



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA CAPACITACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO - RUBRO BODEGA, DEL MERCADO
UMAMARCA, DISTRITO DE SAN JUAN DE
MIRAFLORES, PROVINCIA DE LIMA,
DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÍODO 2015**

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

AUTORA:

DALILA DEL ROCIO PEÑA CRIOLLO

ASESOR:

Lic. ROBERTO CUIPAL VELAYSOSA

LIMA, PERÙ

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA CAPACITACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO - RUBRO BODEGA, DEL MERCADO
UMAMARCA, DISTRITO DE SAN JUAN DE
MIRAFLORES, PROVINCIA DE LIMA,
DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÍODO 2015**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTORA:

DALILA DEL ROCIO PEÑA CRIOLLO

ASESOR:

Lic. ROBERTO CUIPAL VELAYSOSA

LIMA, PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. José Orestes Vite Ibarra

Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero De Murillo

Secretaria

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinoza Otoyá

Miembro

Lic. Roberto Cuipal Velaysosa

Asesor

AGRADECIMIENTO:

Gracias a Dios: por darme las fuerzas y la sabiduría día a día, para seguir adelante; por no dejarme caer a pesar de las circunstancias que se presentan, por haber permitido culminar esta meta con éxito y así seguir superándome profesionalmente y también como persona.

Agradecer a mis padres: por el apoyo incondicional que me brindan día a día; agradecer a mi hermano, por el apoyo, la paciencia y la comprensión brindada en este tiempo. Y agradecer de manera especial, a mi asesor de tesis por las enseñanzas que brindadas, durante la elaboración de este trabajo.

DEDICATORIA:

A mi Madre Hilda: ella es la razón por quien siempre he salido adelante y superado las dificultades que se han venido presentando; y a mi Papá Palimón, por la fuerza y el apoyo que me brinda siempre.

Este trabajo, también se lo dedico a mi hermano Wilson; por ser parte de mi vida y por su apoyo constante; y a una personal especial, que siempre estuvo ahí brindándome su apoyo.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las características de la capacitación y el financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015. La investigación fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información estuvo dirigida una muestra de 10 MYPE en el rubro bodega del Mercado Umamarca, en el Distrito de San Juan de Miraflores; a quienes se le aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 30,0% de la población encuestada, indican que si recibieron capacitación antes de iniciar su actividad empresarial; mientras que el 70,0% menciona que no recibieron capacitación. Por otra parte, se obtuvo que el 80,0% de la población solicitó crédito y el 70,0% considera que mejoró su negocio. Finalmente, las conclusiones son: que la mayoría de la población de las MYPE encuestadas del rubro bodegas del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores no están capacitadas en la actividad empresarial y consideran importante el financiamiento para que mejoren su negocio.

Palabras Claves: Financiamiento, Capacitación y MYPE.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the characteristics of training and financing in the micro and small enterprises of the commerce sector, wine cellar, of the Umamarca market, district of San Juan de Miraflores, Province of Lima, period 2015. The research was Quantitative - descriptive, for the collection of the information It was directed to a sample of 10 MYPE in the item of the warehouse of the market Umamarca in the district of San Juan de Miraflores, to whom the questionnaire of 25 closed questions was applied, applying the technique Of the Survey Obtaining the following results. 30.0% of the population surveyed indicated that they received training before starting their business, while 70.0% of those who did not receive training, on the other hand, obtained that 80.0% of the population I apply for credit and 70.0% consider that I improve their business. Finally, the conclusions are: That the majority of the MYPE population surveyed from the Umamarca market warehouses, the San Juan district of Miraflores are not trained in business activity, and consider financing important why they improve their business

Key words: Training, financing and MYPE.

CONTENIDO

TÍTULO	pág. i
HOJA DE FIRMA DEL JURADO	pág. ii
AGRADECIMIENTO	pág. iii
DEDICATORIA	pág. iv
RESUMEN Y ABSTRACT	pág. v-vi
CONTENIDO	pág. vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	pág. viii-x
I.INTRODUCCIÓN	pág. 1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	pág. 7
2.1 Antecedentes.....	pág. 7
2.2 Marco Teórico o Conceptual.....	pág. 18
III. METODOLOGÍA	pág. 55
3.1 Diseño de la Investigación.....	pág. 55
3.2 Población y Muestra.....	pág. 55
3.3 Definición de las Variables e Indicadores.....	pág. 56
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	pág. 61
3.5 Plan de Análisis.....	pág. 61
3.6 Matriz de Consistencia.....	pág. 62
3.7 Principios Éticos.....	pág. 63
IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	pág. 64
4.1 Resultados.....	pág. 64
4.2 Análisis de Resultados.....	pág. 73
V. CONCLUSIONES	pág. 79
5.1 Aspectos Complementarios.....	pág. 79
5.2 Referencias Bibliográficas	pág. 81
5.3 Anexos.....	pág. 84

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 1 Características de los representantes de las MYPE, sector comercio-rubro bodega, del Mercado de Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.....pág. **64**

Tabla N° 2 Características de las MYPE, sector comercio-rubro bodega, del Mercado de Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.....pág. **66**

Tabla N° 3 Características de la capacitación de las MYPE, sector comercio-rubro bodega, del Mercado de Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.....pág. **68**

