

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**TÍTULO:**

“Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Piñal del Distrito de Villa Rica, 2017”

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR:**

Bach. Elva Carmen Bartolo Quispe

**ASESOR:**

Mgtr. CPCC Alex Maraví Castro

**SATIPO – PERÚ**

**2018**

**I. TITULO DE LA TESIS:**

“Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017”

**FIRMA DEL JURADO Y DEL ASESOR**

---

Mgr. CPCC. LOPEZ SAUZA JOSE LUIS    Mgr. CPCC VILCA RAMIREZ ROSELLY

MIEMBRO

MIEMBRO

---

Mgr. CPCC. MOTOYA TORRE SILVIA VIRGINIA

PRESIDENTE

---

Mgr. CPCC Alex Maraví Castro

ASESOR

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, A DIOS por la fuerza y la salud que me brindó para salir adelante y por haberme guiado por el camino de la perseverancia y la sabiduría.

También a mis padres, a mi familia, incluso a mi asesor de tesis y a toda esa gente que de una manera u otra siempre estuvo a mi lado apoyándome, levantándome cada que rendía, dándome ánimos para continuar hasta el final

## **DEDICATORIA**

A Dios Todopoderoso, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi familia por creer en mí y  
Darne la ayuda para no desfallece  
en el intento, mis logros son de ella dado que me guio  
para ser un gran profesional.

## RESUMEN

La presente investigación, tuvo titulada como objetivo general Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro piñal del Distrito de Villa Rica, periodo 2017. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 microempresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: a) Respecto a los empresarios dueños: El 87% de los dueños de las Mypes son adultos. Respecto a las características de las Mypes. Entre las principales características de las Mypes se puede señalar que tiene más de tres años de funcionamiento representando el 80% y así mismo los motivos de la formación es del 80% por subsistencia. Respecto al financiamiento: En lo referente a financiamiento El 70% de las Mypes encuestadas recibieron crédito del sistema no bancario. Respecto a la capacitación: Del 60% considera la capacitación como una inversión. Respecto a la rentabilidad. El 70% Cree que la rentabilidad de su negocio no ha disminuido.

Palabras claves: Financiamiento, capacitación, rentabilidad, Mypes.

## **ABSTRACT**

This research had as its overall objective Describe the main characteristics of the financing, training and performance of micro and small enterprises in commerce - District category Piñal Villa Rica, period 2017. The research was descriptive, to carry out a population-based sample of 15 micros, whom I we applied a questionnaire of 20 questions, using the technique of the survey, the following results were selected: a) For owner's entrepreneurs: The 87% of the owners of MSEs are adults. Regarding the characteristics of MSEs. The main characteristics of MSEs can be noted that having more than three years of operation accounting for 80% and likewise the reasons for the formation is 80% for subsistence. Regarding financing: With regard to financing 70% of MSEs surveyed received no credit from the banking system. Regarding training: From 60% consider training as an investment. Regarding profitability. 70% Do you think the profitability of your business has not diminished.

Keywords: Finance, training, profitability, Mype

## CONTENIDO

Nº	Pág.
1. Caratula	i
2. Título de tesis	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento	iv
5. Hoja de dedicatoria	v
6. Resumen	vi
7. Abstract	vii
8. Contenido	viii
9. Índice de tablas	xi
<b>I. INTRODUCCION</b>	12
1.1 Planteamiento del Problema	13
1.1.1 Caracterización del problema	
1.1.2 Enunciado del problema	
1.2 Objetivos de la investigación	14
1.2.1 Objetivo general	
1.2.2 Objetivos específicos	
1.3 Justificación de la investigación	15
<b>II. REVISION DE LA LITERATURA</b>	
2.1 Antecedentes	
2.1.1 Internacionales	17
2.1.2 Nacional	21
2.1.3 Regionales	24
2.1.4 Local	27

2.2 Bases teóricas	
2.2.1 Teoría del financiamiento	28
2.2.1.1 ¿Qué es el financiamiento?	35
2.2.1.2 Teoría de financiamiento	36
2.2.2 Teoría de capacitación	31
2.2.3 Teoría de rentabilidad	51
2.2.4 Teoría de las Mypes	53
2.2.4.1 ¿Qué es una Mype?	
2.2.5 Sector Productivo	54
<b>III. METODOLOGIA</b>	<b>57</b>
3.1 Diseño de la investigación	
3.2 Nivel de investigación	
3.3 Diseño de la investigación	
3.4 Población y muestra	
3.5 Definición y operacionalización de variables e indicadores	60
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
3.7 Plan de análisis	68
3.8 Matriz de consistencia	65
3.9 Principios éticos	67
<b>IV. RESULTADOS</b>	
4.1.1 Respecto al financiamiento	68
4.1.2 Respecto a la capacitación	72
4.1.3 Respecto a la rentabilidad	74
4.1.4 Respecto los empresarios	76
4.1.5 Respecto a las Mypes	78

4.2 Análisis de resultados	80
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>82</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>83</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS:</b>	
- Formatos de encuesta	86
- Presupuesto	89
- Cronograma de actividades	90

## Índice de tablas

	Pag.
Tabla N <sup>a</sup> 12 .....	91
Tabla N <sup>a</sup> 13 .....	92
Tabla N <sup>a</sup> 14 .....	93
Tabla N <sup>a</sup> 15 .....	94
Tabla N <sup>a</sup> 16 .....	95
Tabla N <sup>a</sup> 17 .....	96
Tabla N <sup>a</sup> 18 .....	97
Tabla N <sup>a</sup> 19 .....	98
Tabla N <sup>a</sup> 20 .....	99

## **I. INTRODUCCION**

En lo que respecta al comercio rubro piñales en la Ciudad de Villa Rica Distrito que pertenece a la Provincia de Oxapampa, Departamento Pasco, hasta la fecha no se ha trabajado o desarrollado un trabajo sistemático de investigación a fin de conocer sus dificultades, en fin, su problematización en los últimos años por lo que se ve interesante llevar a cabo la siguiente investigación:

CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACION Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO PIÑAL DEL DISTRITO DE VILLA RICA, PERIODO 2017.

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesitada, porque no están en competencia internacional. Ante estos problemas el gobierno ha creado un programa especial de apoyo financiero para las micro y pequeñas empresas, el cual contara inicialmente los recursos en el banco de la nación, pero esto no es suficiente porque sólo van a favorecer a las micro y pequeñas empresas del Perú. Por esta investigación se van a canalizar nuevas estrategias de desarrollo con respecto a la caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017, también se realizará el planteamiento del problema de investigación, el enunciado del problema, los objetivos generales y específicos, la justificación del problema, aporte, conocimientos y beneficio.

La presente tesis permite conocer la realidad de las MYPES del Distrito de Villa Rica departamento Pasco, desde el punto de vista económico financiero, determinando la

influencia de las fuentes de financiamiento que las mismas han utilizado para el crecimiento y desarrollo de sus negocios, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal.

Del mismo modo esto beneficia también al desarrollo económico y social del Distrito, de Villa Rica, permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPES.

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

## **1.1. Planteamiento de la Investigación**

### **1.1.1 Caracterización del problema**

La Micro y pequeña empresa (MYPE), es un sector económico que por su contribución a la producción y su importante aporte como fuente de empleo e ingreso al país, ha cobrado mucha importancia en las últimas décadas, sin embargo a pesar de su relevante papel en la economía, el sector no cuenta con el apoyo necesario para su fortalecimiento, situación por la cual la MYPE opera dentro de un entorno; cuyos actores responsables del soporte legal y técnico actúan como entes normativos, en un marco de escasa visión; que limita las oportunidades de crecimiento orientado al desarrollo del sector.

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican.

Uno de los problemas de las Mypes es no tener dinero en mano para poder invertir y poder tener acceso a los mercados nacionales e internacionales, por la carencia de políticas gubernamentales promotoras de financiamiento, el alto costo de capital por las descritas a las garantías y la falta de conocimiento crediticia, por lo que no pueden hacer frente a sus necesidades financieras para propender su desarrollo.

### **1.1.2 Enunciado del problema:**

¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017.

### **1.2.2 Objetivos Específicos:**

1. Analizar las principales características del financiamiento de las Mypes del sector comercio - rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017.
2. Describir la importancia de la capacitación de las Mypes del sector comercio - rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017.
3. Describir las características de la rentabilidad de las Mypes del sector comercio - rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017.

## **1.3 Justificación de la investigación**

La presente investigación nos accederá conocer como diagnóstico y acercamiento a la realidad a nivel exploratorio y descriptivo las características del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro piñal del Distrito de Villa Rica, 2017

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes:

#### 2.1.1 Internacionales

El acceso a los mercados extranjeros también abre el camino a nuevas ideas y metodologías que pueden mejorar el margen de competitividad de la empresa. Esa ventaja competitiva es esencial incluso para seguir viviendo en el mercado interno, en el que, por el proceso de apertura de los mercados mundiales, se manifestará pronto una creciente competencia internacional. Para obtener beneficios hay que estar decidido a emprender actividades a largo plazo. Sí sólo se piensa en exportar para superar una disminución temporal de la demanda interna, quizás convendría esperar a que pase ese momento y reforzar ulteriormente la posición de la empresa en el mercado nacional, antes de lanzarse a los mercados extranjeros. Ahora bien, para entrar en los mercados internacionales, hay que hacerse a la idea que la inversión es a largo plazo, dado los elevados costos y para mantener una credibilidad necesaria.

Zapata (2009), investigó “La generación y la Transferencia de Conocimiento en pymes del sector de las Tecnologías de la información “. Concluyendo: En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de

base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: “somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante tienes que estar constantemente. Desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Por lo que colige el investigador en lo siguiente: en la PYMES debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Otra de las conclusiones fue que el único atributo del conocimiento que facilita su transferencia es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante. Para evaluar los precios en Estados Unidos se utilizaron los precios FOB los mercados terminales más importantes de Estados Unidos. El término FOB significa “Free On Board”, lo cual quiere decir que el producto debe de ser posicionado en el puerto de entrega y que el comprador asume todo el riesgo de daño y retraso en el transporte que no sea causado por el vendedor. El comprador tiene el derecho de inspeccionar los bienes una vez que se encuentren en el lugar de destino y antes que estos sean pagados, para asegurarse de que todos los términos del contrato han sido cumplidos. El cartón de una capa tiene un peso de 11 kg, y los tamaños 5s, 6s, 7s y 8s representan el número de unidades de piña que contiene la caja, se puede observar la variación de los precios en algunos de estos mercados. Sólo aproximadamente el 10% de la producción mundial de la piña se exporta. Costa Rica es claramente el exportador de piña más importante, aunque el país centroamericano sólo es el sexto país

productor. Su valor de piña exportado alcanza casi los 260 millones de US\$. Otros países muy importantes en la exportación de piña son: Costa de Marfil (174 millones US\$) y las Filipinas (112 millones US\$). Estos tres países son responsables de la mayor parte de las exportaciones mundiales. Otros países que exportan una gran parte de su producción son Ghana (83 millones US\$), EUA (68), Honduras (39) y Ecuador (25). Perú es un exportador muy pequeño y con variaciones grandes en el tiempo como se detalla más adelante. Existen países que tiene un gran valor de exportación de piñas que no se incluyen aquí. La razón es que estos países, como por ejemplo Bélgica, Francia, Italia o Alemania, re-exportan la piña, pero NO son productores de piña, presenta los principales exportadores de piña medido a su valor en US\$. Gráfico 1: Principales países exportadores de piña en 2004, en miles de US\$. El mercado europeo es claramente el mercado más interesante para exportar la piña, aunque los Estados Unidos es el importador de piña más importante del mundo en valor y en cantidad. Hay países donde la cantidad importada y su valor están muy iguales y en otros hay grandes diferencias. Por ejemplo, en los EUA tienen una cantidad importada muy importante, pero su valor es casi la mitad. Una explicación muy probable por esto se encuentra en el capítulo. Donde se ve las enormes exportaciones de piña desde México por un valor muy bajo. El importador europeo más importante es Bélgica seguido de Francia, Italia y Alemania. Los dos importadores que no son europeos son el Japón y la República de Corea. Principales países importadores de piña (cantidad y valor), 2004.

## **2.1 Antecedentes:**

### **2.1.2 Nacional**

Vargas, (2005) en su trabajo de investigación es de “Financiamiento como Estrategia de Desarrollo para las Medianas Empresas” llegando a las siguientes conclusiones: el papel del financiamiento, sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades. Estudió cómo mejorar la intervención de los diversos factores que se oponen al desarrollo de la eficiente formación y capacitación de los recursos humanos, como también la obsolescencia de los equipos e instalaciones, así como un adecuado mantenimiento, todos estos factores atentan contra una mayor eficiencia de la producción, dificultando el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana.

Los precios utilizados en el estudio representan el costo de oportunidad de vender la piña en el mercado nacional, en vez de dedicarse a la exportación hacia Estados Unidos. Para dicho análisis hay que tomar en cuenta que la piña que es vendida nacionalmente es aquella de segunda clase, o sea, que no reúne las condiciones Adecuadas en cuanto a calidad para la exportación al mercado estadounidense y por lo tanto suponen un menor precio al ser vendida en los mercados nacionales, por lo que el dueño de la finca planea procesar esa fruta y venderla como puré de piña. Las variedades más comercializadas en el mercado hondureño son la Azucarona o Montufar y Champaka o Cayena Lisa, con un precio promedio de US\$ 6.60.

Tradicionalmente en Costa Rica se sembró la variedad Monte Lirio para consumo local en sitios de Alajuela y Heredia. No obstante, inmigrantes italianos iniciaron las siembras de piña en las sabanas de Buenos Aires de Puntarenas en la década de 1950. Posteriormente, la empresa Del Campo en la década de los sesenta y setenta pretendía desarrollar el cultivo para sus procesos industriales; sin embargo, fue la transnacional Del Monte, que en 1979 adquirió las áreas de piña de Del Campo y otras áreas agrícolas, la que inició un proyecto de 2500 hectáreas para establecer un programa de exportación de fruta fresca (Jiménez 1999). A partir de 1982 y durante 8 años, Del Monte mantuvo la exclusividad del clon Ch F 153 (Jiménez 1999). Este clon es conocido como Champaka y para finales de la década de los noventa, de acuerdo con Jiménez (1999), en el país existían alrededor de 5000 hectáreas de piña, 60% de las cuales era de esta variedad y 40% del híbrido MD-2 del cual solo Del Monte exportaba. 2 el mercado de la piña como fruta fresca ha tenido un gran auge desde 1980 y esa tendencia continúa; por tal razón, se dedican grandes esfuerzos a la investigación (Bartholomew et al. 2003, Jiménez 1999, Py et al. 1987). En 1997, Costa de Marfil controlaba 30% de la oferta mundial de piña para la exportación, mientras que Costa Rica tenía apenas 7% del mercado, actualmente el país alcanza 39% del comercio global de esa fruta en versión fresca. Una posición muy sólida frente a sus principales competidores como Filipinas, que alcanza 14% y Costa de Marfil 12% (Vásquez 2006). Los Estados Unidos es uno de los principales mercados para la piña costarricense con 85% del total de las importaciones de ese producto fresco, lo que deja de manifiesto la solidez de este sector en el mercado mundial. Buena parte del crecimiento de las exportaciones costarricenses se

basa en que el país aprovechó apropiadamente el surgimiento de la variedad conocida como MD2 o piña dulce (Vásquez 2006). Datos actualizados al primer semestre 2008 por la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de piña “CANAPEP”, Costa Rica posee 40.000 hectáreas netas en producción de piña, De las cuales la Zona Norte representa el 50% del área en producción y con el 98% de los productores, seguido de la Zona Atlántica con el 1.5% de los productores y el 31% del área, por último, la región de Pérez Zeledón y Pacífico Sur con 0.5% de los productores y el 18% del área. A pesar de esto en los 3 últimos años.

