6 Matriz de Consistencia

| TITULO DE LA INVESTIGATION | FORMULACION DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLE | TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION | DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | POBLACION Y MUESTRA |
|---|---|---|--|---|---|-------------------------|--|
| Caracterización del financiamiento de las Mypes del sector comercio – rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014. | <p>General ¿Cómo influye la caracterización del financiamiento de las Mypes en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014?</p> <p>Específicos ¿Cómo inciden las características de los representantes legales de las Mypes en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta Provincia de Huaura, 2014? ¿Cómo influye las características de la competitividad de las Mypes en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014? ¿Cómo inciden las formas de financiamiento de las Mypes en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014?</p> | <p>Objetivo General: Determinar la caracterización de financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.</p> <p>Objetivos Específicos: Determinar las principales características de los representantes legales de Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura 2014.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar las principales detalles competitivas de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura 2014. • Conocer las principales características del financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura 2014. | <p>Hipótesis General La caracterización del financiamiento de las MYPES influyen en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura 2014.</p> <p>Específicos •Las características de los representantes legales de las Mypes influyen en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014. •Las características de la competitividad de las MYPES influyen en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014. •Las características de financiamiento de las MYPES inciden en el sector comercio – rubro alimentos lácteos en el distrito de Végueta - Provincia de Huaura 2014.</p> | <p>Variable CARACTERIZACION FINANCIAMIENTO: Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuente de financiamiento. - Financiamiento de terceros. - Inversión. - Monto de crédito. - Interés. - Plazo. - Entidad financiera. | <p>Tipo transeccional Nivel Descriptivo</p> | No experimental | <p>Población.- 11 Micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta Provincia de Huaura- 2014.</p> <p>Muestra.- Se trabajara con la misma población en estudio, ípor ser pequeña y darle mayor confiabilidad</p> |

3.7 Principios Éticos

Debe reconocerse, sin embargo, que la confidencialidad de la información es parte de los estatutos o de las leyes comunes y por consiguiente los requerimientos éticos detallados dependerán de la ley del país de cada asociación miembro.

Confiabilidad: La presente investigación se llevó a cabo basándose en el principio de confiabilidad porque se obtuvieron datos reales para posteriormente tomarlas como fuentes totalmente confiables.

La palabra confiabilidad designa la probabilidad de que un sistema cumpla satisfactoriamente con la función para la que fue diseñado, durante determinado período y en condiciones especificadas de operación. Así un evento que interrumpa ese funcionamiento se denomina falla.

El desarrollo de las concepciones y técnicas para el análisis de confiabilidad de componentes, equipos y sistemas ha estado asociado al desarrollo de tecnologías complejas y de alto riesgo, tales como la aeronáutica, militar y nuclear. Las primeras preocupaciones surgieron en el sector aeronáutico.

Durante la guerra de Corea el Departamento de Defensa de los Estados Unidos realizó estudios de fiabilidad de equipos electrónicos militares, cuyos fallos estaban ocasionando graves pérdidas económicas y disminución de la efectividad militar. Debido a esto, la relación entre confiabilidad, costos y mantenimiento adquirió gran importancia. Desde entonces, las compras de equipos electrónicos por las fuerzas armadas de los Estados

Unidos fueron reglamentadas según especificaciones de confiabilidad de los equipos.

En la década de 1950 comenzó el desarrollo de la industria nuclear, y los conceptos relacionados con la confiabilidad fueron usados de forma creciente en el diseño de las plantas nucleares y de sus sistemas de seguridad.

Hasta principios de los años 60's los estudios teóricos y prácticos sobre confiabilidad eran realizados fundamentalmente en los Estados y la Unión Soviética. En esta década los estudios se extienden hacia otros países y también hacia otras tecnologías. Además, tiene lugar un gran desarrollo de los fundamentos y de los conceptos teóricos relacionados con la confiabilidad, y se produce la consolidación de la Teoría de la Confiabilidad. En esta época se expone por primera vez una teoría matemática de la confiabilidad (Barlow and Proschan (1964, 1975) y Gnedenko et al. (1965)).

La confianza es la seguridad hacia una persona firme que alguien tiene hacia otra persona o cosa. “Tengo la confianza necesaria para derrotar al rival”. Confianza se refiere, por otra parte, a la familiaridad en el trato: No hace falta que te peines cada vez que voy a tu casa, ya tenemos bastante confianza”, “¿Cómo te atreves a hablarme de esa forma? Nunca te di semejante confianza”. Para la psicología social y la sociología, la confianza es un hipótesis que se realiza sobre la conducta futura del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determina situación: “Voy a contarle todo a mi padre, tengo confianza en que me entienda y me ayude”. En este sentido, la confianza puede reforzarse o debilitarse de acuerdo a las acciones de la

otra persona. En el ejemplo anterior, si el padre ayuda a su hijo, la confianza saldrá fortalecida; pero de lo contrario, la confianza se verá traicionada y, en el futuro lo más probable es que el hijo no actúe de la misma forma. La confianza supone una suspensión, al menos temporal, de la incertidumbre respecto a las acciones de los demás. Cuando alguien confía en el otro, cree que puede predecir sus acciones y comportamientos. La confianza, por lo tanto, simplifica las relaciones sociales.

El término confiabilidad es usado generalmente para expresar un cierto grado de seguridad de que un dispositivo o sistema opera exitosamente en un ambiente específico durante un cierto período. La moderna concepción cuantitativa de la confiabilidad tuvo sus orígenes en la tecnología militar y espacial. Sin embargo, el incremento en la complejidad de los sistemas, la competitividad en el mercado, y la creciente competencia por presupuesto y recurso han originado la expansión de la disciplina a muchas otras áreas. Cuando la confiabilidad se define cuantitativamente puede ser especificada, analizada, y se convierte en un parámetro del diseño de un sistema que compite contra otros parámetros tales como costo y funcionamiento.

Respeto a la dignidad humana: Se respeta la dignidad humana de todos los involucrados directos e indirectos en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción tomando en cuenta sus conocimientos, opiniones. Toda la información que se obtiene es valiosa e inviolable.