Tabla N° 4 Características del financiamiento de las MYPE, sector comercio-rubro bodega, del Mercado de Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.....pág. **70**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 (Tabla N° 1) Género.....	pág. 96
Figura N° 2 (Tabla N° 1) Estado Civil	pág. 96
Figura N° 3 (Tabla N° 1) Edad.....	pág. 97
Figura N° 4 (Tabla N° 1) Grado de Instrucción.....	pág. 97
Figura N° 5 (Tabla N° 2) Tiempo en el Mercado.....	pág. 98
Figura N° 6 (Tabla N° 2) Formalidad.....	pág. 98
Figura N° 7 (Tabla N° 2) Tipo de Trabajadores.....	pág. 99
Figura N° 8 (Tabla N° 2) Número de Trabajadores.....	pág. 99
Figura N° 9 (Tabla N° 2) Motivo de Formación.....	pág. 100
Figura N°10(Tabla N° 3) Recibió capacitación cuando inicio su empresa...pág.	100
Figura N° 11 (Tabla N° 3) Tipo de capacitación que recibió.....	pág. 101
Figura N° 12 (Tabla N° 3) Considera que necesita capacitarse.....	pág. 101
Figura N° 13 (Tabla N° 3) Como considera la capacitación.....	pág. 102
Figura N° 14 (Tabla N° 3) Que cree que mejora con la capacitación.....	pág. 102
Figura N° 15 (Tabla N° 3) La capacitación es relevante para las empresas...pág.	103
Figura N° 16 (Tabla N° 4) Con que capital inicio su actividad.....	pág. 104

Figura N° 17 (Tabla N° 4) Ha solicitado financiamiento.....	pág. 104
Figura N° 18 (Tabla N° 4) Le otorgaron acceso para obtener el crédito.....	pág. 105
Figura N° 19 (Tabla N° 4) En que invirtió su crédito financiero.....	pág. 105
Figura N° 20 (Tabla N° 4) Monto del crédito que obtuvo.....	pág. 106
Figura N° 21 (Tabla N° 4) Que resultados obtuvo con el crédito.....	pág. 106
Figura N° 22 (Tabla N° 4) Entidad que le otorgó el crédito.....	pág. 107
Figura N° 23 (Tabla N° 4) Como financia su actividad empresarial en la actualidad.....	pág. 107
Figura N° 24 (Tabla N° 4) Tipo de financiamiento que le conviene.....	pág. 108
Figura N° 25 (Tabla N° 4) Tasa de Interés Anual.....	pág. 108

I.INTRODUCCIÓN

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

En la actualidad las MYPE representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95.9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeña empresas. Las MYPE son importantes ya que estas proporcionan abundantes puestos de trabajo contribuyendo al ingreso nacional y al crecimiento económico, pero la mayoría de las MYPE son formadas por intuición y hace ver la falta de capacitación.

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado (más del 70% de peruanos trabajan en una MYPE), además por su contribución al Producto Bruto Interno (del total de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por la MYPE).

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

Los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la Micro y Pequeña Empresa crece, genera más empleo porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios (Okpara y Wynn).

Si bien las MYPE representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba-Sánchez, Jimenez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007).

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9,2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un período de operaciones entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasa este período, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados.

Según el estudio “Impacto Económico en Bodegas” de la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), existe en Lima Metropolitana alrededor 113,000.00 bodegas, y a nivel nacional, 414,000.00 unidades.

Este estudio muestra la importancia que tiene las bodegas a nivel nacional. Su magnitud es mucho mayor de lo que habíamos estimado, manifestó Andrés Choy, presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP).

Respecto al tamaño de las bodegas, si se mide por el número de trabajadores, el 70.1% de las bodegas son unipersonales y prácticamente todas son microempresas.

Según la Ley MYPE, si se mide por el rango de las ventas, el 99.68% de las bodegas son microempresas considerando que tienen ventas anuales inferiores a s/ 525,00.00. Cabe señalar que la inmensa mayoría de estas bodegas (91.5%) factura anualmente menos de S/. 277,500 y el 54.7% está por debajo de S/. 48,100 de ventas anuales.

De otro lado, el estudio reveló que la mayor cantidad de bodegas se concentran en Lima Norte (43.1%) y Lima Sur (21.7). Lima Este concentra el 20.8%, Lima Centro 8.3% y Lima Centro Medio 6.1%. Un dato muy importante que detalla, es que en Lima Metropolitana existen 78 personas por cada bodega. Hay áreas de Lima donde existe una mayor cantidad de personas por cada bodega como Lima Centro Medio (176) y Lima Este (106), lo que significa que esas bodegas tiene mayor clientela potencial.

Así mismo, hay áreas de Lima donde existe una menor cantidad de personas por bodega como Lima Norte (52) y Lima Sur (77), lo que supone una saturación de bodegas y por tanto, la competencia reduce la clientela potencial.

En el estudio Global Entrepreneurship Monitor (2008) realizado por London Business School, el Perú ocupa el primer lugar en nivel actividad empresarial en fase inicial. Siendo este un indicador del gran potencial de las MYPE en el país.

Las bodegas han evolucionado con el pasar del tiempo y muchos pensaban que desaparecerían con la creación de los grandes supermercados, pero no fue así, hoy en

día las bodegas han aumentado numerablemente y algunas se han convertido en minimarket.

Para lograr el éxito de las MYPE en el rubro bodegas, el empresario debe estar capacitado o contar con conocimientos previos sobre el funcionamiento, el manejo y administración del negocio. Así mismo, para el desarrollo de las MYPE es muy importante contar con acceso al financiamiento que hoy en día nos brindan las diferentes entidades financieras existentes en nuestro país.

En la actualidad la capacitación es muy importante porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Por ello las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para lograr un desempeño óptimo.

En la capacitación se diseñan programas para transmitir la información relacionada a las actividades de cada organización, mediante el contenido de estos, los colaboradores tiene la oportunidad de aprender nuevas cosas, actualizar conocimientos, relacionarse con otras personas, en otras palabras, satisfacen sus propias necesidades, mediante técnicas y métodos nuevos que ayudaran aumentar sus competencias para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas.