## **2.1 Antecedentes:**

### **2.1.3 Regional**

Bazán. (2003), en su trabajo de investigación titulada según su tesis nos habla de “La demanda de Créditos en las Mypes Industriales “de la ciudad de Leoncio Pradol los créditos fueron de 9’630,000 nuevos soles, de los cuales el mayor porcentaje estuvo destinado al sector comercial con el 49% y el 28% al sector industrial. La ratio colocaciones depósitos tuvo una tendencia creciente de 0.27 a 0.48 nuevos soles durante el año 2,001 al 2,003. Sin embargo, a nivel nacional el promedio de la ratio colocaciones depósitos fue de 0.83 nuevos soles. La demanda de créditos con las variables de estudio rentabilidad y riesgo del micro y pequeño empresario, en el cual el modelo presento un coeficiente de determinación del 83.64% es decir las variaciones en la demanda de créditos es explicada principalmente por la rentabilidad y el riesgo del inversionista, la prueba Durbin Watson es de 1.82, es decir no existe una correlación entre las variables. La prueba Individual T de Student permitió demostrar que la variable más importante o significativa que explicaba la demanda de créditos fue la rentabilidad del micro o pequeña empresa. La Prueba permitió verificar la incidencia altamente significativa, pues tienen probabilidades cercanas a cero. La mayor parte de las Mypes tenían una rentabilidad que oscilaba entre el 1 al 10%; el 15% de las Mypes no tenían rentabilidad, pero seguían funcionando y el 20% tenían una rentabilidad del 21 al 30%.

Reyna en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote, llega a las siguientes conclusiones:

- a) La edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas fue de 50 años.
- b) En cuanto al sexo del representante legal, el 100% está representado por el sexo masculino.
- c) En cuanto al grado de instrucción, el 66.7% tienen estudios secundarios, y el 33.3% tienen estudios superiores.
- d) En cuanto al financiamiento el monto promedio del micro crédito fue de s/ 24,111. Las entidades financieras más solicitadas fueron el sector comercial con el 100%. Puntualizando, el Banco de Crédito fue solicitado 5 veces (55.6%) y el Banco Continental 4 veces (44.4%). En relación al destino del crédito financiero, el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos. En lo que respecta al crédito y la rentabilidad, el 100% de Mypes que utilizaron crédito financiero tuvieron mejores utilidades.
- e) En lo que se refiere a la capacitación, el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3% no. Los tipos de cursos más solicitados sobre capacitación fueron: Sobre recursos humanos 66.7%, marketing 55.6%, seguridad 55.6%, manejo empresarial 44.4% e inversiones 11.1%.

## **2.1 Antecedentes:**

### **2.1.4 Antecedente Local**

Aguirre G. (2015), estudia el “Impacto Económico Financiamiento en los Cafetaleros de la Selva Central”, Las micro financieras, formaron parte importante del impacto económico financiero en cual fue positivo en los cafetaleros de la Selva Central del Perú; ya que por medio del financiamiento de créditos otorgados a tasas preferenciales que estaban por debajo de los créditos otorgados por el sector informal contribuyendo así a la consolidación.

- La situación económica ha mejorado en los indicadores de rentabilidad y solvencia, beneficiando así a los cafetaleros de la Selva Central teniendo buenos resultados en las ganancias.

- La situación económica que presenta los cafetaleros referentes a las ganancias en la zona de estudio muestra un 41.9% muy buena, un 34.9% buena, 16.3% excelente, 4.7% regular y 2.3% mala. Este resultado es debido a los precios ofrecidos por los compradores fueron favorables.
- Se observó que el nivel de calidad de vida de los cafetaleros, según encuesta realizadas en la opinión de un 86.1% indican que mejoraron su situación empresarial y personal permitiendo el ingreso de bienes y servicios que antes carecían.

El ingreso del sector financiero a la parte central de la Selva, ayudó a que los agricultores se preparen y capaciten para el uso de servicios financieros que están regulados y pagando tasas de intereses justas, ya que a comparación de otros tipos

de prestamistas ofrecen tasas de interés muy altos que sólo sirve para las necesidades básicas sin tener opción de crecimiento o inversión de corto, mediano y largo plazo.

A mediados del año 2012, la roya atacó los cultivos de café afectando casi en un 90 % de los cafetales de la zona, teniendo una pérdida que ha afectado a los cafetaleros que quedaron.

Se ha proyectado un crecimiento de 32% para el año 2015, según mencionó el gerente general de la junta del café Lorenzo Castilla, esto si la enfermedad de la roya sigue perdiendo fuerza. Se sabe que un 43 % de plantaciones están afectados por este hongo.

El financiamiento mediante el sistema financiero ha aportado beneficios positivos ya que ayudaron a los cafetaleros al crecimiento e incremento de sus cultivos, asegurando una mejor calidad de vida de sus familias; cabe mencionar que la principal cultivo que mueve la economía de esta parte de la Selva central es el café.

La comunidad de Puerto Bermúdez (2013) Cultivo piña: Es uno de los más importantes, por el área cultivada (10 567 has), por el nivel de empleo directo e indirecto que genera, por el valor agregado que incorpora, y por su capacidad de generación de excedentes y reinversión. Sobresale el distrito de Villa Rica, con el 80 % de la superficie cultivada a nivel provincial, de la piña que se produce en la zona, la mayor parte es exportada al mercado.

El néctar de peña (2014) Merece destacar el tema de la piña de Villa Rica. Según se señala, su cultivo fue introducido por inmigrantes de la zona en la década de

2000, quienes sentaron las bases de una industria que actualmente significa para el Perú ha encontrado una fosa única en el competitivo y lucrativo mundo del mercado de la piña y actualmente es el tercero de exportar más grande en la especialidad de la piña. En Villa Rica la industria del néctar de piña fue en el desarrollo bajo —sombra tecnificada, un sistema que utiliza diferentes tipos de injas, La región de Villa Rica también posee grandes extensiones de piñal de la zona.

## **2.2 Bases teóricas de la Investigación**

### **2.2.1. ¿Qué es el financiamiento?**

El financiamiento es las adquisiciones de capital semilla para el arranque de una nueva empresa y su funcionamiento, o para cubrir alguna necesidad determinada de una empresa establecida; es decir que es el proceso por medio del que una organización se hace de un capital. Ahora bien, las fuentes de capital financiado pueden ser muy diversas y dependiendo del tipo de financiamiento que elijamos deberemos acatar las disposiciones de cada una de ellas a la hora de liquidar la deuda.

### **2.2.2 Teoría del Financiamiento**

El financiamiento, se logra decir que es un afín de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u empresarial, es decir como persona natural o como persona jurídica; y es más común obtener financiamiento a través de un préstamo.

El Financiamiento incrementa sus utilidades, que sería el mejor resultado que toda organización desea alcanzar y la segunda que si la empresa recurre a mayor apalancamiento corre el riesgo de colocar su empresa en manos de terceras personas.

#### **Respecto al financiamiento:**

También en su investigación de, Sagastegui M. (2008) en su tesis “La capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio” llega a las siguientes conclusiones. El 33.4% de las Mypes encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2008; en cambio en el año 2009 sólo el 16.7% recibieron crédito. El 33.4 % de las Mypes encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario. La tasa de interés que cobró la Caja Municipal fue 8.38% mensual, no se especifica qué tasa de interés

costró Credichavín. El 100% de las Mypes que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales y el 50% dijeron que invirtieron en activos fijos y capital de trabajo, respectivamente. El 33.3% de los 17 representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 66.7% no respondieron. El 16.3% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas se incrementó en 5% y 15% respectivamente.

Alarcón, C.J. (2015). En su proyecto de investigación “Caracterización de Financiamiento y Capacidad de las MYPE del sector el comercio rubro Artesanía del Mercado de San Pedro El financiamiento y la capacitación desempeñan un papel muy importante en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas (Mype), del sector comercio rubro artesanías del mercado San Pedro del Cusco.

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc.

Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse. Finalmente, las MYPE son cerca del 98% de las empresas del país, nutren al empleo en un 77%, y participa con una buena parte de la torta del PBI (42%), es momento de trabajar con ellas y aplicar políticas que permitan fortalecer sus estructuras incrementado sus capacidades, y su producción, para que les sea más fácil insertarse en otros mercados.

De esta forma es como la caracterización del financiamiento y la capacitación adquiere importancia en aquellas organizaciones que visualizan al aprendizaje

individual y al colectivo con una línea estratégica para su desarrollo es el caso de las MYPE comercio artesanía. Esta investigación contribuye a aclarar el potencial que representa la caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPE del sector comercio rubro artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco periodo – 2015; su implantación y aplicación deben darse en las políticas de la organización desde una perspectiva estratégica. Por lo cual es necesario enunciar la investigación planteando la siguiente pregunta a investigar ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015? Donde el Objetivo General es: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del Mercado San Pedro de la ciudad del Cusco – periodo 2015 Para dar respuesta al problema, se ha planteado los siguientes Objetivos Específicos:

Describir las principales características de las MYPE del ámbito de estudio

Determinar las principales características del financiamiento de las MYPE del ámbito de estudio.

Determinar las principales características de la capacitación de las MYPE del ámbito de estudio. Finalmente, la investigación se justifica porque la realización del presente estudio permitirá conocer la determinación de las características del financiamiento y capacitación de las MYPE del sector comercio rubro – artesanías del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco. Así mismo, la investigación también se justifica porque permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento, la capacitación en las MYPE del sector en estudio.

Además, el estudio servirá de base para la realización de otros estudios similares en los diversos sectores de comercio del mercado San Pedro y otros ámbitos geográficos

conexos.

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

El presente Proyecto permite conocer la realidad de las MYPE del Mercado San Pedro desde el punto de vista económico financiero, determinándola influencia de las fuentes de financiamiento que las mismas han utilizado para el crecimiento y desarrollo de sus negocios, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal.

Del mismo modo esto beneficia también al desarrollo económico y social del Distrito, permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPE. En lo personal Como estudiantes y futuros profesionales, el realizar este tipo de investigaciones nos permite involucrarnos a fondo en ello, ampliando no sólo nuestros conocimientos, sino desarrollar nuestras habilidades, generando actitudes positivas hacia la investigación; que a la larga nos servirá en nuestro desarrollo como profesionales ya formados.

**1. 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.

**2. 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.

**3. 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.

**4. 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.

Por otro lado, el financiamiento se divide en financiamiento a corto plazo y financiamiento a largo plazo. El Financiamiento a corto plazo, está conformado por:

**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 cuenta 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. El Financiamiento a largo plazo, está conformado por:

- a) **Hipoteca:** Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.
- b) **Acciones:** Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece.
- c) **Bonos:** Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en

fechas determinadas.

d) **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:

a) **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.

b) **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.

c) **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.

## **2.2.2. Teoría de la Capacitación.**

### **2.2.2.1 Que es la Capacitación**

La capacitación es actualizar los conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia en el buen desempeño de la labor. Para organizaciones, de la capacitación de recursos humanos debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa.

Torres & Orjuela. (2010), En su proyecto de investigación dice “Capacitación por competencias laborales un logro productivo para la empresa farmacéutica”. en Bogotá es Identificando la prioridad que se le da al área de Recurso Humano en las organizaciones del Siglo XXI, se quiso realizar una profundización en el tema de capacitación basado en la gestión por competencias, ya que es primordial para el desarrollo y cumplimiento de la visión y los objetivos de las organizaciones. Bajo la responsabilidad que tienen las empresas hoy en día de combatir un entorno tan cambiante como el de la actualidad, se ve la necesidad de encontrar los puntos claves para que las organizaciones respondan satisfactoriamente a estas alteraciones en el entorno. Según Aguinis y Kraiger (2009), Torres & Orjuela. (2010) la capacitación en las organizaciones colombianas, no solo produce grandes beneficios para los colaboradores en la organización y en la productividad de los mismos, sino también en las áreas y departamentos de las organizaciones, los equipos de trabajo y la sociedad. Así mismo, la capacitación no solo afecta el conocimiento declarativo (es el

conocimiento sobre lo que es algo, el cual se traduce en el saber decir, es decir, en la interpretación.) 1, puede mejorar el conocimiento estratégico (el saber cuándo aplicar un conocimiento específico, o una habilidad específica). Observando la necesidad que tienen las empresas comercializadoras en obtener buenos resultados, se identificó la importancia de desarrollar un diagnóstico en el área de ventas de Laboratorios de Colombia, para identificar y establecer prioridades en aquellas competencias laborales que son importantes a la hora de desarrollar un buen desempeño laboral. Todo el esfuerzo se centrará en esta área dado que es el departamento productivo de más relevancia en la organización.

En la actualidad esta organización se encuentra en un proceso de definir y formalizar las competencias laborales que deben desarrollar en la organización, las cuales se definirán antes de febrero del 2010 por parte del grupo de investigación. Por lo tanto, se busca que el diseño de estas competencias laborales sea la base para la implementación de un programa de capacitación. Así mismo la intención de este proyecto es brindarle a esta compañía una retroalimentación de lo que se investigó y se observó a lo largo del proceso de trabajo de campo, en el cual se realizarán entrevistas focalizadas, y la realización de un panel de expertos para identificar y definir las competencias; esperando que éste sea un aporte y a la vez genere un impacto positivo a mediano plazo. Para el equipo investigador como creador de este proyecto es primordial poner en práctica los conocimientos y paralelamente desarrollar competencias que permitan hacer aportes a la empresa Laboratorios de Colombia.

Se espera que con la ejecución de esta investigación se realice un aporte a la carrera de administración de empresas, dándole la trascendencia que merece la capacitación por competencias, y así mismo se plasme la cristalización de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Teniendo en cuenta que el principal activo de las organizaciones es el talento humano, se quiso realizar este proyecto para evidenciar comportamientos claves que debe desarrollar cada colaborador en su puesto de trabajo, con el fin de destacar, y mejorar aquellas competencias, a través de la capacitación, desarrollando una buena habilidad para reaccionar a los desafíos laborales y personales que se puedan presentar en el ambiente laboral.

No es un misterio que todas las organizaciones pequeñas o grandes, necesiten un área de recursos humanos, pero la gran pregunta es: ¿Por qué es indispensable? La razón es porque las personas poseen el conocimiento, y es necesario depender de una gestión del mismo, para poder desarrollarlo y así iniciar un proceso para la consecución de metas organizacionales.

Adicionalmente el área de Recursos Humanos marca una pauta diferencial de las empresas que la implementan a las que no, dándole un valor agregado a la misma. El proceso que se debe desarrollar para que el desempeño y los resultados de los colaboradores sean óptimos, tienen una gran dependencia en los métodos de capacitación. Los procesos de capacitación van siempre asociados a procesos de cambio y, por tanto, dirigidos a preparar a los miembros de la organización para lograr el estado cualitativamente superior que se quiere alcanzar.