La dignidad se basa en el reconocimiento de la persona de ser merecedora de respeto, es decir que todos merecemos respeto sin importar cómo seamos. Al

reconocer y tolerar las diferencias de cada persona, para que ésta se sienta digna y libre, se afirma la virtud y la propia dignidad del individuo, fundamentado en el respeto a cualquier otro ser. La dignidad es el resultado del buen equilibrio emocional. A su vez, una persona digna puede sentirse orgullosa de las consecuencias de sus actos y de quienes se han visto afectados por ellos, o culpable, si ha causado daños inmerecidos a otros. La misma dignidad que nos pone por encima de la naturaleza, pues podemos transformarla también en nosotros mismos, contenerla, regularla, nos hace responsables. Un exceso de dignidad puede fomentar el orgullo propio, pudiendo crear la sensación al individuo de tener derechos exclusivos (privilegios).

La dignidad refuerza la personalidad, fomenta la sensación de plenitud y satisfacción. Para justificar la esclavitud se decía que el esclavo no era persona humana, sino un objeto, al igual que judíos, gitanos y homosexuales durante el nazismo. Es constante en la historia de la humanidad negar la dignidad humana para justificar y justificarse en los atentados contra ella.

La dignidad es reconocida por los seres humanos sobre sí mismos, como un producto de la racionalidad, la autonomía de la voluntad y el libre albedrío, aunque los críticos sobre esta forma de asignar dignidad indican que existen humanos que bajo ese criterio no podrían tenerla: bebés, niños, disminuidos psíquicos profundos, seniles, dementes, etc.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Características de los representantes de las Mypes

Tabla N° 1.

Edad del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta- Provincia de Huaura, 2014.

| Datos representantes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|-----------------------|-------------------------------------|---------------|
| De 18 a 30 | 1 | 9% |
| de 31 a 40 | 6 | 55% |
| de 41 años a más | 4 | 36% |
| Total | 11 | 100.0% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta- Provincia de Huaura, 2014.

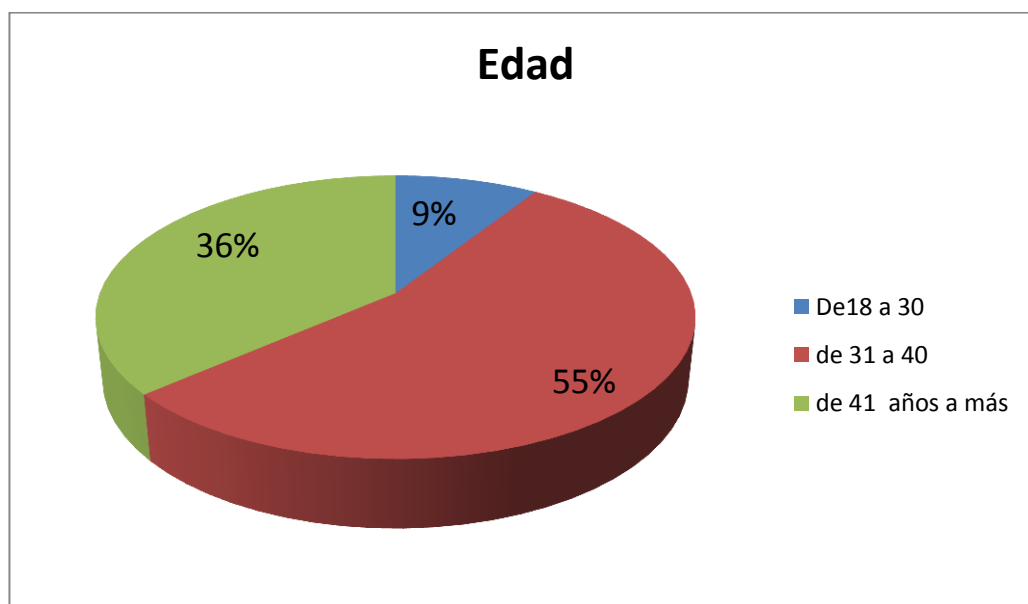


Gráfico N° 1

Edad del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta,- Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 1 y figura 1 respecto a la característica de los representantes de las Mypes se observa que el 55% tienen entre 31 a 40 años

.Tabla N° 2.

Grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

| Datos representantes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|------------------------------|--|-------------------|
| Primaria | 0 | 0% |
| Secundaria | 6 | 55% |
| Superior | 5 | 45% |
| Ninguna | 0 | 0% |
| Total | 11 | 100.0% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

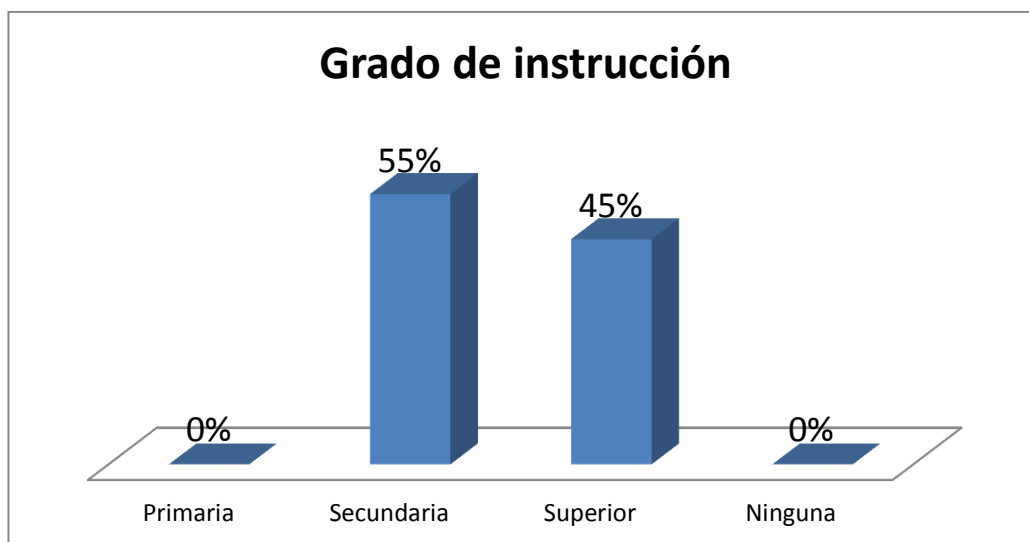


Gráfico N° 2.

Grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 2 y figura 2 respecto a la característica de los representantes de las Mypes se observa que el 55% tienen secundaria completa.

Tabla N° 3.

Cargo del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

| Datos representantes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|------------------------------|--|-------------------|
| Propietario | 6 | 54.5% |
| Administrador | 1 | 9.1% |
| Representante | 4 | 36.4% |
| Total | 11 | 100.0% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

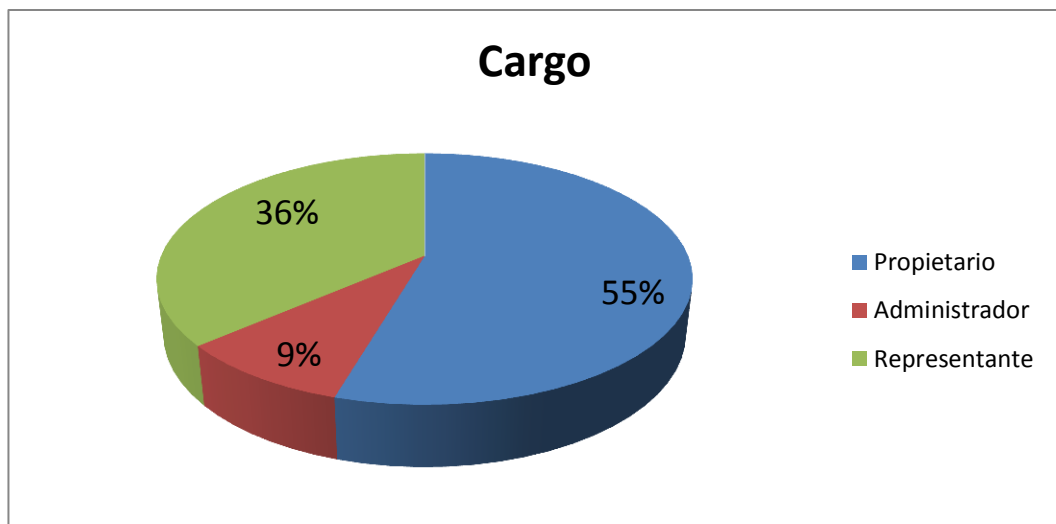


Gráfico N° 3.

Cargo del representante de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta,- Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 3 y figura 3 respecto a la característica de los representantes de las Mypes se observa que el 55% son los propietarios de su propia empresa.

4.1.2 Características de las Mypes

Tabla N° 4.

Número de empleados en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta-Provincia de Huaura, 2014.

| Datos de las Mypes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|----------------------------|--|-------------------|
| De 1 a 4 | 1 | 9% |
| De 5 a 10 | 5 | 45.5% |
| De 10 a más | 5 | 45.5% |
| Total | 11 | 100.0% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

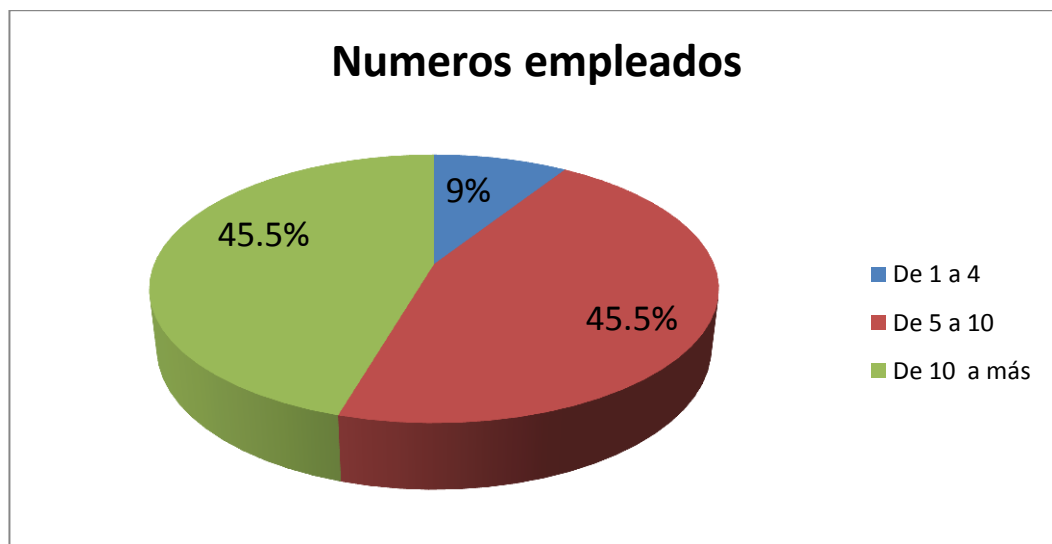


Gráfico N° 4.

Número de empleados en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 4 y figura 4 respecto a la característica de las Mypes se observa que el 45,5% tienen de cinco a más empleados.

Tabla N° 5.