Hay muchas organizaciones que consideran a la capacitación como un gasto innecesario sin darse cuenta que se puede ofrecer resultados positivos y aumento de productividad y calidad en el trabajo.

Así mismo, el acceso al financiamiento en las entidades financieras permite acceder a tasas de interés más bajas, así como a mejores condiciones y a asesoría especializada.

Por otra parte, en el Distrito de San Juan de Miraflores donde se ha desarrollado el estudio, existen varios establecimientos conocidos como MYPE dedicados al rubro bodega, pero sin embargo, se desconoce si estas MYPE han recibido capacitación, también se desconoce si estas tienen acceso al financiamiento. Así mismo, se realizó un estudio más detallado de las MYPE en el sector comercio-rubro bodega: por todo ello y otros aspectos, el enunciado del problema de investigación será el siguiente: ¿Cuáles son las características de la capacitación y el financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: determinar las características de la capacitación y el financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015. Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

- Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

- Determinar las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

- Determinar las características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

El trabajo de investigación se justifica porque permitió conocer las características de los representantes; de las MYPE; de la capacitación y del financiamiento de las MYPE del sector comercio – rubro bodegas en el Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

También se pretende beneficiar a los propietarios ofreciéndole información verídica y necesaria para un mejor manejo y administración del negocio, uniendo las facilidades de acceso que hoy en día brindan diferentes entidades financieras a este rubro, porque la capacitación y las buenas estrategias de financiamiento es la base para que las microempresas crezcan y puedan ser competitivas con otras empresas

Finalmente, esta investigación también se justifica porque servirá de base para otros estudios en los diferentes sectores del distrito de San Juan de Miraflores y en otros ámbitos geográficos de nuestro país.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

-A Nivel Internacional

Bustos, J. (2013). En su investigación titulada: “Fuentes de financiamiento y capacitación en el Distrito Federal de México para el desarrollo de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas”, el cual llego a las siguientes conclusiones:

- El presente trabajo de investigación ha representado un reto al momento de aglutinar la información; no se estableció un solo patrón de estudio para un solo sector, es decir, se establecieron tres conceptos diferentes como la Microempresa, la Pequeña Empresa y la Mediana Empresa, cuya información obtenida se clasificó dependiendo siempre del sector al que pertenecían, el número de trabajadores que conforma cada sector y el rango de ventas e ingresos obtenidos. Es entonces, que a partir de allí, se inició este proceso que permitió facilitar la comprensión de las diferentes problemáticas y características que se insertan en cada enfoque.

- Desarrollar una investigación en la que se aborde el interés en conocer las fuentes de financiamientos que se presentan para las MiPymes requiere analizar la estructura organizacional que conforman las pequeñas empresas para obtener, así, una viabilidad productiva que les permita ser punto de interés para las empresas públicas o privadas encargadas de otorgar créditos.

- Dentro de los mercados financieros, los rendimientos se incrementan en proporción al riesgo, lo cual, desde un enfoque netamente keynesiano, implica un mayor

crecimiento que está en función tanto de la inversión como del empleo; observando las características de las fuentes de financiamiento existentes en la ciudad de México, existe cada vez una mayor preponderancia hacia la capacitación de la MiPyMES, mas no hacia lo que en verdad debería convergerse, que es hacia el financiamiento, sin que a esto se le antepongan obstáculos burocráticos que retrasen la tarea de minimizar el riesgo y miedo que muchas veces el sector público posee ante la incertidumbre de ver recuperado o no el crédito otorgado a los microempresarios.

- Un gran número de personas que han decidido establecer una fuente de ingresos familiar al inaugurar su propio negocio no refiere estudios universitarios. Es importante tomar en consideración el elevado nivel de desorganización institucional que a lo anterior se le añade, principalmente entre microempresarios. El método de investigación utilizado para abatir este conflicto, ha sido el de presentar en primera instancia todo lo referente a los micronegocios, estableciendo como pauta de inicio las siguientes cuestiones: ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Quién? , ¿Para qué?, ¿Dónde?, ¿Cómo?, para dar a conocer el funcionamiento organizacional de la MiPyme y enmarcar los pasos, de forma sencilla lo que verdaderamente con lleva a la elaboración de un pequeño plan de negocios que permita acceder a un eficiente financiamiento.

- La cuestión fundamental que se esboza en la hipótesis de este trabajo de investigación tiene que ver con las alternativas de financiamiento, siendo estas uno de los puntos centrales mayormente debatidos. Las acotaciones que se han incluido indican un predominio hacia el sector proveedores como fuente de financiamiento MiPyme, seguido de la banca comercial y la banca de desarrollo. El sector bancario

comercial, suele establecer una serie de requerimientos que obligan al microempresario cumplir para tener la posibilidad de acceder a un financiamiento; sin embargo, en ocasiones, las pequeñas empresas no suelen utilizar esta vía debido a las altas tasas de interés fijadas, debido a ello, se ha incluido un apartado orientado a conocer las vertientes hacia donde se dirige el financiamiento en el sector privado por parte de nacional financiera.

- Es importante aclarar que, de igual manera, se hizo énfasis en las vías de capacitación existentes en México y el Distrito Federal, la entidad con mayor preponderancia e incursión de inversionistas en el ámbito de la microempresa. A través de los medios de comunicación más actuales, como: internet o los documentos bibliográficos en línea; se pudo tener acceso a información que posibilitó respaldar cada afirmación incluida en este estudio, no obstante, los obstáculos que acompañaron la labor, estuvieron relacionados con la falta de información precisa en las Secretarías de la Ciudad de México acerca de los créditos, en porcentajes y cantidades, dados a los pequeños empresarios en las diferentes delegaciones que conforman la región para iniciar su propio negocio. Por consiguiente, el inconveniente subrayado en estos últimos apartados es no solo la facilidad para cualquier persona ingresar a información que sustente su plan de inversión, sino también la falta de acceso a un crédito sin que le antecedan muchas dificultades, como las garantías, lo cual abre la viabilidad para la realización de otros estudios posteriores enfocados en esta temática.