Para lograr cambios consistentes hay que crear nuevos hábitos, modificar comportamientos, siendo este el principal papel de la capacitación. 7 Mediante la capacitación se le proporciona al empleado el conocimiento y experiencia, que necesita para desempeñar satisfactoriamente sus tareas, haciendo que la organización alcance un nivel de competitividad superior en el mercado. La clave del éxito de las capacitaciones que se implementan está en el desempeño y resultado posterior a dicha implementación. La mejor manera de que esto se lleve a cabo es por medio de la metodología implementada y su posterior control.

Las competencias que garantizan el éxito son: (1) Los conocimientos, que derivan de la aplicación de una técnica específica. (2) Las habilidades, que se adquieren mediante capacitación y experiencia, y (3) Las cualidades que están relacionados con rasgos o características personales, siendo más difíciles de obtener y modificar a corto plazo.

Adicionalmente, la clasificación de las competencias laborales es:

- a) la motivación, refiriéndose a todos aquellos intereses que una persona desea consistentemente.
- b) las características, aquellas características físicas, y respuestas consistentes a cierta situación dada.
- c) Concepto propio, todas aquellas actitudes, valores, o imagen de sí mismo.
- d) Conocimiento, entendido como la información que una persona posee sobre áreas específicas.
- e) La habilidad, entendida como la capacidad de desarrollar cierta tarea física o

mental.

**Competencia Específica.** Teniendo claras las competencias laborales, se debe generar un perfil por competencias para los cargos dentro de la organización, buscando al mismo tiempo características personales de excelencia; se deberán relevar las competencias requeridas y el nivel de las mismas en una calificación de cuatro (4) niveles:

- Nivel A: Alto o desempeño superior, desempeño superior al promedio.
- Nivel B: Bueno, por sobre el estándar.
- Nivel C: Mínimo necesario para el puesto, pero dentro del perfil requerido.
- Nivel D: Insatisfactorio, este nivel no se aplica para la descripción del perfil, ya que, si esa competencia no es necesaria para el puesto, no será necesaria indicar el nivel. Una vez se tengan definidas las competencias, se puede desarrollar el perfil de puesto por competencias. Las competencias están íntimamente relacionadas con la estructura, la estrategia y la cultura de la organización, e implican las características personales causalmente ligadas a resultados superiores en el puesto.

Para poder desarrollar evaluaciones de desempeño de una manera efectiva, es importante hacer relevancia a la definición de qué es el análisis del puesto de trabajo y los elementos de la descripción que lo componen.

**Puesto Trabajo.** Según David B. Balkin, Torres & Orjuela. (2010) la descripción del puesto de trabajo es un documento escrito que identifica, define y describe un trabajo a partir de sus obligaciones, responsabilidades, condiciones laborales y especificaciones de la misma. Existen dos tipos de descripciones del trabajo: descripciones específicas del trabajo y descripciones

generales del mismo. - La descripción específica del puesto de trabajo: “Es un resumen detallado de tareas, obligaciones y responsabilidades de un trabajo. Esta descripción del puesto de trabajo se asocia con estrategias del flujo de trabajo que destacan la eficiencia, el control y la planificación detallada del mismo. “

- La descripción general del puesto de trabajo: Es una descripción bastante nueva, se asocia con estrategia del flujo de trabajo, que destacan la innovación, la flexibilidad y la planificación amplia del trabajo. Sólo se documentan las obligaciones y responsabilidades más genéricas para un cargo. La descripción del puesto de trabajo, consta de 4 elementos claves según David B. Balkin, Torres & Orjuela. (2010).

Información de identificación: La primera parte de la descripción del trabajo identifica el cargo, el lugar, y la fuente de información del análisis del trabajo, quien ha escrito la descripción del cargo, la verificación de la descripción del trabajo.

Para que la información de identificación garantice igualdad de oportunidades en el empleo, se debe tener en cuenta

Asegurarse de que los cargos no hacen referencia a un determinado género. Ejemplo, se deberá utilizar la terminología de Representante de Ventas en lugar de Vendedor.

Asegurarse que las descripciones del trabajo son actualizadas regularmente, las descripciones con más de dos años tienen poca credibilidad y puede ofrecer información sesgada.

Garantizar que el supervisor del que realiza el trabajo verifica la descripción

del mismo. Resumen del trabajo: Es una breve definición que resume las obligaciones, responsabilidades y el lugar que ocupa en la estructura de la organización. Obligaciones y responsabilidades del cargo:

Estas explican qué es lo que hay que hacer en el cargo, cómo se hace y por qué se hace. Esta lista debe ser de tres (3) a cinco (5) responsabilidades importantes y cada una de éstas está asociada a una o más obligaciones del cargo.

Especificaciones del cargo y cualificación mínima: Este apartado incluye una lista con las características necesarias del trabajador para poder realizar satisfactoriamente el trabajo. Cuando se documentan las características necesarias es importante hacer una lista con sólo las características relacionadas con un rendimiento excelente del trabajo. Las calificaciones mínimas son los estándares básicos que debe haber superado un candidato para poder ocupar el cargo.

Según Roberto Pinto Villatoro (2004), Torres & Orjuela. (2010) la capacitación forma parte de la educación y formación integral de las personas, resaltando también que la capacitación involucra un aprendizaje, y que el resultado del aprendizaje es un cambio de conducta; por lo tanto los cambios que se generen en los empleados deben ser producto de necesidades previamente diagnosticadas, transferidas y reforzadas en la organización. Los programas de capacitación deben necesariamente formar parte de programas más amplios de mejoramiento organizacional, que puedan enlazar esos cambios (de estructura, sistemas, procedimientos, filosofía, etc.), logrando un progreso en los resultados de la organización. El aprendizaje es efectivo cuando se modifica la forma de actuar, de las personas, al tiempo que incrementa sus conocimientos.

Adicionalmente, los contenidos de una capacitación, la metodología, y los recursos destinados a realizarlo, tales como materiales, tiempo y ubicación, deben ser producto del alcance y profundidad que indiquen los objetivos de la capacitación. Una premisa básica de la capacitación, es que para que esta sea efectiva debe de fundamentarse en el principio de “enseñanza específica para una necesidad específica.”

En este sentido, detectar las necesidades específicas de capacitación (DNC), permite que la organización no desperdicie recursos tanto físicos como financieros al ofrecer capacitación en áreas no requeridas. La capacitación debe diseñarse sobre la base de lo que quiere el cliente y sobre ésta base debe medirse. Para ello se debe definir el alcance de la capacitación que se va implementar, por lo cual resulta esencial en el proceso de planificación de la capacitación. El proceso básico de la capacitación consiste en cuatro (4) pasos:

- 1) Análisis: Definiendo si hay una deficiencia en el desempeño, un problema que no puede hacerse o no quiere hacerse.
- 2) Desarrollar objetivos de la capacitación: Estos deben ser medibles y observable
- 3) Capacitación: Se escogen las técnicas reales de capacitación, ya sean en el puesto y aprendizaje programado.
- 4) Evaluación: Comparación del desempeño de antes y después de la capacitación, Pero para definir qué tipo de capacitación se debe determinar los requerimientos de la capacitación; las técnicas más utilizadas son: Análisis de la Tarea: Evaluación de las necesidades de capacitación de los nuevos empleados. Donde el objetivo es desarrollar la capacidad y el conocimiento requerido para el

desempeño eficaz, requiriendo un estudio detallado del puesto mismo para determinar las habilidades específicas.

Análisis de Desempeño: Determinación de las necesidades de capacitación de los empleados actuales. Que verifica la existencia de una deficiencia importante en el rendimiento y posteriormente determina si debe rectificarse esa falla mediante la capacitación o algún otro medio.

**Plan maestro de capacitación.** Para que la capacitación sea exitosa, es importante desarrollar un Plan Maestro de Capacitación, el cual según Pinto Villatoro se debe llevar a cabo de la siguiente manera: El diseño de una capacitación exitosa debe contener los siguientes elementos:

- 1) Filosofía
- 2) Visión
- 3) Resultados del Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC)
- 4) Programas
- 5) Políticas
- 6) Pronósticos
- 7) Procedimientos
- 8) Factores de éxito

¿Por qué **Capacitar a la Fuerza Ventas**? Se debe capacitar a la fuerza de ventas, dado que los vendedores operan en un ambiente altamente competitivo y dinámico. En este sentido, los vendedores deben enfrentarse a numerosa información (de la compañía, del producto, del sector, del mercado, de las necesidades del cliente, entre otros) para que sean efectivos en las visitas que

realicen a sus clientes. Por esto, un elemento clave para mejorar el éxito de los vendedores, los gerentes de ventas, y en general a la fuerza de ventas de una organización es la capacitación, de este modo, entendiendo la capacitación como un componente esencial en el éxito de sus vendedores, se propone la capacitación por competencias.

Adicionalmente, es muy importante establecer los objetivos que se esperan al implementar una capacitación en el área de ventas. Citando el mismo autor, se proponen los siguientes objetivos que se espera se obtengan como resultado de la implementación de la capacitación.

**Incrementar la Producción:** un objetivo de la capacitación es aportar a los ‘alumnos’ las habilidades necesarias para que su actuación en ventas contribuya de manera positiva a la empresa, en un periodo relativamente corto; la capacitación trata de enseñar las habilidades que poseen los miembros más experimentados de la fuerza de ventas. Con ellos se acorta bastante el tiempo que requiere un nuevo vendedor para lograr niveles satisfactorios de productividad.

**Mejorar el estado de Ánimo:** Uno de los objetivos de la capacitación en ventas es preparar a los alumnos para que realicen tareas de forma tal que su productividad se incremente, con tanta rapidez como sea posible. Si saben qué se espera de ellos, será menos probable que experimenten las frustraciones que surgen al tratar de realizar un trabajo sin preparación adecuada.

**Reducir la Rotación de Personal:** Si la capacitación de ventas puede conducir a un mejor estado de ánimo entonces este debe resultar en una menor rotación del personal.

**Mejorar Relaciones con los Clientes:** Otro beneficio de la capacitación en ventas que acompaña los beneficios de menor rotación del personal es la continuidad en las relaciones con los clientes, al tiempo que conserva el mismo representante de ventas para que visite a los clientes periódicamente promoviendo la lealtad de estos.

**Mejorar las Habilidades de Venta:** Capacitar en las habilidades básicas de ventas, como por ejemplo la administración del tiempo y del territorio, cuanto tiempo debe dedicarse a las visitas de las cuentas existentes, y cuánto tiempo a las de posibles nuevos clientes, también saber con qué frecuencia debe visitarse cada clase de cuenta, cual es la forma más efectiva de cubrir el territorio asegurándose que las rutas recorridas sean la más eficientes respecto de kilómetros y el tiempo que se requiere. No obstante, no es suficiente con tener los objetivos de la capacitación claros, ni saber cómo se tiene que direccionar, ni saber los resultados de la misma, sin no antes generar credibilidad para la capacitación en ventas. Para ello, se pueden realizar los siguientes pasos:

1. Analizar necesidades de capacitación de la fuerza de ventas, hablando, observando y entrevistando a los visitadores de campo que son los que están más cercanos a los clientes.
2. Establecer objetivos mensurables, realistas y específicos, lo que resultan en un aumento en la credibilidad de un programa de capacitación de ventas. Aquí dentro de estos objetivos se pueden incluir el aprendizaje de nuevos productos, nuevas técnicas o nuevos procedimientos.
3. elaborar e implantar el programa de capacitación. En este punto ya se tuvo

que haber tomado una decisión, si contratar recursos externos para que dicte la capacitación o si internamente (con recursos internos) se realizara la misma.

4. Evaluar y realizar el programa. Diseñar un sistema de medición, y para ello se deben analizar las siguientes preguntas, que se quiere medir, como deben medirlo, como se va a hacer, con que herramientas., etc. Este proceso de recopilación de datos debe proporcionar a los capacitadores información que justifique el programa, puesto que los ejecutivos desean saber si los beneficios exceden o igualan los costos.

**Variación de las Capacitaciones:** Las necesidades de capacitación varían de empresa a empresa e incluso dentro de la misma empresa. Así mismo las características de la capacitación varían de acuerdo con las diferencias en las necesidades y aptitudes de los vendedores. Los vendedores experimentados tienen menos necesidad de capacitación que los inexpertos, aunque las grandes empresas requieren que todos reciban algún tipo de capacitación formal. Finalmente, otra razón por la cual existe una variación en los programas de capacitación es por la filosofía de la compañía, Algunos gerentes de ventas creen que la capacitación de nuevos vendedores debe concentrarse al principio de una carrera de ventas, mientras que otros piensan que debe distribuirse en un periodo más largo.

**Capacitaciones por Competencias:** En este sentido es necesario desarrollar una capacitación por competencias, “donde la idea de competencia como capacitación la utilizan, por ejemplo, los responsables de recursos humanos para destacar el grado de preparación, el saber hacer, los conocimientos y pericia de

una persona, como consecuencia del aprendizaje.” La capacitación basada en competencias laborales tiene un enfoque preventivo, correctivo y predictivo de acuerdo a las necesidades detectadas.

**Capacitación preventiva:** Es la capacitación aplicado que se utiliza para preparar al personal a fin de que se enfrente a futuros cambios de tecnología, operaciones administrativas o de actitudes, que solucionen en forma anticipada la aptitud del personal.

**Capacitación correctiva:** Se aplica para la solución de problemas manifestados para corregir aquellas desviaciones en los estándares de rendimiento.

**Capacitación productiva:** esta se utiliza para mantener los estándares de rendimiento, evitando una desviación en cuanto a los rangos de eficiencia.

También en su investigación de, Sagastegui M. (2008) en su tesis “La capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio” llega a las siguientes conclusiones **Respecto a la capacitación:** El 50% de los empresarios encuestados dijeron que sí recibieron capacitación antes del otorgamiento del crédito y el 50% dijeron que no recibieron capacitación. El 33.3% de los empresarios encuestados manifestaron que recibieron capacitación una vez, dos veces y más de cuatro veces, respectivamente. El 66.66% de los empresarios encuestados que recibieron capacitaciones, dijeron que los capacitaron en el curso de inversión del crédito financiero y el 33.33% dijeron que recibieron capacitaciones en los cursos de marketing empresarial y en atención al cliente, respectivamente.