Permanencia en la actividad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

| Datos de las Mypes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|----------------------------|--|-------------------|
| 1 a 2 años | 2 | 18% |
| 3 a 4 años | 7 | 64% |
| Más de 5 años | 2 | 18% |
| Total | 11 | 100.0% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

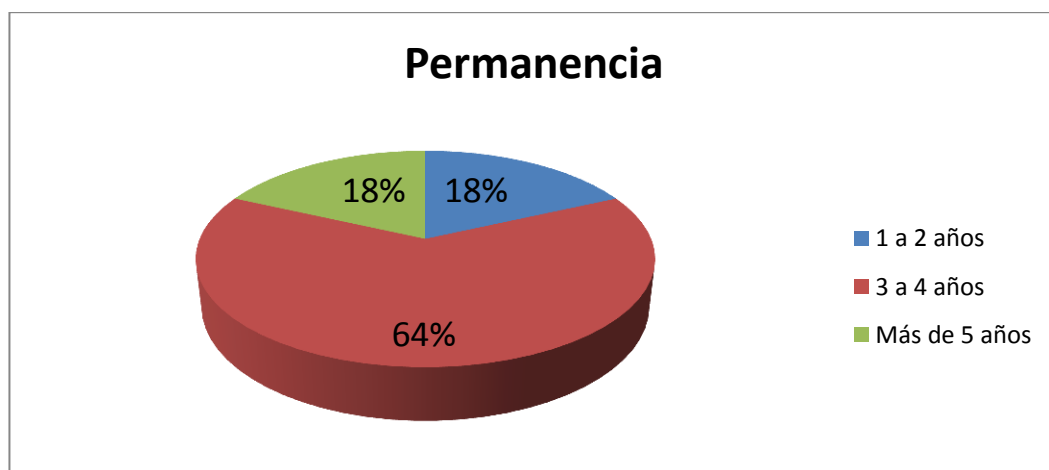


Gráfico N° 5.

Permanencia en la actividad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 5 y figura 5 respecto a la característica de las Mypes se observa que el 64% tienen entre tres a cuatro años en el rubro del comercio de alimentos lácteos.

Tabla N° 6.

Objetivos de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

| Datos de las Mypes: | Número de micro y pequeñas empresas | Porcentaje |
|----------------------------|--|-------------------|
| Generar ganancias | 7 | 64% |
| Subsistencia | 4 | 36% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

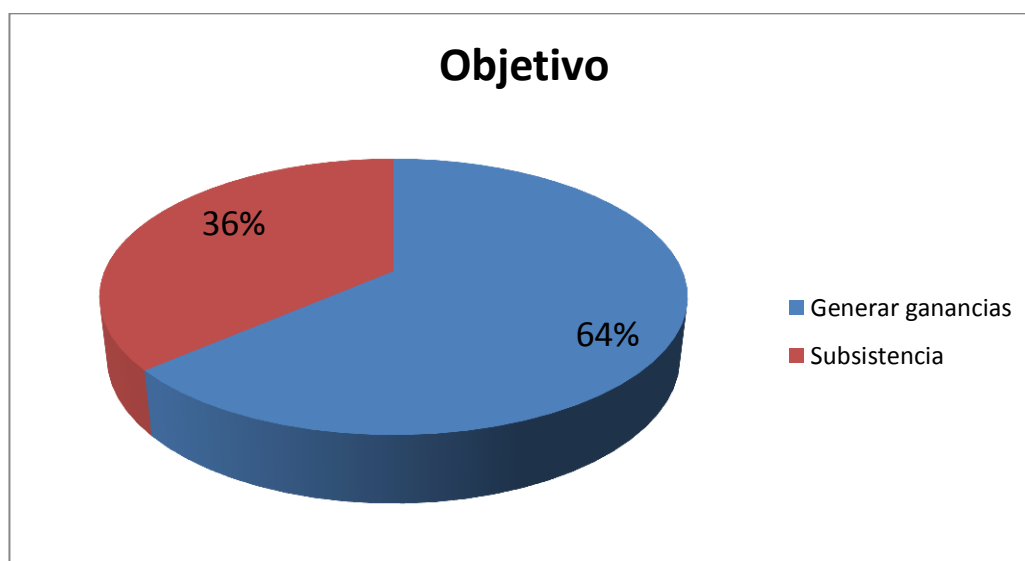


Gráfico N° 6.

Objetivos de las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 6 y figura 6 respecto a la característica de las Mypes se observa que el 64% tienen por objetivo de generar ganancias.

4.1.3 Características de financiamiento de las Mypes

Tabla N° 7.

Fuente de financiamiento de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta -Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| Capital propio | 0 | 0.0% |
| Terceros | 11 | 100.0% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

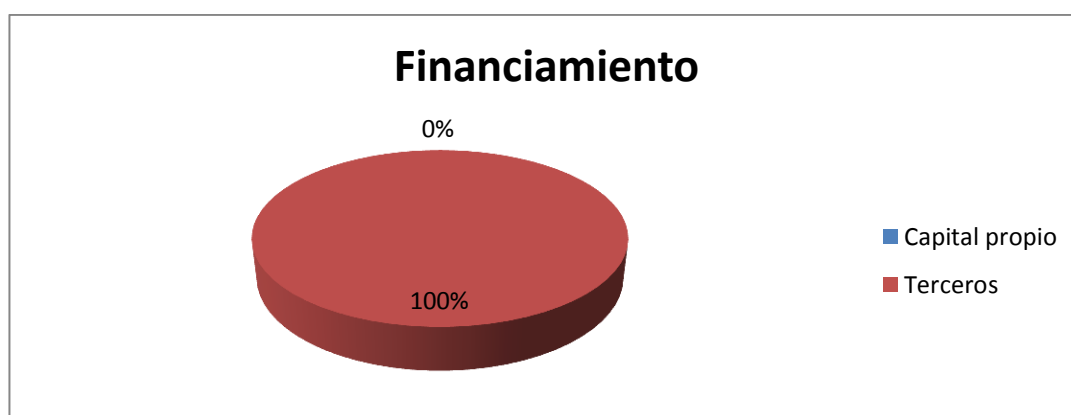


Gráfico N°7.

Fuente de financiamiento de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

En la tabla 7 y figura 7 respecto a la fuente de financiamiento de las Mypes se observa que el 100% lo hacen por financiamiento de tercero

Tabla N° 8.