-A Nivel Nacional

Kong, J. & Moreno, J. (2014). En su investigación titulada: “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPE del Distrito de San José, Lambayeque en el período 2010-2012, los cuales llegaron a las siguientes conclusiones:

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

- Al evaluar el desarrollo de las MYPE del Distrito de San José en el período 2010 al 2012, constatamos que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas.

- Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el Distrito.

- Al evaluar las diferentes fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el Mercado del Distrito de San José, durante el período 2010-2012; quien tuvo un mayor dinamismo en el sector fue MI BANCO como principal proveedor de recursos financieros quienes les dieron las facilidades a las MYPE de obtener un financiamiento ya sea para capital de trabajo o atender obligaciones con terceros, del mismo modo se encuentran los recursos financieros obtenidos por

prestamistas informales del propio Distrito, quienes vienen consolidando su fuerte participación en el mercado, actuando como parte esencial en el desempeño de las MYPE.

- Finalmente se determina como resultado de la investigación que las MYPE han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persisten una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción de costos y un mejor margen de ingresos.

Reyes, L. (2015). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE, rubro bodegas, del Distrito de Paita, año 2015, el cual ha llegado a las siguientes conclusiones:

Las fuentes de financiamiento que recurren con más frecuencia las MYPE del Distrito de Paita, son las Cajas Municipales; por lo tanto, son estas las que lideran el sistema financiero en este sector y en la Ciudad de Paita, ya que facilitan el proceso crediticio solicitando menos requisitos que la competencia, seguido de las tasas de interés que son muy competitivas. Con respecto al destino del crédito o plan de inversión que aplican las MYPE, es el capital de trabajo, por lo tanto, los propietarios de las bodegas tienen presente la importancia de invertir más en mercadería para su negocio ya que le generará más ventas y así más utilidades.

Las MYPE del rubro bodegas en el Distrito de Paita rotundamente no hacen uso del Crowdfunding, lo que significa que ellas están perdiendo una oportunidad muy

atractiva por el menor costo comparado con la banca tradicional; por lo tanto, el crowdlending no tiene presencia financiera, en las MYPE del rubro bodegas del Distrito de Paita, dado que ellas no tienen la tecnología para acceder al crowdlending.

La mayoría de los propietarios de las MYPE en estudio si tienen conocimiento de lo que significa gestión de calidad; por lo tanto, las bodegas son administradas por personas que hacen uso de este gran mecanismo o herramienta para brindar un buen servicio.

De acuerdo al grado de implementación en la gestión de calidad de las MYPE, se identificó que si realizan estrategias orientadas a la buena atención del cliente; por lo tanto, las MYPE hacen uso de una planificación de objetivos encaminados no solamente obtener utilidades si no en satisfacer al cliente.

Rivera, C. (2015). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento de las MYPE del sector comercio, rubro abarrotes del Distrito de Chimbote, 2013”, el cual llego a los siguientes resultados:

-Respecto a los empresarios:

- La totalidad de los representantes de las MYPE están en una edad de fluctúa entre los 26 - 60 años.
- La mayoría son del sexo masculino y la tercer parte de los representantes de las MYPE, tiene grado de instrucción de secundaria completa.
- La mitad de los representantes de las MYPE son de estado civil, convivientes mientras que la mayoría de los encuestados se dedica al comercio.

-Respecto a las características de las MYPE:

- La mayoría de las MYPE del sector comercio, del rubro de abarrotes tienen más de tres años en el rubro.
- Casi la totalidad de las MYPE, se encuentran debidamente formalizadas, cumpliendo con lo requerido por el Municipio Distrital de Chimbote, así como el cumplimiento de sus obligaciones con SUNAT.
- La mayoría de las MYPE, cuentan con un trabajador estable y no cuenta con trabajadores eventuales.
- Las MYPE, según los representantes encuestados han sido formadas para obtener ganancias.

-Respecto al financiamiento:

- La mayoría de los representantes de las MYPE iniciaron su actividad comercial con dinero de entidades financieras para comprar sus productos.
- Gran parte de los representantes de las MYPE, reunieron a los préstamos de los bancos para obtener dinero y financiar sus productos.
- La gran mayoría de los representantes de las MYPE manifiestan que obtuvieron préstamos a corto plazo, con un interés del 6% al 10%. Además, dichos préstamos en casi su totalidad fueron utilizados como capital de trabajo.

García, L. (2015). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento y el Kaizen en las MYPE, rubro bodegas, del Casco Urbano de Morropón (Piura) año 2015”, el cual llegó a las siguientes conclusiones:

El tipo de financiamiento a que acuden las MYPE del Casco Urbano del Distrito de Morropón durante el año 2015; es el financiamiento a corto plazo, cuyo dinero es destinado para el pago a los proveedores y así poder mantener una amplia gama de

productos de calidad para ofrecerles a sus consumidores y por otro lado, las MYPE también han invertido parte del financiamiento en la adquisición de maquinaria.

La entidad financiera EPYME alternativa es el principal proveedor de recursos financieros de las MYPE, rubro bodegas, del Casco Urbano del Distrito de Morropón durante el año 2015; quienes les otorgan facilidades en la obtención de un crédito, su tasa de interés se condiciona al monto solicitado y no varían según los plazos a devolución.