## 2.2.3 Teoría de rentabilidad

### 2.2.3.1 Que es la rentabilidad

La rentabilidad es que mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros. ¿Qué significa esto? Decir que una empresa es eficiente es decir que no desperdicia recursos. Cada empresa utiliza recursos financieros para obtener beneficios. Estos recursos son, por un lado, el capital (que aportan los accionistas) y por otro, la deuda (que aportan los acreedores). A esto hay que añadir las reservas: los beneficios que ha retenido la empresa en ejercicios anteriores con el fin de autofinanciarse (estas reservas, junto con el capital, constituyen los “Fondos Propios”). Si una empresa utiliza unos recursos financieros muy elevados, pero obtiene unos beneficios pequeños, pensaremos que ha “desperdiciado” recursos financieros: ha utilizado muchos recursos y ha obtenido poco beneficio con ellos. Por el contrario, si una empresa ha utilizado pocos recursos, pero ha obtenido unos beneficios relativamente altos, podemos decir que ha “aprovechado bien” sus recursos. Por ejemplo, puede que sea una empresa muy pequeña que, pese a sus pocos recursos, está muy bien gestionada y obtiene beneficios elevados. En realidad, hay varias medidas posibles de rentabilidad, pero todas tienen la en la siguiente

$$\text{Rentabilidad} = \text{Beneficio} / \text{Recursos Financieros}$$

Medina & Maurice. (2014). En su proyecto dice “La Rentabilidad para la línea de Negocios” En los últimos años la ciudad de Trujillo ha experimentado un crecimiento y desarrollo significativo en los diversos sectores económicos

originando una mejor calidad de vida para los ciudadanos. A pesar de este escenario positivo para la ciudad, en lo que respecta el sector salud aún sigue siendo un problema estructural, de manera especial en lo que refiere a la calidad del servicio por la línea de negocio (Ambulatorio, Hospitalización y Emergencia) y los factores que éste incluye (Stock de capital, nivel de ingresos, número de trabajadores). Así mismo, el servicio que ofrece el estado no cumple con las expectativas del cliente/paciente potencial trujillano por la poca inversión y el mal uso de los recursos destinados para el sector salud. Es por eso que el sector privado está invirtiendo en este rubro para dar una mejor calidad de servicio por línea de negocio al paciente teniendo en cuenta el uso de los recursos con que éste cuenta para poder originar un mayor margen de rentabilidad al negocio en sí. Es importante mencionar que dichos factores van a depender directamente de las posibilidades con las que el sector privado cuente y al mercado donde éste apunte, en este caso la ciudad de Trujillo. Bajo este contexto se está buscando explicar que tan influyentes son estos factores para la rentabilidad de las clínicas del sector privado, y por ende poder determinar cuáles son los factores más importantes los cuáles son objeto de estudio en la presente investigación.

**Enunciado del Problema** ¿Cuáles son los factores que han influido más en la rentabilidad por Líneas de Negocio en la Clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013?, Medina & Maurice. (2014). Según un estudio realizado por el “Departamento de Ciencias de la administración. Universidad del Sur” en un estudio realizado sobre la planificación de la rentabilidad en el sector salud, sostiene que los servicios de salud son considerados una necesidad básica que

cada vez más es cubierta por prestadores privados. De acuerdo a las características del mercado y por la crisis continua que atraviesan estas empresas, es inevitable plantear su posible desaparición.

Al ser importantes desde el punto de vista social, se desprende la necesidad de la permanencia de estas instituciones. Permanencia que obedece a las reglas del capitalismo que rige el mercado. Un prestador privado siempre se regirá por la rentabilidad que la inversión le brinde. Para ello deberían contar con un sistema de información útil al momento de planificar la rentabilidad de las empresas en el sector.

El término sistema de salud hace alusión a un conjunto de actores y acciones más completas que el sistema de atención médica.

El sistema de salud engloba la totalidad de acciones que la sociedad y el Estado desarrollan en salud.

Puede ser definido como una respuesta social organizada para los problemas de salud.

**Justificación:** Nuestro trabajo de investigación nos permitirá conocer cuál de las Líneas de Negocio que manejan la mayoría de clínicas y hospitales tienen mayor impacto y/o repercusión en su rentabilidad esto debido a que la variable en mención tiene gran importancia. Para ello nos centraremos en una de esas clínicas: Clínica Sánchez Ferrer (en adelante CSF). Medina & Maurice. (2014). De esta manera, dado el nivel de criticidad de estas variables y su impacto en la rentabilidad en el giro del negocio de manera general lo que nosotros buscamos es que se identifique cuáles son las líneas de negocio más productivas y que impactan en mayor proporción a la rentabilidad global del

negocio. De tal manera que permita a la clínica establecer estrategias para uniformizar el nivel de productividad de cada línea de negocio y que éstas impacten en la misma proporción a la rentabilidad. Así mismo, bajo estas estrategias se tendrá ventajas competitivas frente a la competencia directa.

**Otras definiciones.** La productividad es un instrumento comparativo para gerentes y directores de empresa, ingenieros industriales, economistas y políticos. Compara la producción en diferentes niveles del sistema económico, con los recursos consumidos. Un error muy común consiste en confundir la productividad con la eficiencia. Eficiencia significa producir bienes de alta calidad en el menor tiempo posible. Por su parte, productividad está cada vez más vinculada con la calidad del producto, de los insumos y del propio proceso. El mejoramiento de la productividad no consiste únicamente en hacer las cosas mejor; es más importante hacer mejor las cosas correctas.

El proceso de producción es un sistema social complejo, adaptable y progresivo. Las relaciones recíprocas entre trabajo, capital y el medio ambiente social y organizacional son importantes en tanto están equilibradas y coordinadas en un conjunto integrado. Existen dos categorías principales de factores de productividad; externos e internos. Los factores externos son los que quedan fuera de control de la empresa determinada, y los factores internos son los que están sujetos a su control.

Para ocuparse de todos esos factores se requieren diferentes instituciones, personas técnicas y métodos.

El primer paso para mejorar la productividad consiste en identificar los problemas que se plantean en esos grupos de factores.

Los gobiernos pueden mejorar la política fiscal, crear una mejor legislación del trabajo, proporcionar mejor acceso a los recursos naturales, mejorar la infraestructura social, la política de precios, etc.

Pero las organizaciones no pueden hacerlo por sí mismas. Los factores externos tienen interés para una empresa porque la comprensión de esos factores puede inducir a la adopción de ciertas medidas que modificarían el comportamiento de una empresa y su productividad a largo plazo.

Como algunos factores internos se modifican más fácilmente que otros, es útil clasificarlos en dos grupos:

- 1) Duros: Incluyen los productos, la tecnología, el equipo y la materia prima.
- 2) Blandos: Incluyen la fuerza de trabajo, los sistemas y procedimientos de organización, los estilos de dirección y los métodos de trabajo.

También en su investigación de, Sagastegui M. (2008) en su tesis “La capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio” llega a las siguientes conclusiones **Respecto a la rentabilidad empresarial:** El 83% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 17% dijeron que no. El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró. El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas no disminuyó.

#### 2.2.4. Teorías de las Mypes

También en su investigación de, Sagastegui M. (2008) en su tesis “La capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio” llega a las siguientes conclusiones **Respecto a las Mypes, los empresarios y los trabajadores:** El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron tener más de 3 años en la actividad empresarial (rubro de confecciones ropa deportiva). El 70% de los empresarios dijeron que tienen de 1 a 3 trabajadores, el 30% dijeron que tienen de 4 a 8 trabajadores. El 85% de los empresarios encuestados tienen por objetivo el de generar ingresos para la familia, el 10% para maximizar ganancias y un 5% dar empleo a la familia. El 85% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que sus trabajadores no recibieron ningún curso de capacitación. El 15% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que sus trabajadores recibieron los cursos de capacitación en el año 2009. i) El 60% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que consideran que la capacitación de su personal es relevante para su empresa y el 40% dijeron que no es relevante. El 15% de los representantes legales de las Mypes encuestados que dijeron que sus trabajadores fueron capacitados lo hicieron, el 5% en prestación de mejor servicio al cliente y el 10% en otros servicios afines al negocio. El 90% de los representantes legales considera que la capacitación si mejora la rentabilidad de su empresa y el 10% dijeron que no.

##### 2.2.4.1 ¿Qué es una Mype?

De acuerdo con la Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, una Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es una

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

**Clasificación** De acuerdo con la Ley MYPE, se clasifica a las empresas de acuerdo con su tamaño -número de empleados y volumen de ventas anuales-, entonces encontramos que las Microempresas son aquella que tienen entre 1 y 10 trabajadores y/o un volumen de ventas que no supera los 150 UIT (S/. 540 000); por otro lado, las pequeñas empresas cuentan con entre 10 y 100 trabajadores y su volumen de ventas se encuentra no supera las 1700 UIT (S/. 6 120 000).

**MYPE Formal** De acuerdo con SUNAT, el número de Microempresas formales representa el 93.4% del total de empresas en el Perú, mientras que las pequeñas empresas tan solo el 4.32% y en último lugar las medianas y grandes empresas son solo el 2.28% de empresas formales en el Perú. El 97.72% de las empresas en el país son micro y pequeñas empresas.

Se puede observar en la siguiente imagen que durante los años de expansión de nuestra economía se ha tenido un crecimiento positivo en el número de MYPE; es decir, hubo un incremento en el número de empresas constituidas. Es así que el número de MYPE se ha incrementado en 471,107 nuevas empresas desde 2004 hasta 2009.

En el siguiente gráfico se puede observar cómo se distribuyen territorialmente las MYPE en el Perú con excepción de Lima la región con mayor número de MYPE es Arequipa concentrando el 5.82% de MYPE; mientras que Cusco se ubica en el 6to lugar concentrando el 3.5% de MYPE -aproximadamente 40 100 MYPE-.

### **Informalidad en las MYPE**

Toda la información repasada anteriormente corresponde a los datos de SUNAT, que por obvias razones solo puede reportar las MYPE formales, es por eso que en este punto se considerarán las MYPE incluyendo a las informales.

Como se puede observar en los cuadros anterior y siguiente, el total de MYPE para el año 2009 es de 3 383 325, siendo las formales tan solo el 33.1% y las informales el 66.9% de estas; es clara la predominancia de la informalidad en las MYPE.

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución en cuanto a la formalidad en las MYPE, a medida que han pasado los años se observa un incremento en la proporción de MYPE formales, pues de ser el 22.1% del total de MYPE en el 2008 llegaron a ser el 33.1%.

## **2.2.5 Sector Productivo**

### **Junín es el mayor productor de piña del Perú**

En el 2015, Perú sembró 15.182 hectáreas de piña (en el 2014 fueron 15.917 ha). La región con mayor área instalada de dicha fruta es Junín donde se

sembró el 41% del total, seguida de Loreto con el 13%, La Libertad 7%, entre otros.

Así lo indicó Alberto Julca Otiniano, profesor principal de la Universidad Nacional Agraria La Molina, que indicó que, en cuanto a volumen de producción, Junín produce el 75% de la oferta nacional. Le sigue La Libertad con el 5%, Puno 4%, Loreto 3.5%, otros.

“Esta importante participación de Junín se debe a su alto rendimiento que alcanza los 53.328 kilos por ha, mientras que en Puno alcanza los 25.803 kilos por ha y en La Libertad 21.131 kilos por ha”, sostuvo.

El especialista indicó que gracias al cultivo tecnificado el rendimiento productivo de la piña se ha incrementado notablemente ya que antes el rendimiento en la selva central era relativamente bajo.

En otro momento, Alberto Julca resaltó que las variedades de piña más comerciales son Hawaiana, Cayena Lisa, Samba (la de mayor área sembrada) y Golden. Esta última ha generado mayor interés en los últimos años.

Al respecto, dijo que la variedad Golden (o también conocida como MD-2) es cultivada tanto por pequeños productores como por empresas por ser de alta calidad, alto rendimiento, resistente a plagas y enfermedades y larga vida en anaquel. “Es la principal variedad de piña fresca del mundo y se exporta a Estados Unidos, Europa, Asia y Oriente Medio”.

### **La piña es manejada como cultivo tradicional**

Por otro lado, señaló que de las 15.182 hectáreas de piña instaladas el 2015 la mayoría fueron manejadas como cultivo tradicional, cuya principal característica es que el agricultor siembra la fruta con el inicio de las lluvias, en suelos completamente degradados (donde antes se sembró café y luego kió).“Los productores usan variedades locales como la Samba, con baja densidad de plantación, es decir instalan entre 15.000 a 17.000 plantas por hectárea, cuando Cayena Lisa está en 45.000 plantas por hectárea y Golden en 48.000 plantas por hectárea”, dijo. Además, señaló que los agricultores no fertilizan porque consideran que la planta es muy rústica, por eso no se hace control de plagas; no hacen tratamiento por inducción, lo cual es importante porque ayuda a garantizar el éxito comercial del cultivo (ayuda a programar la cosecha), y no tienen conocimiento del mercado.

### III. METODOLOGIA

#### 3.1 Diseño de la Investigación

##### 3.1.1 Tipo de Investigación

El tipo de la investigación será cuantitativo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de cálculo.

##### 3.2 Nivel de Investigación

El nivel de investigación será descriptivo, debido a que sólo se limitará a describir la principal característica de la variable en tesis.

##### 3.3 Diseño de la Investigación

El diseño será no experimental - descriptivo.



#### **Dónde:**

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables complementarias y principal.

1. No experimental Será no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente la variable, se observará el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.
2. Descriptivo Será descriptivo porque el estudio se limitará a describir las principales características de las variables complementarias y principal.

### **3.4 Población y muestra**

#### **Población:**

- Dicha población, que es materia de investigación, estuvo constituida por 15 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro en estudio. del distrito de Villa Rica, 2017.

#### **Muestra:**

Para realizar la investigación se tomó una muestra dirigida de 15 micro y pequeñas empresas que representan el 87 % del total de la población en estudio. El criterio de selección ha estado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.

### 3.5 Definición y operacionalización de variables.

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las Mypes.	Él financiamiento es las adquisiciones de <u>capital semilla</u> para el arranque de una nueva empresa y su funcionamiento, o para cubrir alguna necesidad determinada de una empresa establecida.	Solicitó crédito	Nominal: Si
		Recibió crédito	Nominal: Si
		Monto del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Monto del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el monto
		Entidad a la que solicitó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el	Cuantitativa: Especificar la tasa
		Crédito oportuno	Nominal: Si
		Crédito inoportuno	Nominal: Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si No Si No
Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de su	Nominal: Si No		

<b>Variable Principal</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicador</b>	<b>Escala de medición</b>
Capacitación en las Mypes.	La capacitación es actualizar los conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia en el buen desempeño de la labor de las organizaciones.	Recibió capacitación antes del otorgamiento del	Nominal: Si No
		Número de veces que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si No
		Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa.	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial
		Considera la capacitación como una inversión.	Nominal. Si No
		Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No

		Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No
--	--	---	----------------------

<b>Variable principal</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Rentabilidad de las Mypes.	La rentabilidad es que mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el <u>financiamiento</u>	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. Y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el <u>financiamiento</u> y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

### **3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnicas**

Se utilizaron la técnica de la encuesta.

#### **Instrumentos**

Para el recojo de la información se utilizará un cuestionario estructurado de 20

Items

### **3.7 Plan de Análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo y para la tabulación de los datos se utilizó cuadros estadísticos.

### 3.8 Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	DISEÑO DE LA INVESTIGACION
Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Piñal del Distrito de Villa Rica, 2017	¿Cuál es la  caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017?	Determinar y describir la caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017.	No experimental, cuantitativo, bibliográfico - documental y de caso.  El nivel de investigación es no experimental descriptivo  M  O
	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	
	¿Cuál es la caracterización del Financiamiento de la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017?	-l sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017. -Analizar las principales características del financiamiento de las Mypes del sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017	El universo y muestra, Se tomará una muestra consistente en 20 Mypes
	¿Cuál es la Capacitación de la Micro y Pequeñas	Describir la importancia de la capacitación de la	

	Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017?	Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017.	
	¿Cuál es la Rentabilidad de la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017?	Describir las características de la rentabilidad de la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Piñal Distrito de Villa Rica, 2017.	

### 3.9 Principios éticos

Alejos A, (2008) Hoy la exigencia humana requiere dos actitudes: serenidad ante las cosas y apertura hacia el cambio para crear una nueva identidad, una nueva actitud frente a lo bueno y lo malo como una obra perdurable, seres con calidad humana y una sociedad digna que tenga un sentido de la vida humana y para darle ese verdadero sentido aparece la ética, una rama antiquísima de la ciencia filosófica.