Fuente de financiamiento por terceros de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| Bancarias | 7 | 63.6% |
| No bancarias | 3 | 27.3% |
| Informales | 1 | 9.1% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

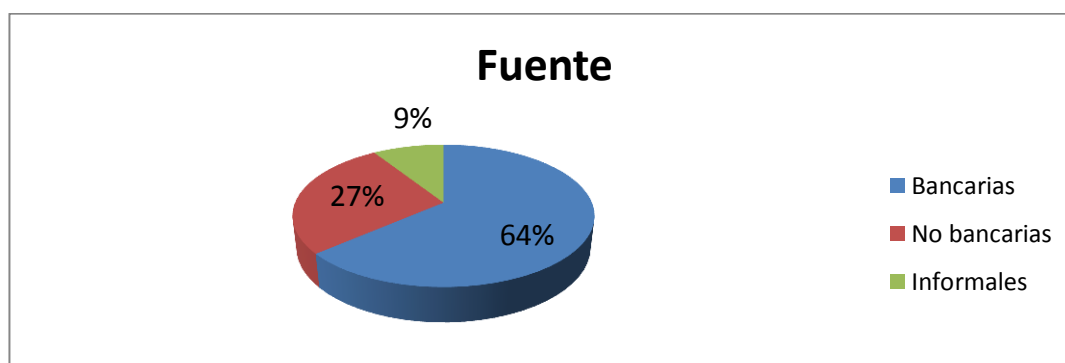


Gráfico N° 8.

Fuente de financiamiento por terceros de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Vegueta,- Provincia de Huaura, 2014

En la tabla 8 y gráfico 8 respecto a la fuente de financiamiento por terceros de las Mypes se observa que el 64% lo hacen por entidades Bancarias, el 27% no bancaria y el 9% por informales.

Tabla N° 9.

Inversión de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Vegueta - Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|--|----------------------------|-------------------|
| Capital de trabajo | 3 | 27.3% |
| Maquinaria y equipos-insumos y materia prima | 8 | 72.7% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

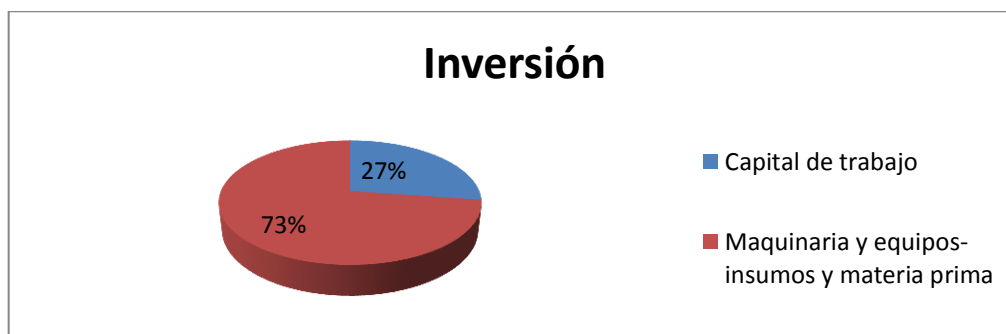


Gráfico N° 9

Inversión las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014

En la tabla 9 y figura 9 respecto a la inversión realizada por las Mypes se observa que el 73% invirtieron en maquinaria y equipos – insumos y materia prima, el 27% para el capital de trabajo.

Tabla N° 10.

Monto de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| De 0 a 1000 | 1 | 9.1% |
| De 1001 a 5000 | 3 | 27.3% |
| De 5001 a 10000 | 5 | 45.5% |
| De 10001 a más | 2 | 18.2% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

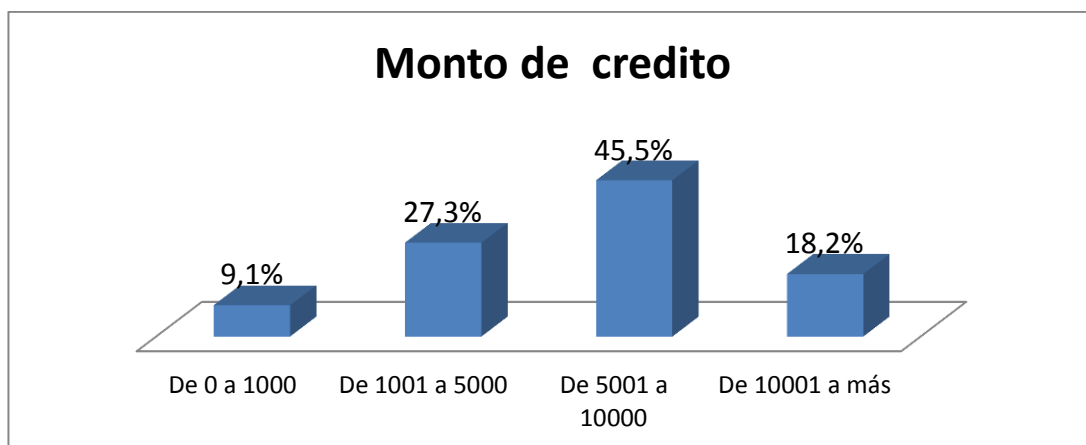


Gráfico N° 10

Monto de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014

En la tabla 10 y figura 10 respecto al monto de crédito realizada por las Mypes se observa que el 45,5% adquirieron entre 5001 a 10000 soles de préstamo, el 27,3% entre 1001 a 5000, el 18,2% de 10001 a más y el 9,1% entre 0 a 1000.

Tabla N° 11.

Interés de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|--------------|---------------------|-------------|
| De 0 a 10% | 1 | 9.1% |
| De 11 a 20% | 9 | 81.8% |
| De 20% a mas | 1 | 9.1% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta – Provincia de Huaura, 2014.