Se llega a la conclusión, de que en las MYPE, rubro bodegas, del Casco Urbano del Distrito de Morropón durante el año 2015; las MYPE sí han implementado método Kaizen en sus bodegas de abarrotes, porque dicha metodología genera ambientes de trabajo limpios, higiénicos, agradables y seguros, mejorando sustancialmente el estado de ánimo, la moral y la motivación de los empleados.

Las principales características que tiene el Método Kaizen en las MYPE, rubro bodegas, del Casco Urbano del Distrito de Morropón durante el año 2015; les brinda a sus trabajadores un ambiente confortable y cuentan con medidas de seguridad, el establecimiento se encuentra limpio, sus productos se encuentran en un adecuado orden y clasificados respectivamente.

Finalmente, se determina como resultado de la investigación que las MYPE han respondido favorablemente el financiamiento obtenido por las diferentes entidades financieras; pese a este resultado, existe una carencia en cuanto a cultura crediticia, una falta de gestión empresarial por parte de los propietarios. Las MYPE deben apostar por implementar en su totalidad el Método Kaizen, ya que esto les generaría más ganancias, reducción de tiempo en la atención a sus clientes y una presentación ordenada de su negocio.

Tello, L. (2011). En su investigación titulada: “Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresas Comerciales, en el Distrito de Pacasmayo”, el cual llegó a las siguientes conclusiones:

- Uno de los principales problemas que enfrentan las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Pacasmayo es el limitado financiamiento por parte de los bancos, el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo; siendo las entidades no bancarios como las cajas municipales, cajas rurales, cooperativas de ahorro y crédito, financiera, las que otorgan con una mayor política de financiamiento.
- Entre obstáculos de las MYPE para acceder al crédito, desde el punto de vista de la demanda, se encuentran el alto costo del crédito, la falta de confianza de los bancos respecto de los proyectos, el exceso de burocracia de los intermedios financieros, y la petición de excesivas garantías.
- Existe un tercio de informalidad entre las MYPE del Distrito de Pacasmayo y según la muestra utilizada en la presente investigación. Lo que genera dificultades para cumplir con los requisitos solicitados para ser sujetos de un financiamiento para su capital de trabajo.
- Se puede inferir que empresas que financiaban su capital propio con capital ajeno generaron mayor rentabilidad. En general, los empresarios encuestados, manifiestan que están conforme con la rentabilidad obtenida, por estar por encima de los valores esperados.
- Entre las principales dificultades que las instituciones financieras tienen: es la necesidad de adecuar parte de su estructura administrativa, capacitación especializada del personal, balance de la relación costo/beneficio haciéndola más

equitativa para ambas partes (empresas e instituciones financieras) y un compromiso de real cambio de las instituciones financieras.

-A Nivel Regional

Otero, M. (2013). En su investigación: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio- rubro bodegas, del Distrito de Comas, Provincia de Lima, período 2012-2013”, ha llegado a las siguientes conclusiones:

-Respecto a los empresarios:

De la totalidad (100%) de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 100% son adultos, el 70% es de sexo masculino y el 70% tiene secundaria completa, el 20% universitaria completa.

-Respecto a las características de las MYPE:

Las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: el 100% se dedica al negocio hace 03 años respectivamente, el 80% no tiene ningún trabajador permanente, el 20% tiene 01 trabajador eventual y el 70% se formaron por subsistencia.

-Respecto al financiamiento:

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus MYPE tienen las siguientes características: el 56% obtuvo su crédito de las entidades no bancarias, en el año 2012 el 20% fue a corto plazo, en el año 2013 el 20% fue de corto plazo y el 20% invirtió en mejoramiento y/o ampliación de local.

-Respecto a la capacitación:

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son: el 70% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 20% tuvieron un curso de capacitación, con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 30% ha recibido alguna capacitación, el 70% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 80% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

-Respecto a la contabilidad:

La mayoría (70%) cree que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa, el 70% cree que la capacitación mejoró la rentabilidad de su empresa y el 60% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoró en los 02 últimos años.

2.2 Bases Teóricas

-MYPE

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE), es la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo forma de organización o gestión empresarial, que genera rentas de 3º categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con la finalidad lucrativa.

La ley excluye a las MYPE que desarrollan al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines, y por definición a las asociaciones, fundaciones y comité.

El 02 de julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056: “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR.” Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”.

Esta Ley nos trae los siguientes cambios:

-Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera:

	Ley MYPE D.S N° 007-2008 TR		Ley N° 30056	
	Vta. Anual	Trabajadores	Vta. Anual	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay limites
Pequeña empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay limites
Mediana empresa			Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay limites

- Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” siempre que cumplan los requisitos establecidos por dicha norma.
- Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio del Trabajo (MINTRA) a la SUNAT.
- Las microempresas que se inscriban en REMYPE gozaran de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción.
- También trae otras ventajas como asesorías personalizadas y mayores beneficios para el microempresario y sus trabajadores, como un régimen laboral especial que te permite tener los mismos beneficios del régimen general, pero aún menor costo.
- El régimen laboral especial establecido mediante el Dec. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente.

-El régimen laboral especial de las microempresas creado mediante la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 años.

-El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”.

-La microempresa que durante 02 años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 año calendario adicional el mismo régimen laboral.

-Teoría de la Capacitación

Chiavenato, I. (2000). Dice que “La capacitación debe tratar de experiencias de aprendizaje hacia lo positivo y benéfico así como completarlas y reforzar las actividades para que los individuos en todos los niveles de la empresa puedan adquirir conocimientos con mayor rapidez y desarrollar aquellas actitudes y habilidades que los beneficiaran así mismos y a la empresa.