La palabra ética proviene del griego “ethos” (carácter, temperamento, hábito, modo de ser) y la palabra moral se deriva del latín “mos, moris” (costumbre, hábito). Ambas palabras (ethos y mos) se ubican en el terreno de la ética y hacen hincapié en un modo de conducta que es adquirido por medio de hábito y no por disposición natural. Por su definición etimológica, la ética es una teoría de hábitos y costumbres. La disciplina llamada “ética” surgió en Grecia con el

propósito, no de describir los sistemas de creencias valorativas existentes en una u otra cultura, sino con el examinar si dicho sistema era el mejor, o el más deseable posible. Existen dos puntos de vista sobre la ética: La ética conocida también como filosofía moral es aquel estudio o disciplina que se interesa por los juicios de aprobación o desaprobación, los juicios sobre lo correcto o lo incorrecto, la bondad o maldad, la virtud o el vicio, lo apetecible o lo sensato de las acciones, disposiciones, fines, objetos o estado de cosas.

“La ética es una teoría, investigación o explicación de un tipo de experiencia humana o forma de comportamiento de los hombres: el de la moral, pero considerado en su totalidad, diversidad y variedad. El valor de la ética como teoría está en lo que explica, no en prescribir o recomendar con vistas a la acción en situaciones concretas”

Se considera a la ética como el arte de aprender a vivir bien con los demás; por tanto abarca y trasciende lo moral. Por otro lado, se dice que puede haber una ambivalencia del término “ética”: Puede haber contradicción entre la teoría y la conducta éticas Todos poseemos una forma de vivir merecedora del calificativo de ética Todos somos competentes en ética Todos tenemos una concepción ética implícita en nuestra forma de vivir.

En este punto podemos señalar lo que decía Kant sobre que todas las personas se guían en la práctica por pautas de conducta, por “máximas”, que son la expresión conceptual implícita de las reglas que orientan su proceder en la vida.

Deducimos entonces que la ética tiene que ver con lo que es bueno y lo que es malo, con los deberes y obligaciones morales, está presente en los valores, ideales, creencias finalmente estándares de vida, es decir el buen vivir de las personas en la sociedad.

Llamamos también ética al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes con los que una persona es capaz de desempeñar con éxito una determinada función laboral.

La ética como ciencia estudia los deberes y los derechos profesionales de cada profesión. También se llama deontología.

Cuando hablamos de ética profesional, no sólo nos referimos a que la ética es para quienes tienen un título o son profesionales, sino que ésta en especial va destinada a las personas que ejercen una profesión u oficio en particular. Reconocemos entonces que la ética profesional tiene como objeto crear conciencia de responsabilidad, en todos y cada uno de los que ejercen una profesión u oficio, todo esto vinculado con la idea de un bien, por lo tanto, la moral está implícita en el ejercicio profesional.

Destacamos el hecho de que en las relaciones cotidianas de los individuos surgen constantemente problemas cuya solución no sólo afecta a la persona que lo crea sino también a otra u otras que sufren las consecuencias.

Desde el primer instante en que un profesional actúa como tal en la sociedad no debe utilizar el puesto para excluir a unos o para favorecer a otros, emitir normas en su ámbito laboral en beneficio propio, participar en el proceso de convocatorias o concursos favoreciendo a los miembros de su propia familia o allegados, aceptar dinero o regalos a cambio de dar un trato especial o favor a alguien como retribución por actos inherentes a sus funciones, mentir para

encubrir a otros aún en contra de sus principios morales, perder el tiempo, pasar horas sin producir nada y no esforzarse en el trabajo.

Tomar materiales de la institución para su uso personal o hacer uso indebido de los recursos disponibles en la misma. Encubrir y no denunciar actos ilícitos. Por el contrario, el profesional se debe a la sociedad y como tal debe servirla y entregar toda su calidad humana y moral adquirida desde sus primeros años de formación.

## IV. RESULTADOS

### 4. RESULTADOS

#### 4.1.1 Respecto al financiamiento

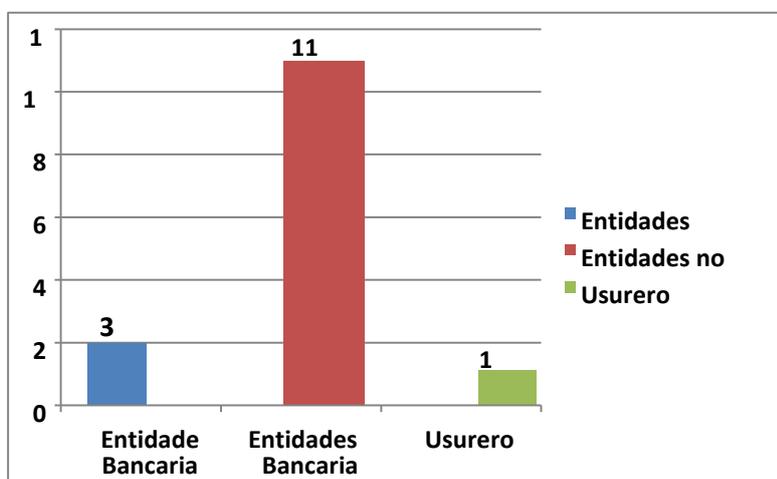
Tabla 01

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

SU FINANCIAMIENTO ES:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entidades bancarias	3	14%
Entidades no bancarias	11	79%
Usureros	1	7%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

Interpretación.



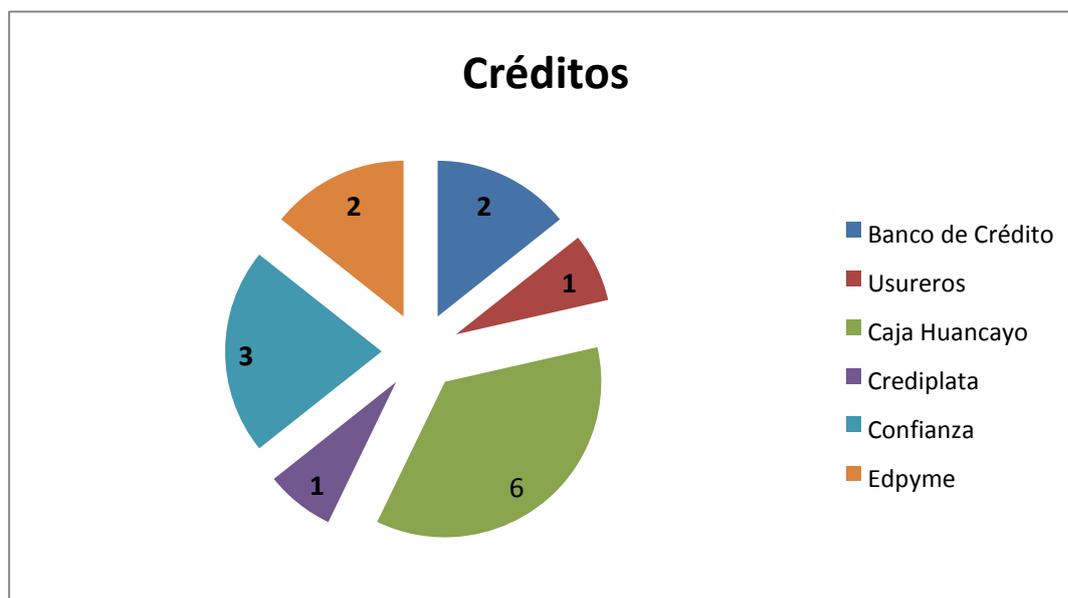
Del 100% de los encuestados, el 14% ha obtenido su crédito de entidades bancarias, el 79% de no bancarias y el 7% de usureros.

## CUADRO 02

*¿Nombre de la institución financiera y que tasa de interés paga?*

Tasas de Interes	Nombre de la institución financiera											
	Banco de Crédito		Usureros		Caja Huancayo		Crediplata		Confianza		Edpyme	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
<b>No precisa</b>	2	14%	.	.	5	36%	1	7%	3	22%	2	14%
<b>2.5%</b>												
<b>20 %</b>			1	7%								
<b>Sub Total</b>	2	14%	1	7%	6	36%	1	7%	3	22%	2	14%
<b>TOTAL</b>	14 100%											

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



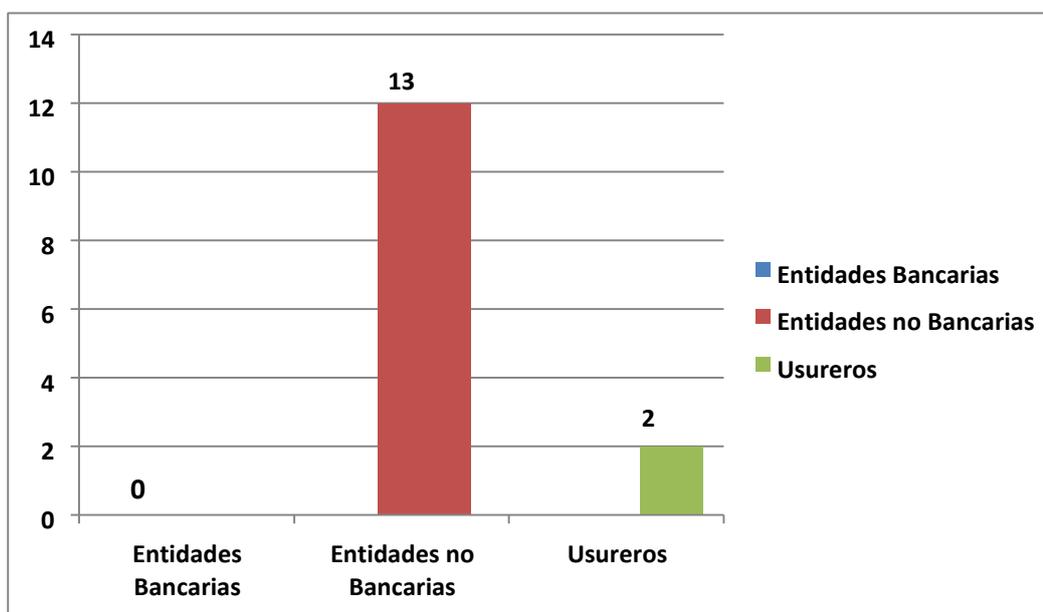
Del 100% de los encuestados, el 79% obtuvo su crédito de la banca no comercial siendo estas: Caja Huancayo, Crediplata, Financiera Confianza, Epyme Confianza, el 7% lo obtuvo mediante usureros y el 14% lo obtuvo del Banco de Crédito

**Tabla 03**

*¿Qué entidades financieras otorga mayores facilidades para la obtención del crédito?*

Facilidades del crédito	Frecuencia	Porcentaje
Entidades bancarias	0	0%
Entidades no bancarias	13	86%
Usureros	2	14%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



Del 100% de los encuestados, el 86% indicó que las entidades no bancarias dan mayores facilidades para la obtención de créditos, el 14% los usureros

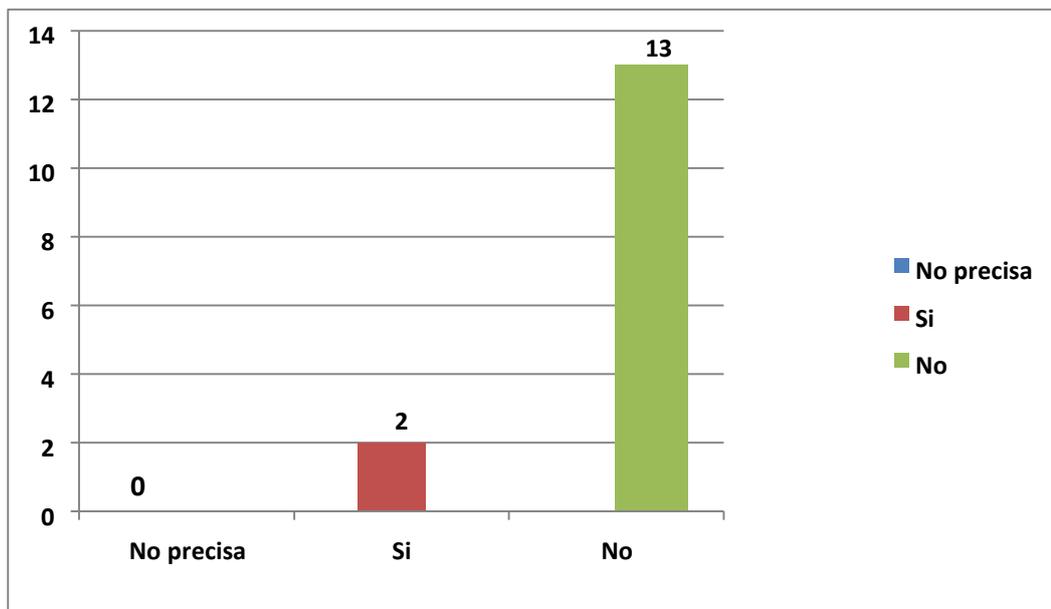
#### 4.1.2 Respecto a las Capacitaciones.

**Tabla 04**

*¿Recibió usted capacitación para el otorgamiento del crédito financiero?*

Recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
Si	2	13%
No	13	87%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



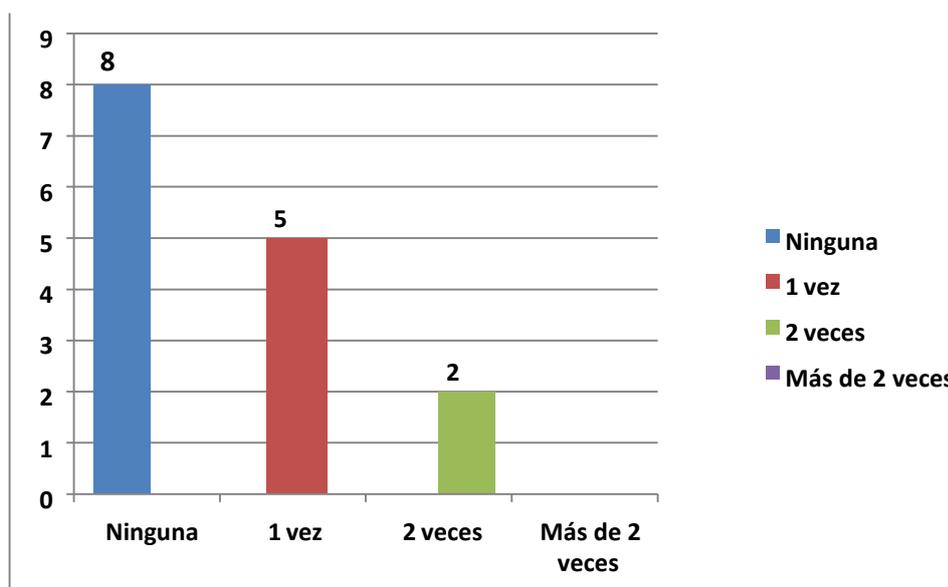
Del 100% de los encuestados el 87% no recibieron capacitación para el otorgamiento del préstamo y el 13% si lo recibió.