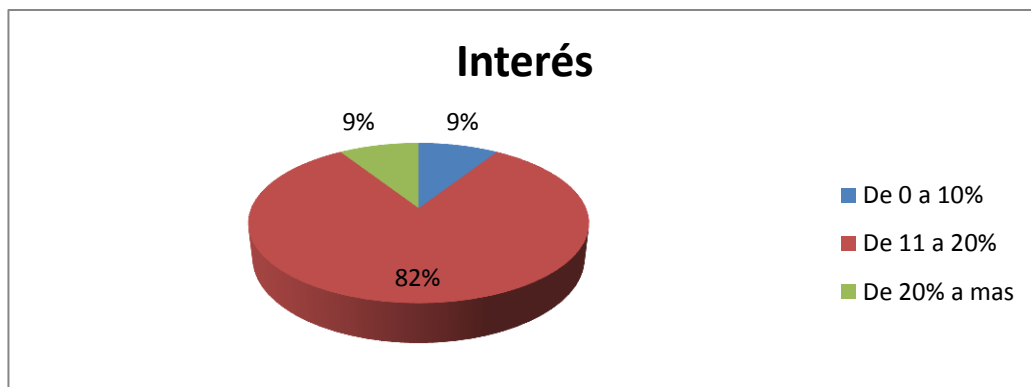


Gráfico N° 11

Interés de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta, - Provincia de Huaura, 2014

En la tabla 11 y figura 11 respecto al interés del crédito realizada por las Mypes se observa que el 82% asumieron entre 11 a 20 por ciento, el 9% de 0 a 10 y el 9% de 20 a más.

Tabla N° 12.

Plazo de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta,- Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| Corto plazo | 2 | 18.2% |
| Mediano plazo | 6 | 54.5% |
| Largo plazo | 3 | 27.3% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta- Provincia de Huaura, 2014.

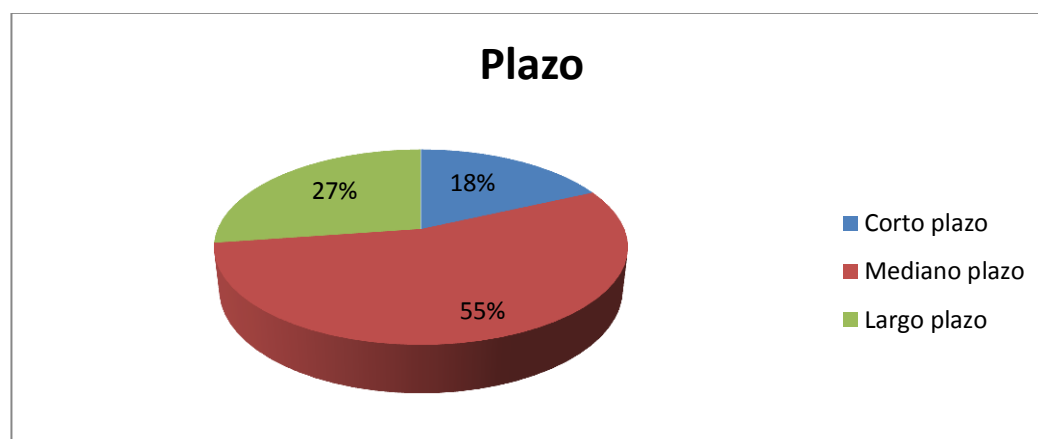


Gráfico N° 12

Plazo de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura. 2014

En la tabla 12 y figura 12 respecto al plazo del crédito realizada por las Mypes se observa que el 55% asumieron el mediano plazo, el 27% largo plazo y el 18% corto plazo.

Tabla N° 13.

Entidad financiera de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta -Provincia de Huaura, 2014.

| Alternativas | Frecuencia absoluta | Porcentaje |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| Bancaria | 7 | 63.6% |
| Cajas municipales | 3 | 27.3% |
| Otros | 1 | 9.1% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

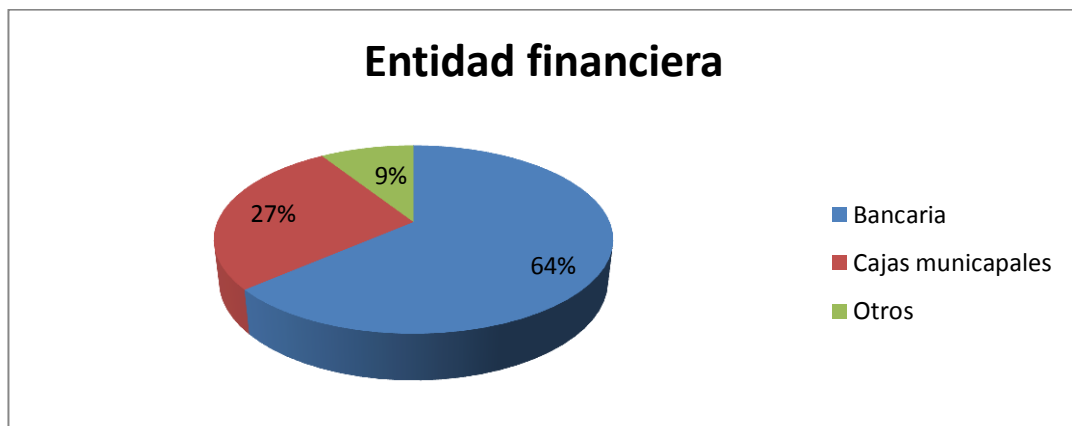


Gráfico N° 13

Entidad financiera de crédito de las Mypes, sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014

En la tabla 13 y figura 13 respecto a la elección de la entidad financiera del crédito realizada por las Mypes se observa que el 64% recurrieron a los bancos, el 27% a cajas municipales y el 9% otras entidades.

Análisis de resultados

4.2.1 Características de los representantes de las Mypes sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta- Provincia de Huaura, 2014

Según los resultados se observa que el 55 % de los empresarios de las Mypes en el rubro del comercio de alimentos lácteos del distrito de Végueta están entre 31 a 40 años de edad, esta información coincide parcialmente con la información encontrada por Calderón (2014) en las Mypes del sector comercio - Rubro Librerías, del Centro Comercial Espinar, Chimbote donde encontró la edad entre 35- 50 años. Esta edad adulta permite la combinación de experiencia y juventud para el rubro que implica interacción constante con el ganado y manipulación de equipos.

En cuanto a los estudios realizados 54,5% de los empresarios tienen secundaria completa, esto coincide con Gamarra (2011) en micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María donde el 60% tienen grado de instrucción secundaria. La incursión en este negocio sale desde la juventud, sumado a la necesidad de trabajo se insertan a la actividad laboral como trabajo temporal en la edad escolar de secundaria.