-Importancia de la Capacitación

Rodríguez, J. (1988). Indica que la importancia de la capacitación radica en lo siguiente:

- Ayuda a la Organización. Es decir, conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

- Ayuda al individuo. Da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.

- Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo. Fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

-División de la Capacitación

Calderón, H. (1995). Divide la capacitación en 03 áreas:

1. **Capacitación para el trabajo:** se imparte al trabajador que va desempeñar una nueva función por ser de nuevo ingreso, o por promoción o reubicación dentro de la misma empresa.
 - a) **Capacitación de pre ingreso.** Se realiza con fines de selección, por lo que se enfoca en proporcionar al nuevo personal conocimientos necesarios y desarrollar las habilidades y destrezas que necesita para desempeñar las actividades del puesto.
 - b) **Inducción:** consiste en un conjunto de actividades para informar al trabajador sobre los planes, objetivos y las políticas de la organización para que se integre al puesto, al grupo de trabajo y a la organización.
 - c) **Capacitación promocional:** es el conjunto de acciones de capacitación que dan al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel de autoridad, responsabilidad y remuneración.
2. **Capacitación en el trabajo:** la conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorar actitudes del personal respecto a las tareas

que realizan. En ellas se conjuga la realización individual con la consecución de los objetivos organizacionales:

- a) **Adiestramiento:** consiste en una acción destinada al desarrollo de las habilidades y destrezas del trabajador con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo.
 - b) **Capacitación específica y Humana:** consiste en un proceso educativo, aplicado de manera sistemática, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos.
3. **Desarrollo:** este comprende la formación integral del individuo y específicamente la que puede hacer la empresa para contribuir esta formación.
- a) **Educación formal para adultos:** son las acciones realizadas por la organización para apoyar el personal en su desarrollo en el marco de la educación escolarizada.
 - b) **Integración de la personalidad:** la conforman los eventos organizados para desarrollar y mejorar las actitudes del personal. Hacia sí mismos y hacia su grupo de trabajo.
 - c) **Actividades recreativas y culturales:** son las acciones de esparcimiento que propicia la empresa para los trabajadores y su familia con el fin de que se integren al grupo de trabajo, así como el que desarrollen su sensibilidad y capacidad de creación intelectual y artística.

-Propósitos de la Capacitación

Según Silíceo, A. (2004). Se concluye que son ocho los propósitos fundamentales que debe perseguir la capacitación:

1. Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura y valores de la Organización.

El éxito en la realización de estas cinco tareas, dependerá del grado de sensibilización, concientización, comprensión y modelaje que se haga del código de valores corporativos. No existe un vehículo que históricamente haya mostrado mejores resultados en este renglón, que los procesos educativos.

2. Clarificar, apoyar y consolidar los cambios organizacionales

Las técnicas educativas modernas y la psicología humanista aplicadas a la vida de las organizaciones, han dejado claro que el cambio de conducta del capacitado, es indicador indiscutible de la efectividad en el aprendizaje.

Los verdaderos cambios de actitud en sentido evolutivo-logrando invariablemente mediante procesos educativos, son requisito indispensable y plataforma básica para asegurar cambios en las organizaciones.

3. Elevar la calidad de desempeño

Identificar los casos de insuficiencia en los estándares de desempeño individual por falta de conocimientos o habilidades, significa haber detectado una de las más importantes prioridades de capacitación técnica humana o administrativa. Sin embargo, habrá de tenerse presente que no todos los problemas de ineficacia encontrarán su solución vía capacitación y en que algunos casos los problemas de desempeño deficiente requerirán que la

capacitación se dirija a los niveles superiores del empleado en quien se manifiesta la dificultad, pues la inhabilidad directiva es indiscutible generadora de problemas de desempeño.

4. Resolver problemas

La alta dirección enfrenta más cada día la necesidad de lograr metas trascendentes con altos niveles de excelencia en medio de diversas dificultades financieras, administrativas, tecnológicas y humanas. Si bien los problemas organizacionales son dirigidos en muy diferentes sentidos, el adiestramiento y la capacitación constituyen un eficaz proceso de apoyo para dar solución a muchos de ellos.

5. Habilitar para una promoción

El concepto de desarrollo y planeación de carrera dentro de una empresa es práctica directiva que atrae y motiva al personal a permanecer dentro de ella. Cuando esta práctica se realiza sistemáticamente, se apoya en programas de capacitación que permiten que la política de promociones sea una realidad al habilitar íntegramente al individuo para recorrer exitosamente el camino desde el puesto actual hacia otros de mayor categoría y que implican mayor responsabilidad.

6. Inducción y orientación del nuevo personal en la empresa

Las primeras impresiones que un empleado o trabajador obtenga de su empresa, habrán de tener un fuerte impacto en su productividad y actitud hacia el trabajo y hacia la propia organización. La alta dirección y relaciones industriales aseguran que exista un programa sistemático que permita el nuevo colaborador conocer y entender cuestiones como:

- Historia de la empresa.
- Su misión, valores y filosofía.
- Sus instalaciones.
- Ubicación geográfica.
- Los miembros del grupo ejecutivo.
- Las expectativas de la empresa respecto del personal.
- Las políticas generales y específicas de relaciones industriales y recursos humanos.
- Los procesos productivos y los productos mismos.
- Los mercados y sistemas de comercialización de la empresa.
- Los medios y oportunidades de crecimiento dentro de la empresa, así como los sistemas de reconocimiento.