**Tabla 05**

*¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años?*

Nº cursos de capacitación en los 2 últimos años:	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	8	53%
1 vez	5	33%
2 Veces	2	13%
Más de 2 veces	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



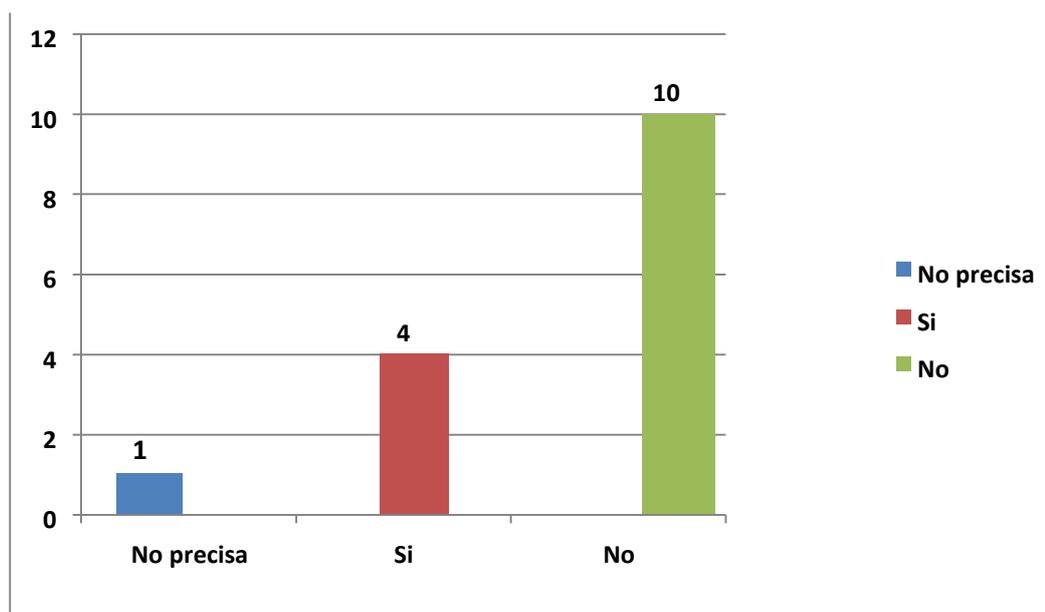
Del 100% de los encuestados, el 53% no ha recibido curso de capacitación, 33% un curso, 13% dos cursos.

**Tabla 06**

*El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?*

Recibió algún tipo de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	1	7%
Si	4	27%
No	10	66%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



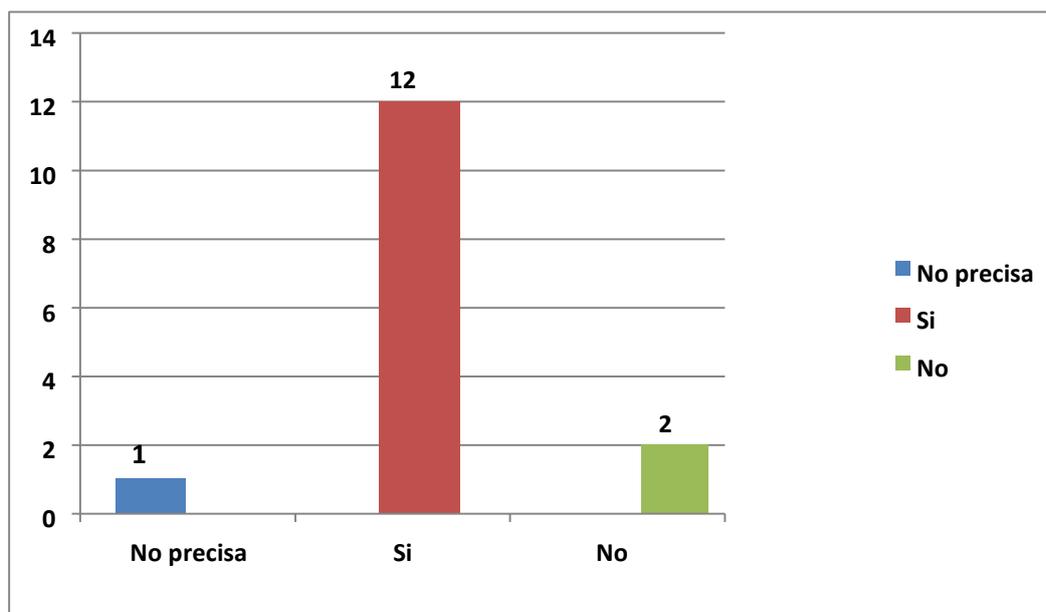
Del 100% de los encuestados, el 27% manifestaron que su personal si ha recibido alguno, 66% no ha recibido y el 7% no sabe precisar

**Tabla 07**

*¿Considera usted que la capacitación como empresario es una inversión?*

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	1	7%
Si	12	80%
No	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



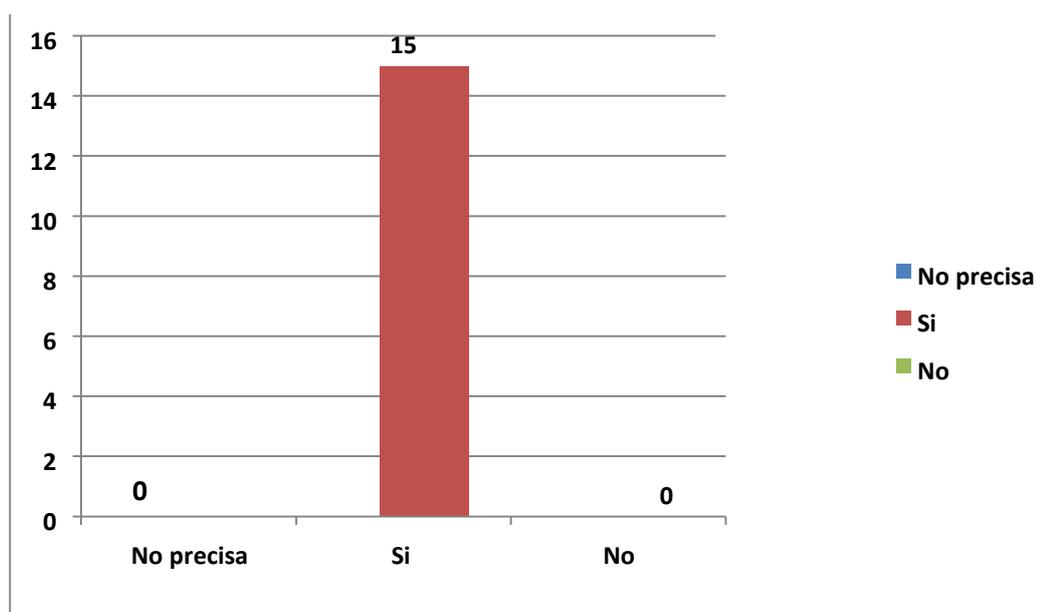
Del 100% de los encuestados, el 80% considera que la capacitación como empresario es una inversión, 13% cree que no lo es y el 7% no sabe precisar

**Tabla 08**

*¿Cree usted que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa?*

La rentabilidad mejoro con el financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



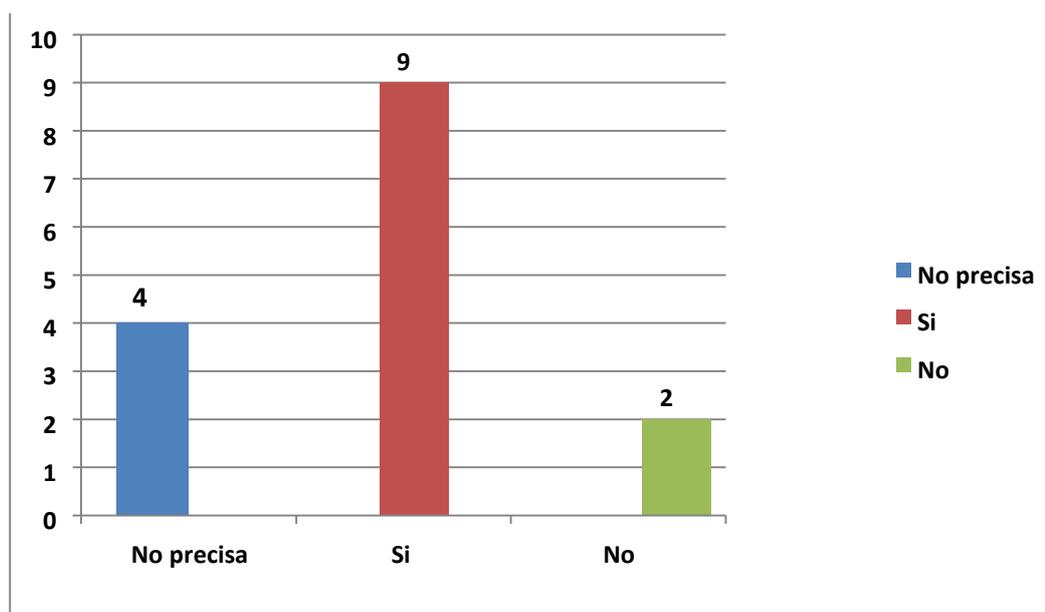
El 100% de los encuestados cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa.

**Tabla 09**

*¿Cree usted que la capacitación ha mejorado la rentabilidad de su empresa?*

La capacitación mejoro la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	4	27%
Si	9	60%
No	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



Del 100% de los encuestados, el 60% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa, el 13% opina que no, y el 27% no sabe precisar.

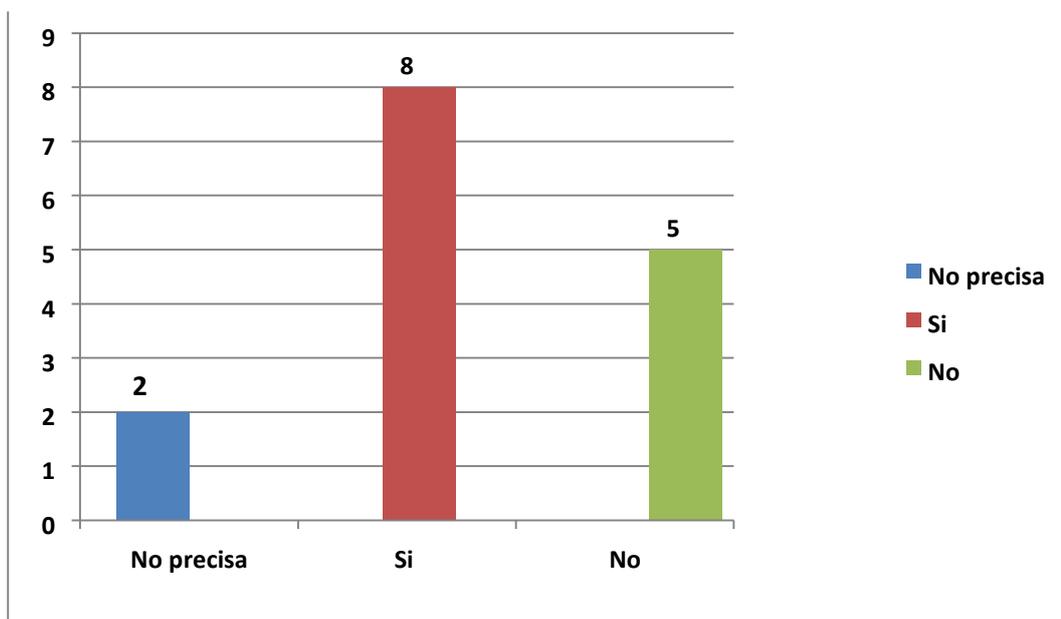
### 4.1.3 Respecto a la Rentabilidad

Tabla 10

*¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?*

Mejora de la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	2	13%
Si	8	53%
No	5	34%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



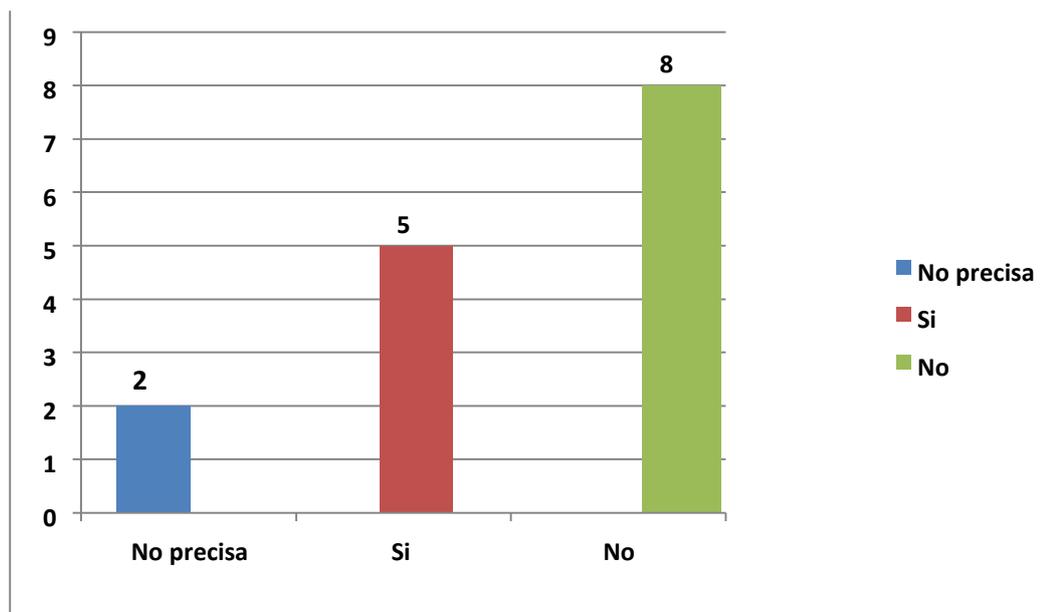
Del 100% de los encuestados, el 53% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años, el 34% no cree que ha mejorado su rentabilidad y el 13% no precisa

**Tabla 11**

*¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos dos años?*

Disminución de rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	2	13%
Si	5	34%
No	8	53%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



Del 100% de los encuestados el 34% afirma que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los 2 últimos años, 53% afirma que la rentabilidad de su empresa no ha disminuido en los 02 últimos años y el 13% no sabe precisar

## **4.2 Análisis del Resultado**

### **4.2.4 Respecto a los empresarios**

De las Mypes encuestadas se establece que los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 30 y 60 años (ver tabla 01) en un 87%; Estos resultados más o menos concuerdan con los resultados encontrados por Sagastegui (2010) y Trujillo (2010), representantes legales de la Mypes estudiadas es de 52 años, 42, 40 años; 41 años y 45 – 64 años respectivamente.

El 80% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino (ver tabla 02), Estos resultados más o menos son parecidos a los encontrados por Trujillo (2010), donde los representantes legales de la Mypes estudiadas fueron del sexo masculino en 100%, 54% y 65%, respectivamente. El 87% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción secundaria (ver tabla 03), Y estado Civil el 93% son casados (ver tabla 04), en profesional u ocupación el 87% son agricultores y el 13% son técnicos (ver tabla 05), Estos resultados más o menos son parecidos a los encontrados por Sagastegui (2010) y Trujillo (2010).

### **4.2.5 Respecto a las características de las Mypes**

El 100% de los microempresarios encuestados se dedican al comercio de piñal hace más de 3 años (Ver tabla Nª 06). Estos resultados más o menos coinciden a los encontrados por Sagastegui (2010) y Trujillo (2010). Donde el 100% tienen más de tres años en el sector servicio en los rubros estudiados.