El 100% de los encuestados son los representantes de las Mypes, de los cuales el 54,5% son los propietarios de su propia empresa. Esto se debe a una de las características básicas de las Mypes de ser propietario y trabajador a la vez.

4.2.2 Características de las Mypes sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta – Provincia de Huaura, 2014

Los resultados sobre la cantidad de trabajadores el 45,5% tienen de cinco a más empleados. Esta información guarda relativa relación con los datos obtenidos por Otero (2013), donde el 86% manifestó que laboran de 1 a 10 trabajadores. Esto debido a que el rubro está inclinado directamente a la agricultura, hace que se cuente con personal adecuado.

El 63,6% tienen entre tres a cuatro años en el rubro del comercio de alimentos lácteos, esta información se relaciona con Depaz (2015) donde el 46,7% tienen de 3 a 4 años en la actividad empresarial en el rubro venta de productos agroindustriales en el distrito de Chimbote, año 2013. La relación adulto joven y experiencia en el rubro hace la actividad motivante para ellos.

El 63,6% tienen por objetivo de generar ganancias, este resultado coincide con lo encontrado por Depaz (2015) donde el 100% de las Micro y pequeñas empresas, indica que su objetivo es generar ganancias, esta información también coincide con la información obtenida por Rubio (2013) y Covarrubias (2013), donde aseguran que las Micro y pequeñas empresas se han formado para la obtención de ganancias en un 89% y 100% respectivamente.

4.2.3 Características de financiamiento de las Mypes sector comercio – rubro alimentos lácteos del distrito de Végueta – Provincia de Huaura, 2014

El 100% de los representantes encuestados manifiestan que su fuente de financiamiento es de terceros (Tabla 03), esta información guarda relación con la información obtenida por Covarrubias (2013) donde obtuvo como resultados que el 50% obtuvieron financiamiento de terceros.

El 164% de las Micro y pequeñas empresas, solicitó financiamiento por entidades bancarias, esta información coincide con la información obtenida por Rubio (2013), en donde encontró que el 67% ha solicitado un crédito financiero en el año 2011 de igual forma que Otero (2013) donde el 57% recibieron financiamiento.

El 73% lo invirtió en maquinarias y equipos, esta información guarda relación con la información obtenida por Gamarra (2011) y por Otero (2013) , quienes encontraron que también invirtieron en activo fijo como maquinarias y equipos en un 60% y 64% respectivamente; as{ mismo, no guarda relación con la información obtenida por Martínez (2011) y Rubio (2013) quienes encontraron que entre el 67% y 80% de los empresarios invirtieron en capital de trabajo, de la misma forma Covarrubias (2013) en su investigación obtuvo que el 48% lo invirtió en mantenimiento y modificación del local.

El 45,5% solicitó de 5001 a 10000 soles, esta información no coincide con la información obtenida por Martínez (2011) quien encontró que el 40% de los encuestados recibieron más de 10000, de igual forma tampoco coincide con Rubio (2013), quienes encontraron que el 89% solicitó crédito por un monto entre 10000 y 50000.

El 82% asumieron la tasa de interés entre 11 a 20 por ciento, esta información guarda relación con lo encontrado por Rubio (2013) en Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote donde solicitó crédito por un monto entre 10000 y 50000, al 78% le dieron a una tasa de interés del 10% al 20% anual, el 67% del crédito solicitado fue destinado para capital de trabajo.

El 55% de los encuestados solicitaron crédito a mediano plazo, debido a que los productos agropecuarios son costosos y no se puede financiar en menos de 1 año, ni tampoco se puede correr el riesgo de financiarlo al largo plazo, porque se necesitará en menos de 5 años volver a pedir financiamiento para una nueva adquisición.

El 64% solicitó crédito en los bancos, esta información se relaciona con lo encontrado por Otero (2013) quien encontró que el 50% solicitaron de Scotiabank. Los bancos ofrecen múltiples productos y servicios que hacen atractivo y de fácil acceso.

5. CONCLUSIONES

- La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 40 años, tienen estudios secundarios y son los propietarios de su propia empresa
- La mayoría de Mypes tienen de 5 a más trabajadores, una mayoría relativa permanece en el mercado de 3 a 4 años y tienen como objetivo generar ganancias.
- La totalidad de las Mypes solicitaron financiamiento por terceros y lo recibieron de entidades bancarias, la mayoría lo invirtieron en maquinarias y equipos, el monto que solicitaron fue a mediano plazo en bancos y por montos de S/.5 001 a S/. 10 000 soles a una tasa de interés entre 11 a 20 por ciento.
- El financiamiento moviliza activamente a las Mypes del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014.

Referencias bibliográficas

- Calderón, C. (2014) Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mypes, sector comercio, rubro librerías del centro comercial Espinar, Chimbote – 2011. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Lima. Chimbote.
- Choy, E. (2010). Competitividad de las micro y pequeñas empresas (mypes) ante el tratado de libre comercio (TLC). Lima, Perú. Recuperado de: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2010/V17n33-I/pdf/a12v33n1.pdf>
- COFIDE. (2001). Análisis económico. Primera Edición. Recuperado de <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/iep/ddtlibro1.pdf>
- Covarrubias, N. (2013). Caracterización el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil – rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de Lima, departamento de Lima, Periodo 2012 – 2013. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Lima. Perú.
- Depaz, W. (2015) Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos agroindustriales del distrito de Chimbote, año 2013. Tesis para optar el título profesional de Administradora. Chimbote. Perú.
- Entebi, I. (2013) Análisis económico de las principales fuentes de financiamiento. Recuperado de https://prezi.com/4d5h2ch_7twe/analisis-economico-de-las-principales-fuentes-de-financiamie/

- Fernández, E. (2012). Consideraciones sobre las Micro y pequeñas. Recuperado de:<http://www.fogapi.com.pe/fogapizips/consideraciones%20mype.pdf>
- Gamarra, R. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 – 2010. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Tingo María. Perú.
- Gil, J. (2013). Estudio financiero y presupuesto. Recuperado de <https://prezi.com/vqox0lhsyne/untitled-prezi/>
- Ley 28015. (2003). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.
- Ley 30056. (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.
- Lopez, R. (2015), Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del Distrito de Chimbote, año 2013. (Tesis de Pregrado). Universidad Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Otero, R. (2013). Caracterización el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes en el distrito, provincia y departamento de San Martín, periodo 2012 – 2013. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote. Tesis para optar el título de licenciado en Administración. Lima. Perú.
- Montañez, T. (2012). El financiamiento de las Mype en Japon. CEEDE, Estudios Económicos. 6º edición.