7. Actualizar conocimientos y habilidades

Un constante reto directivo consiste en estar alerta de nuevas tecnologías y métodos para hacer que el trabajo mejore y la organización sea más efectiva. Los cambios tecnológicos realizados en las empresas, producen a su vez modificaciones en la forma de llevar a cabo las labores. Este importante entonces, que desde el primer momento de planear este tipo de cambios, se consideren prácticamente las implicaciones que tendrán en materia de conocimiento y habilidades.

Visualizarlo oportunamente y actuar en consecuencia, redundará en un ánimo favorecedor del cambio y se logrará una implementación eficaz y mantenimiento del mismo.

Recuérdese que un gran enemigo del cambio y del desarrollo es la obsolescencia en los conocimientos y preparación del personal. La actualización es una forma no solo de desarrollo sino de supervivencia.

8. Preparación integral para la jubilación

He aquí otra forma de entender la capacitación como responsabilidad social de la empresa.

La jubilación, también mal denominada retiro, es una etapa vital a la que no se le otorga la importancia que realmente tiene, por lo tanto no se destinan recursos a su planeación adecuada.

Estamos refiriéndonos a una fase de vida diferente que puede y debe ser altamente productiva, por lo que es preciso que los planes de capacitación consideren con anticipación razonable la preparación de los individuos en período de prejubilación y se les apoye, oriente y eduque en la selección y realización de sus nuevas actividades, el manejo de su tiempo, las nuevas características de la relación familiar y la administración del ahorro y presupuesto; pero lo más relevante será la creación de actitudes que les permitan entender, aceptar, asimilar y vivir de manera significativa, gratificante y vital esta importante etapa.

-Donde aplicar la capacitación

Los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

- a) **Inducción.-** Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El

departamento de RR.HH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

b) **Entrenamiento.-** Se aplica al personal operativo. En general, se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.

c) **Formación básica.-** Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los oficiales del futuro.

d) **Desarrollo de jefes.-** Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

-Modalidades de Capacitación

Existen diferentes modalidades de capacitación, lo importante es saber elegir la adecuada para el personal.

- **Capacitación Online o e-learning**

También se llaman capacitaciones virtuales, se caracterizan por emplear recursos tecnológicos, especialmente el internet. A través de una computadora, una laptop y otros equipos con los que puedas conectarte con los instructores y recibir las clases, realizar tus exámenes, entregar tus trabajos.

Otra característica es la asincrónica, se trata de una formación personalizada, en la cual uno avanza a su propio ritmo.

- **Capacitación Presencial**

Estas son las capacitaciones tradicionales, donde los participantes y el capacitador acude y se encuentran en una aula adecuada para realizar la clase. En estas capacitaciones los participantes debaten, exponen, comentan y llegan a conclusiones.

Las capacitaciones presenciales pueden ser impartidas en la propia empresa o en un lugar neutral

- **Capacitación Mixta**

Es la capacitación de los componentes antes señalados. Se trata de aprovechar al máximo los beneficios de las tecnologías de la información y de los componentes de la enseñanza.

-**Métodos y técnicas de la capacitación**

Son muy útiles los métodos ya que cuando se está llevando el proceso de capacitación es necesario definir que método implementar y así saber cuál es el más óptimo.

- a) **Instrucción directa sobre el puesto:** este se imparte durante la jornada de trabajo. Busca que los nuevos trabajadores adquieran conocimientos y experiencias sobre el manejo de máquinas. Este método se aplica más para maquinistas y operarios.

Se distinguen varias etapas:

- Se brinda a la persona una descripción del puesto.
- El capacitador efectúa el trabajo a fin de proporcionar un modelo que se pueda copiar.
- Se pide al individuo que imite el ejemplo. Las demostraciones y las prácticas se repiten hasta que la persona domine la técnica.
- Se pide a la persona que lleve a cabo el ejercicio sin supervisión.

- b) **Relación Experto-Aprendiz:** las técnicas de capacitación que utilizan una relación entre un maestro y un aprendiz ofrecen claras ventajas, en especial para el grupo de trabajadores calificados, como plomeros, carpinteros y expertos en zapatería.

En esta relación se observan niveles muy altos de participación y transferencia de trabajo. La relación experto-aprendiz tiene claras ventajas en la retroalimentación, que se obtiene prácticamente de inmediato.

c) **Seminarios, Conferencias y Talleres**

- **Seminario:** es una reunión especializada que tiene naturaleza técnica y académica cuyo objeto es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre los especialistas.

- **Conferencia:** es una conversación o entrevista entre varias personas para tratar importantes asuntos, políticos, científicos, literarios, etc., o de interés para una comunidad.
- **Taller:** es una situación natural de aprendizaje del cual, las operaciones mentales y la afectividad forman una parte constitutiva. Es un lugar de co-aprendizaje, donde todos sus participantes construyen socialmente conocimientos y valores, desarrollan habilidades y actitudes, a partir de sus propias experiencias.

d) Estudio de Caso: mediante un estudio de una situación específica real o simulada, la persona en capacitación aprende sobre las acciones que es deseable emprender en circunstancias análogas. Así mismo, la persona desarrolla habilidades en toma de decisiones.

e) Métodos Audiovisuales: el uso de materiales audiovisuales que reflejan la realidad de las personas a las cuales está destinado, facilitan el aprendizaje de nuevas técnicas e ideas y potencian los programas de capacitación y de desarrollo de los recursos humanos.

Los medios audiovisuales presentan muchas otras ventajas para los usuarios. Las personas que reciben capacitación, aunque no cuenten con estudios, pueden ver y debatir técnicas y procedimientos muy complejos antes de ponerlos en práctica. La capacitación con métodos audiovisuales mejora la retención mental de los conocimientos: cuatro o cinco veces más que cuando se escucha una conferencia y nueve veces más que cuando se lee una información.