El 80% de las Mypes encuestadas no tiene trabajadores permanentes y el 60% tiene dos trabajadores eventuales (Ver tablas N° 12 - 16). Estos resultados estarían implicando que, desde el punto de vista del número de trabajadores que contratan las empresas, se encuentra una mezcla entre micro y pequeña empresa.

#### **4.2.1 Respecto al financiamiento**

El 79% de las Mypes encuestadas recibieron crédito del sistema no bancario (ver tabla N° 09); Estos resultados estarían implicando que, las MYPE que recurren a financiamiento de terceros prefieren arriesgar en el negocio capital ajeno que propio, o también por estar utilizando los créditos recibidos en la compra de activos fijos.

El 64% manifestaron que invirtieron los créditos recibidos en Capital de trabajo (ver tabla N° 10). Estos resultados estarían implicando que el futuro las MYPE que invirtieron los créditos recibidos en la compra de activos, podrían crecer más adelante, debido seguramente a la mejora de la rentabilidad empresarial.

#### **4.2.2 Respecto a la capacitación**

El 87% de los gerentes y/o administradores de las Mypes en estudio, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos (ver tabla N° 16). Esto estaría implicando que los gerentes y/o administradores no necesariamente habrían utilizados los créditos recibidos de la forma más eficiente y eficaz. Así mismo, estos resultados son parecidos a los encontrados por

Sagastegui y Trujillo, donde el 50% y 60% de las Mypes estudiadas no recibieron capacitación antes del otorgamiento del crédito.

El 33% de los microempresarios encuestados han recibido una capacitación (ver tabla N<sup>a</sup> 14). Estos resultados son iguales a los resultados encontrados por Sagastegui, donde el 33.3% recibieron una capacitación.

#### **4.2.3 Respecto a la rentabilidad**

El 100% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron si mejoraron la rentabilidad de sus empresas (ver tabla N<sup>a</sup> 18). Estos resultados no coinciden con los resultados encontrados por SBS, donde el 66.7% manifestaron que el crédito recibido no mejoro la rentabilidad empresarial.

El 60% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si mejoró la rentabilidad de sus empresas (ver tabla N<sup>a</sup> 19). Estos resultados son parecidos a los encontrados por la SBS, donde el 90% de las Mypes encuestadas manifestaron que la capacitación incremento la rentabilidad de sus Mypes.

El 53% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas si había mejorado en los dos últimos años (ver tabla N<sup>a</sup> 20). Estos resultados son parecidos a los encontrados por la SBS, donde el 50% de las Mypes encuestadas percibieron que si incrementó la rentabilidad empresarial en los dos últimos años.

## V. CONCLUSIONES

### **Respecto al financiamiento**

Los empresarios encuestados manifiestan que respecto al Financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: el 93% obtuvo su crédito de las entidades no bancarias, el 86% fue a corto plazo. En relación al Financiamiento podemos ver que la mayoría se formó con capital propio, así mismo existe una minoría que se financia con entidades bancarias y entidades no bancarias. Se puede evidenciar que la mayoría encuentran mayor facilidad de financiamiento en entidades no bancarias.

### **Respecto a la capacitación**

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 87% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 53% no tuvieron curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 66% no ha recibido ninguna capacitación, El 80% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 87% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

### **Respecto a la rentabilidad**

En relación a la rentabilidad la mayoría considera que el financiamiento a mejorado su rentabilidad, así mismo la mayoría consideran que su rentabilidad mejoro en los últimos años.

## **VI. RECOMENDACIONES**

El conjunto de las Mypes se dedica de este sector de comercio del rubro piñal deben promover el financiamiento externo por parte de los vendedores, que les da la ventaja de poder utilizar este medio como beneficio para el incremento de sus utilidades, que sería el mejor resultado que toda empresa desea obtener; asimismo deberían utilizar parte del financiamiento interno, como reinvertir las utilidades.

Se debe defender los pilares de la Micro y Pequeñas empresas, que son los empresarios y trabajadores, mediante las capacitaciones de acuerdo a la naturaleza del trabajo que desempeña, para que tengan conocimiento de las normas y leyes que apoyan al crecimiento de una Mype en el Perú, por medio de favores tributarios y de capacitaciones.

Para lograr mayor rentabilidad, se debe realizar una publicidad de mercado para la transformación del producto, y la indagación de clientes, para la venta de lo brindado.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aguirre (2015). “Impacto Económico Financiamiento en los Cafetaleros de la Selva Central del Perú por efectos de la Influencia de la Micro Financiera”. (Para obtener el grado académico de Maestría en Contabilidad y Finanzas). Universidad de USMP.

Alarcón, (2015). “Caracterización de Financiamiento y Capacidad de las MYPE del sector el comercio rubro Artesanía del Mercado de San Pedro”. (Para Licenciada en Administración). Universidad de ULADECH.

Alejos, R (2008).” Principios éticos y de calidad: Buenas prácticas en la organización del conocimiento” (Licenciada en Ciencias de la Educación) Biblioteca Nacional del Perú [ralej@bnp.gob.pe](mailto:ralej@bnp.gob.pe)) Biblios Lima –Perú.

Bazan, J (2006) “La demanda de Créditos en las Mypes Industriales “Titulo para Licenciado de Administración” Universidad de Leoncio Prado.

Cruzado, C (2015).” Implementación de un Sistema de Control Interno en el proceso Logístico y su impacto en la rentabilidad” (Para obtener el Título de Contador Público) Universidad Privada del Norte.

Torres & Torres. (2010). “Capacitación por competencias laborales un logro productivo para la empresa farmacéutica”. (Maestría en Administración de Empresa). Universidad Javeriana Colombia.

Medina & Maurice (2014) “La Rentabilidad para la línea de Negocios” (Tesis para obtener el Título Profesional de Economista mención en Finanzas.) Universidad Privada Antenor Orrego Facultad de Ciencias Trujillo -Perú.

Sagastegui M. (2009) “La Rentabilidad para la línea de Negocios” (Tesis para obtener el Título Profesional de Economista mención en Finanzas.) Universidad Privada Antenor Orrego Facultad de Ciencias Trujillo –Perú.

Vargas P. (2005) “Financiamiento como Estrategia de Desarrollo para las Medianas Empresas” (Para el grado Académico de Magister en la Administración) Universidad Nacional de San Marcos Facultad de Ciencias Administrativas Unidad de Post Grado.

Zapata L. (2009) “La generación y la Transferencia de Conocimiento en pymes del sector de las Tecnologías de la información “(Tesis Doctoral Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales) Universidad Autónoma de Barcelona.

## **ANEXOS**

### **Anexo N°01**

#### **UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA  
PROFESIONAL DE CANTABILIDAD  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA  
INVESTIGACIÓN – DEMI**

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las mypes del ámbito de estudio. El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado

“CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACION Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO PIÑAL DEL DISTRITO DE VILLA RICA, PERIODO 2017”.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador a):.....

Fecha:...../...../.....

## I DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE

1. Edad del representante de la Pyme:
2. Sexo: Masculino.....Femenino.....
3. Grado de Instrucción:  
  
Primaria      ( ) Secundaria      ( ) Superior      ( )
4. Profesión.....Ocupación.....

## II. CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

5. tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro
6. Número de trabajadores permanentes.....Número de trabajadores eventuales.....
7. La Mype se formó para obtener ganancias      Sí No  
  
La Mype se formó por subsistencia (sobre vivencia)      Sí No

## III. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES

8. Cuantas veces solicito crédito \_\_\_\_
9. A qué entidad financiera \_
10. A qué tiempo fue el crédito solicitado \_\_\_\_\_
11. En que fue invertido el crédito que obtuvo \_\_\_\_\_

## IV. CAPACITACION

12. Recibió Ud. Capacitación para el otorgamiento del crédito financiero.

Si ( ) No ( )

13. Cuantos cursos de capacitación ha tenido Ud. dos últimos años \_\_\_\_-

14. El Personal de su empresa ha recibido capacitación Si ( ) No ( )

15. Considera que la capacitación como empresario es una inversión:

Si ( ) No ( )

16. Considera Ud. que las Autoridades locales apoyan a las Mypes con capacitaciones

Si ( ) No ( )

## **V.RENTABILIDAD**

17. Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los 2 últimos años

Si ( ) No ( )

18. Cree Ud. que la capacitación ha mejorado la rentabilidad de su empresa

Si ( ) No ( )

19. Cree Ud. que el Royo ha influido en la rentabilidad de su empresa

Si ( ) No ( )

20. Cree Ud. que el Paro Agrario ha influido en la rentabilidad de su empresa Si ( ) No ( )

Edad de los representantes de las Mypes

## ANEXOS 02

- Presupuesto

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	
		MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papel bond 80 gr	400	Unidad.	0.10	40.00
Uso de internet	80	Hora	1.00	80.00
Espiralado	04	Unidad.	10.00	40.00
Pasajes	08	Unidad.	128.00	512.00
TOTAL				S/.672.00

## ANEXOS 03

### Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	FECHA	
	INICIO	TERMINO
Elaboración del Proyecto de Tesis		2 días
Preparación hasta revisión de la Tesis		2 día
Recolección de datos de Tesis		1 semana
Resultados y conclusiones de Tesis		2 días
Elaboración del Informe de Tesis.		1 semana

## ANEXOS 04

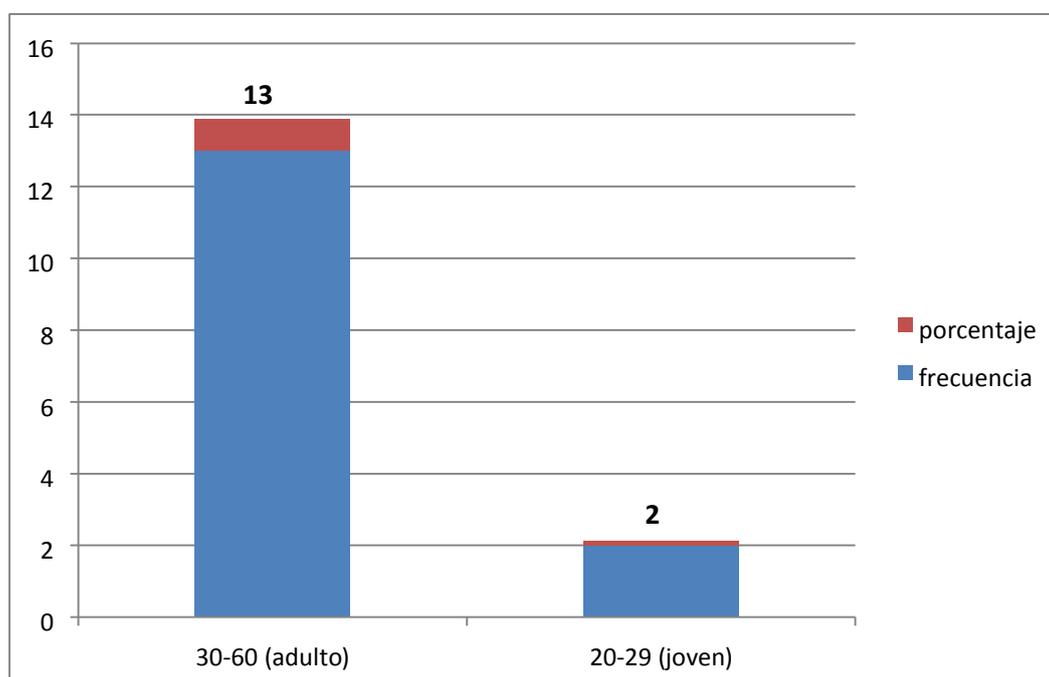
### Respecto a los empresarios

Tabla 12

*Edad de los representantes legales de las MYPES*

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
30 – 60 (Adulto)	13	87%
20 – 29 (Joven)	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



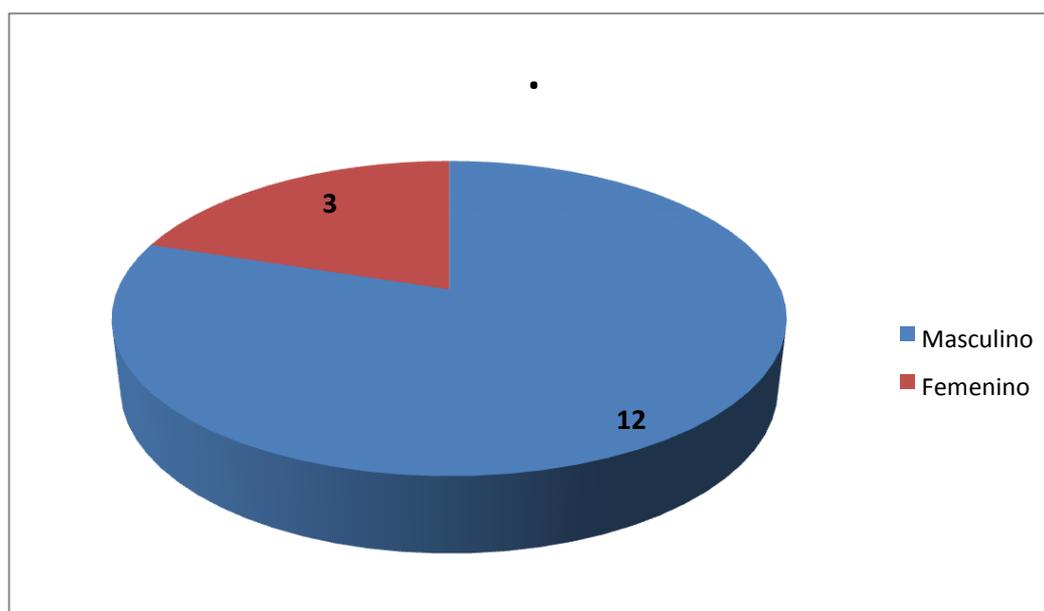
El 87% de los representantes legales o dueños son adultos y el 13% son representantes legales jóvenes

**Tabla 13**

*Sexo de los representantes legales de las MYPES*

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	12	80%
Femenino	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



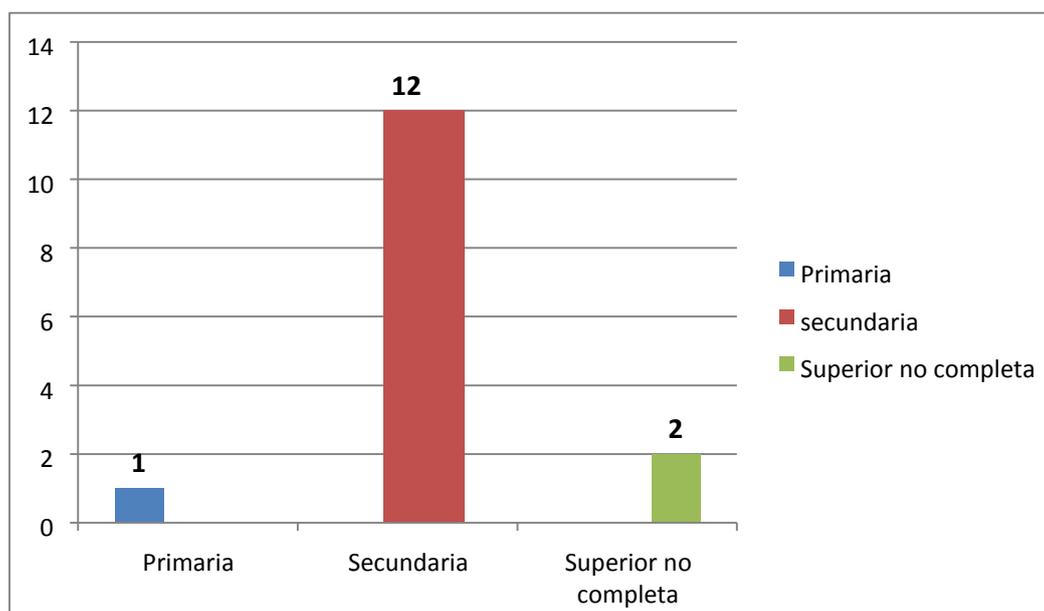
Del 100% de los encuestados, el 80% son del sexo masculino y el 20% del sexo femenino.