Rubio, Y. (2013). Caracterización el financiamiento y la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote. Tesis para optar el título de licenciado en Administración. Lima. Perú.

Vásquez, J. (2013). Pymes peruanas, Apoyando a la pequeña y mediana empresa, Importancia de las Mype en el Perú. Lima, Perú. Recuperado de:
<http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Anexo N°01

**RELACION DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEDICADOS AL SECTOR COMERCIO – RUBRO ALIMENTOS
LACTEOS**

| N° | RAZÓN SOCIAL | DIRECCIÓN | REPRESENTANTE |
|-----------|---|---|---|
| 1 | GANADERA SAN SIMON S.A.C. | FUNDO TIROLER S/N – VÉGUETA | SANCHEZ ALAYO FIDEL ERNESTO (GERENTE) |
| 2 | ASOCIACION DE GANADEROS SEÑOR DE LOS MILAGROS-VEGUETA | CAL. NUEVA ESPERANZA MZA. 67 LOTE. 16 (COSTADO CENTRO HUMANITARIO LAS MERCEDES) – VÉGUETA | ANSELMO TEMOCHE DE COLLANTES MARIA DOMINGA (PRESIDENTE) |
| 3 | ASOCIACION SAN ISIDRO LABRADOR DEL DISTRITO DE VÉGUETA | CAL. BOLOGNESI MZA. C LOTE. 02 (CASA 2 PISOS COLOR MELON) – VÉGUETA | TORRES LA ROSA LUIS BALTAZAR (PRESIDENTE) |
| 4 | ASOCIACION YOGURT VICHAMA L | PLAZA DE ARMAS NRO. 10. – VÉGUETA | VASQUEZ LINDORJUAN(PRESIDENTE) |
| 5 | EL LECHERITO S.A | CAL. ERNESTO DIEZ CANSECO LOTE 224 – VEGUETA | AREVALO QUINTANA ADRIANA. (GERENTE) |
| 6 | ASOCIACION DE GANADEROS DE LA IRRIGACION SAN FELIPE - AGISF | PARCELA NRO. 44 AASOCIACION LA CHILAMPA (PAN. NORTE KM. 169) - VÉGUETA | MAGUIÑA NIETO AIDA NORMA (PRESIDENTE) |
| 7 | BONILLA SALCEDO ANA BRENY EIRL | AVENODA SAN ISIDRON° 144 –VÉGUETA | BONILLA SALCEDO ANA BRENY |
| 8 | SAIS PACHACUTEC S.A.C. | CALLE FRAY MELCHOR APONTE 342- VÉGUETA | ROMAN VERA JOSE SANTIAGO (ADMINISTRADOR) |
| 9 | HARAS RANCHO SUR SAC | CALLE TEODORA GOMEZ N° 201- VÉGUETA | LARCO PEDRAZA JOSE IGNACIO JESUS (GERENTE) |
| 10 | ALDAIR EIRL | JR. ALFONSO UGARTE NRO. 203- VÉGUETA | GARCUKAZOMONTES FELIX ALBERTO(GERENTE) |
| 11 | ESTABLO PIAMONTE S.A.C. | LA PERLITA N 267- VÉGUETA | CHAMORRO MARTEL ASUNCION (GERENTE) |

Anexo N° 02

CUESTIONARIO

Agradecemos que sea honesto y nos diga la verdad, para poder utilizar la información con respecto al financiamiento en su MYPE.

I. PERFIL DE REPRESENTANTES

1. Edad del representante legal de la MYPE

- a) De 18 a 50
- b) De 31 a 40
- c) De 41 a mas

2. Grado de instrucción del representante legal de las MYPE

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior universitaria.
- d) ninguna

3. Cargo del representante legal de las MYPE SECTOR LACTEOS

- a) Propietario
- b) Administrador
- c) Representante

II. PERFIL DE LAS MYPE

4. Número de trabajadores de las MYPE SECTOR LACTEOS

- a) 1 - 4 trabajadores
- b) 5 - 10 trabajadores
- c) 10 - más trabajadores

5. Tiempo en años que se encuentra en el sector u rubro

- a) 1 - 2 años
- b) 3 - 4 años
- c) 5 - más años

6. Motivo de su creación como MYPE SECTOR COMERCIO RUBRO ALIMENTOS LACTEOS

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

III. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE

7. ¿Cómo financia su actividad productiva?

- a) Financiamiento propio (autofinanciado)
- b) Financiamiento de terceros

8. ¿Si el financiamiento es de terceros: ¿De qué tipo de entidades financieras ha obtenido los créditos?

- a) Entidades bancarias
- b) Entidades no bancarias
- c) Informales

9. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que obtuvo?

- a) Capital de trabajo
- b) Maquinarias y equipos Insumos y materia prima

10. ¿Cuánto fue el monto aproximado que solicitó?

- a) 0 – 1,000 soles
- b) 1,001 – 5,000 soles
- c) 5,001 – 10,000 soles
- d) 10,001 – Más

11 ¿Qué tasa de interés pago por su crédito?

- a) 0 -10 %
- b) 11- 20%
- c) 20% - Más

12. ¿Qué plazo de crédito asumió?

- a) Corto plazo
- b) Mediano plazo

c) Largo plazo

13. Según su parecer ¿Qué entidades financieras otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito?

a) Entidades bancarias

b) Entidades no bancarias

c) Informales