**Tabla 14**

*Grado de instrucción de los representantes legales de las MYPES*

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Primaria	1	7%
Secundaria	12	80%
Superior No Universitaria Completa	2	13%
Superior No Universitaria Incompleta	0	
Superior Universitaria Completa	0	
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



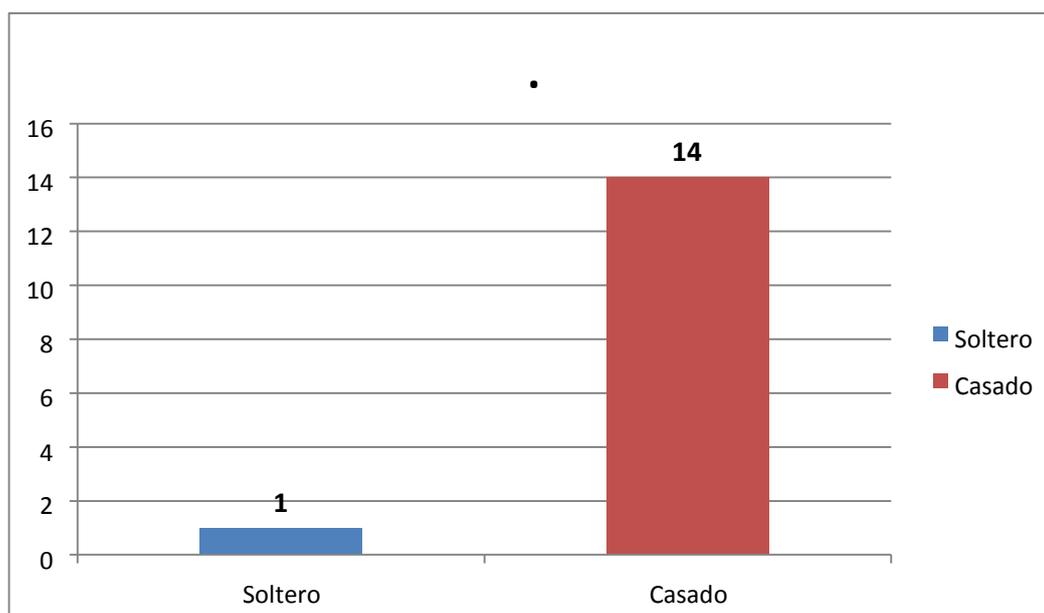
Del 100% de los encuestados, el 7% tiene primaria, el 87% tienen secundaria, el 13% superior no Universitaria completa.

**Tabla 15**

***Estado civil de los representantes legales***

<b>Estado Civil</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Soltero	1	7%
Casado	14	93%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



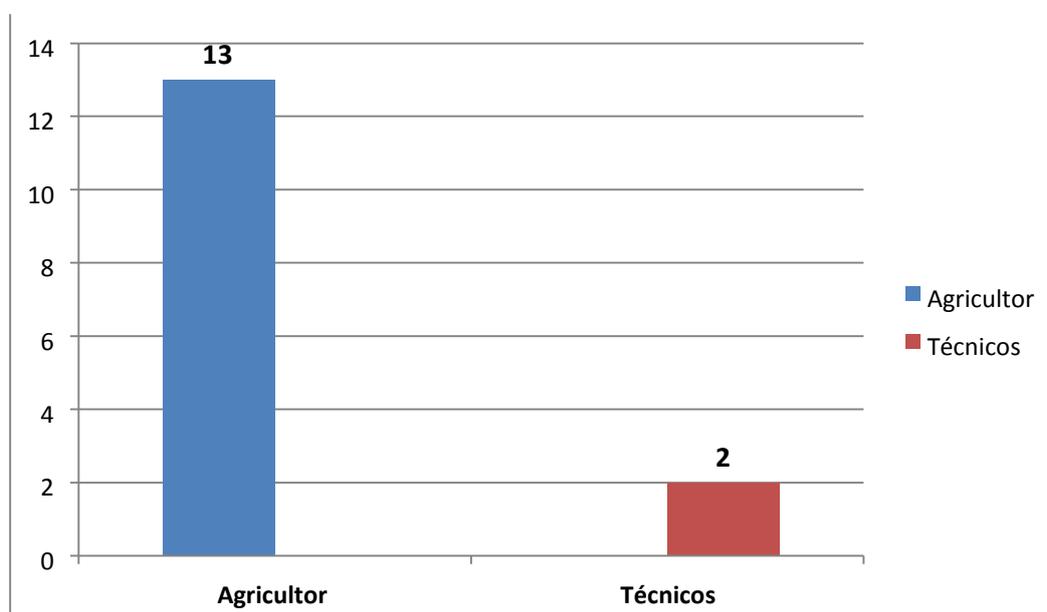
Del 100% de los encuestados; el 7% es soltero y el 93% casado.

**Tabla 16**

*Profesión u ocupación de los representantes legales*

PROFESION U OCUPACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agricultores	13	87%
Técnicos	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



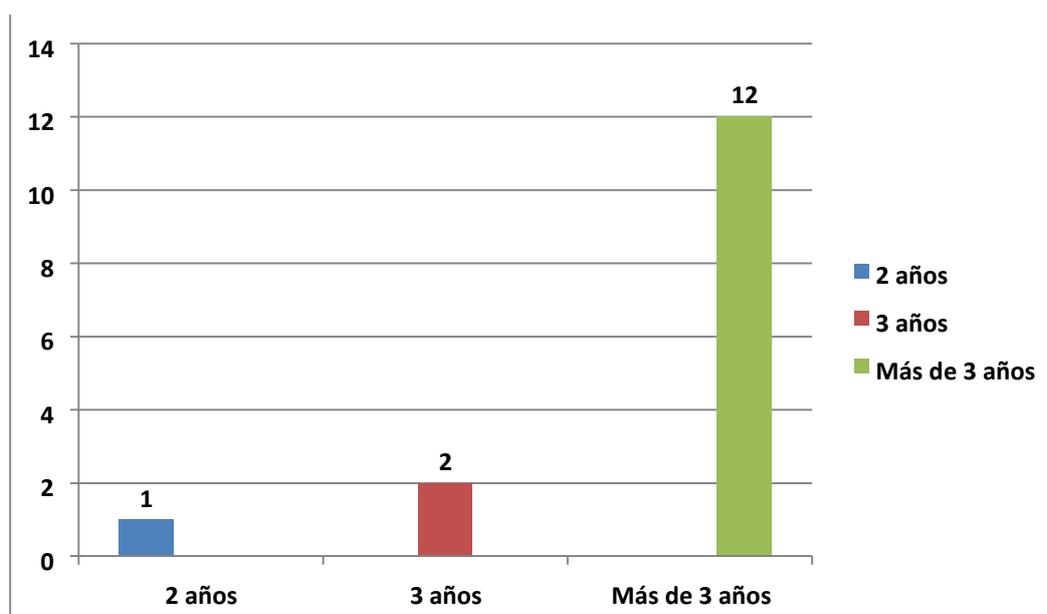
Del 100% de los encuestados; el 87% son agricultores y el 13 % son técnicos en alguna profesión

**Tabla 17**

*¿Hace cuánto tiempo se dedica al sector y rubro empresarial?*

Tiempo del Negocio	Frecuencia	Porcentaje
1 año	0	0%
2 años	1	7%
3 años	2	13%
Más de 3 años	12	80%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

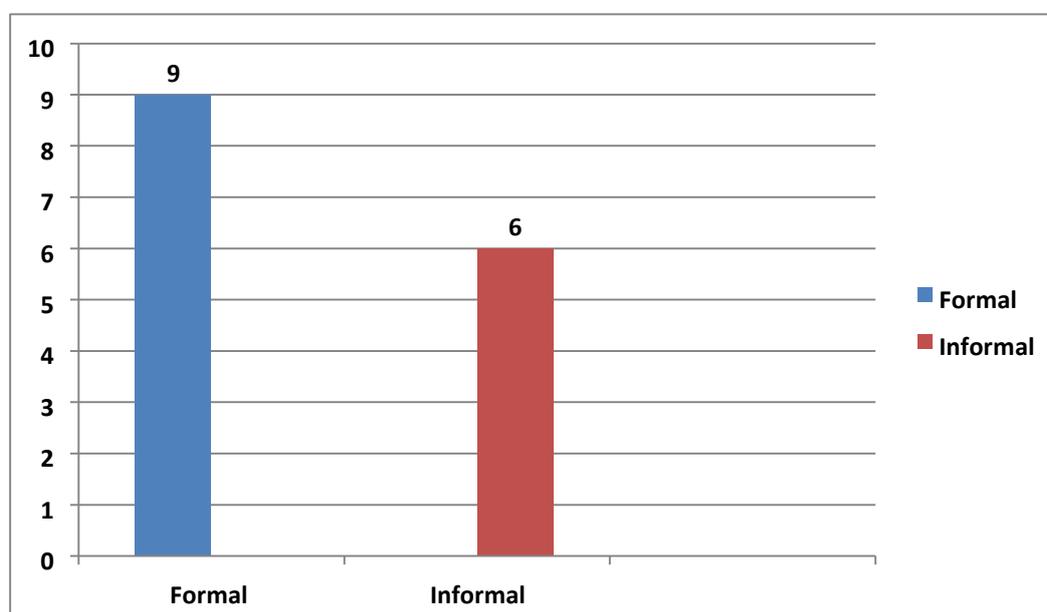


Del 100% de los encuestados; el 7% ha iniciado hace 2 años la actividad, el 13% hace 3 años viene dedicándose a este rubro empresarial y el 80 % hace más de 3 años viene trabajando en este rubro empresarial

**Tabla 18**  
*Formalidad de las Mypes*

Formalidad de las MYPES	Frecuencia	Porcentaje
Formal	9	60%
Informal	6	40%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



Del 100% de los encuestados; el 60% de la mypes encuestadas son formales (inscritos en el Rus) y el 40% son informales

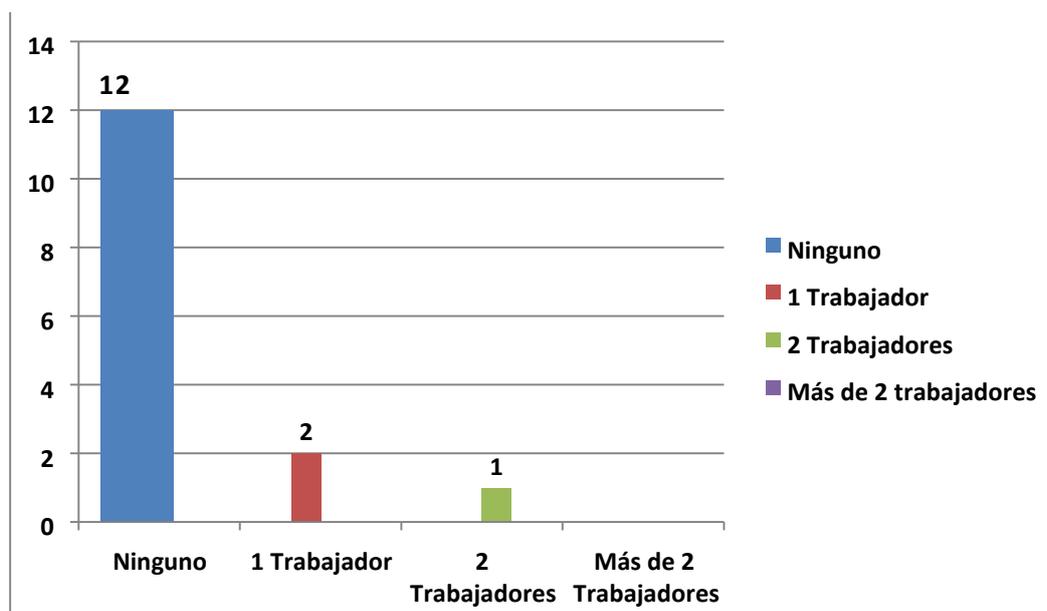
## 2. Respecto a las características de las Mypes

**Tabla 19**

*Número de trabajadores permanentes de las Mypes*

Nº De Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	12	80%
1 trabajador	2	13%
2 Trabajadores	1	7%
Más de 2 trabajadores	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



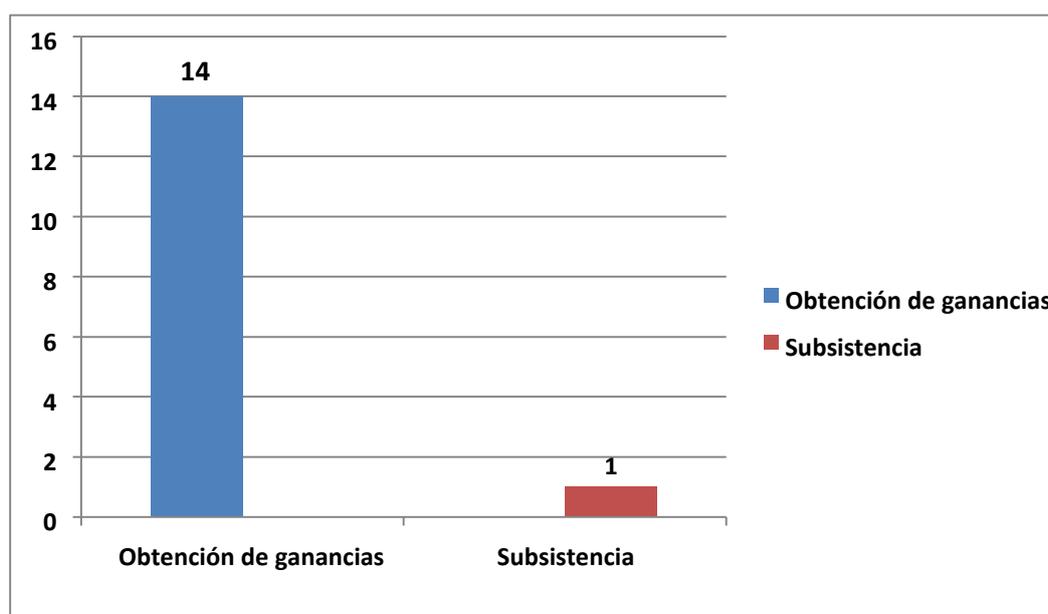
Del 100% de los encuestados, el 80% no tiene ningún trabajador permanente, el 13% tiene 01 trabajador, el 7% tiene 02 trabajadores.

**Tabla 20**

*Motivos de formación de las Mypes*

Formación por:	Frecuencia	Porcentaje
Obtención de ganancias	14	93%
Subsistencia	1	7%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.



Del 100% de los encuestados, el 93% se formó para obtener ganancias y el 7% por subsistencia.