- f) **Capacitación a Distancia:** se emplea como medio de difusión la carga de estos cuerpos en CDs, derivado a las limitaciones de los equipos de cómputo que usan las empresas, despachos u oficinas.
- g) **Juego de Negocios:** son simulaciones computarizadas o no computarizadas que intentan reproducir factores seleccionados en una situación de negocios particularmente que los participantes puedan manipular. Estos involucran a dos o más organizaciones hipotéticas que compiten en un mercado de productos específicos. Los participantes reciben papeles como el presidente, controlador o vicepresidente de marketing.
- h) **Toman decisiones que afectan a los niveles de precios, volúmenes de producción y los niveles de inventarios.** con frecuencia un software manipula sus decisiones y los resultados simulan a los de una situación de negocios real, los participantes pueden ver como sus decisiones afecta a otros grupos y viceversa. Lo mejor de este tipo de aprendizaje es que si una situación errónea cuesta a la empresa 1 millón de dólares, nadie es despedido, pero se aprende la lección de negocios.
- i) **Representaciones de Papeles:** simula situaciones que pudiese ocurrir en la vida real, cuyos personajes son encarnados por algunos de los participantes, los demás participantes permanecen como observadores, criticando y comentando lo que sucede. Luego se hace un análisis de lo ocurrido, se presentan preguntas y, algunas veces se puede llenar cuestionarios.
- j) **Método de Simulación:** es una técnica en la que los empleados aprenden en el equipo real o en equipos de simulación la ejecución de sus tareas por ejemplo simulación de manejo de máquinas, vehículos, etc. Que se usarán en

el puesto pero en realidad son instrumentos fuera del mismo. Esta capacitación busca obtener las ventajas de una simulación y corregir los errores sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación ni arriesgar el deterioro o accidentes con las maquinas. Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligroso.

- k) **Capacitación en Laboratorios:** constituye una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea para desarrollar las habilidades interpersonales. Se puede utilizar también para el desarrollo de conocimientos, habilidades y conductas adecuadas para futuras responsabilidades laborales. Esta técnica propone compartir experiencias y analizar sentimientos, conductas, percepciones y reacciones que provocan esas experiencias (Salas, J. 2014.).

-Beneficios de la Capacitación

a) Beneficios para la organización:

- Mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- Incrementa la productividad y calidad de trabajo.
- Ayuda a mantener bajos los costos.
- Elimina los costos de recurrir a consultores externos.

b) Beneficios para el trabajador que repercuten favorablemente en la organización:

- Ayuda a la persona en la solución de problemas y en la toma de decisiones.
- Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

c) Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas, y adopción de políticas:

- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- Proporciona información sobre disposiciones oficiales.
- Hace viables las políticas de la organización.
- Proporciona una buena atmosfera para el aprendizaje.
- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar (López, J.2013).

-Teoría del Financiamiento

Según Gitman (1996), designa con el término de financiamiento, al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinaran para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.

-Fuentes de Financiamiento

- **Los ahorros personales:** para la mayoría de los negocios, la principal fuente de financiamiento de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales.
- **Los amigos y los parientes:** las fuentes privadas, son otra opción de conseguir dinero, este se presta sin interés o con baja tasa de interés, lo cual es conveniente para iniciar un negocio.
- **Entidades financieras:** las fuentes más comunes de financiamiento son las entidades financieras. Tales instituciones proporcionaran préstamos, solo si demuestras que su solicitud está bien justificada, es decir, cumplir con los requisitos que solicitan.
- **Las empresas de capital de inversión:** estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

También tenemos los siguientes tipos de financiamiento:

- a) **Fuente de financiamiento a corto plazo:** consiste en obligaciones que se espera que venzan en menos de un año y que son necesarios para sostener gran parte de los activos circulantes de la empresa, como efectivo, cuentas por cobrar.
 - **Créditos Comerciales:** es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

Ventajas:

- Es un medio más equilibrado y menos costo de obtener recursos.

- Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones.

Desventajas:

- Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.
- Si la negociación se hace a crédito se deben cancelar tasas pasivas.
- **Créditos Bancarios:** es un financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. Su importancia radica en que hoy en día, es una de las maneras más utilizadas por las empresas para obtener un financiamiento.

Ventajas:

- La flexibilidad que le banco muestre en sus condiciones, lleva a más probabilidades de negociar préstamo que se ajusta a las necesidades de la empresa, esto genera un mejor ambiente para operar y obtener utilidades.
- Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

Desventajas:

- Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar seriamente la facilidad de operación y actuar en contra de las utilidades de la empresa.
- Un crédito bancario acarrea tasas pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

- **Pagares:** es un instrumento negociable, es una promesa incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, en donde se compromete a pagar a su presentación, en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero junto con los intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.

Ventajas:

- Se paga en efectivo.
- Alta seguridad e pago, al momento de realizar alguna operación comercial.

Desventajas:

- La acción legal, al momento de surgir algún incumplimiento en el pago.
- **Líneas de Crédito:** significa siempre dinero en el banco, pero durante un período convenido de antemano. La línea de crédito es importante, porque el banco está de acuerdo en prestarle a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de un período determinado, en el momento que lo solicite.

Ventajas:

- Es un efectivo disponible con el que la empresa puede contar.

Desventajas:

- Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada.

- Este tipo de financiamiento, está reservado para clientes más solventes del banco, y en caso de darlo, el banco puede pedir otras garantías antes de extender la línea de crédito.
 - La exigencia a la empresa por parte del banco para que mantenga la línea de crédito limpia, pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.
- **Papeles Comerciales:** consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.

El papel comercial como fuente de recursos a corto plazo, es menos costoso que el crédito bancario y es un complemento de los préstamos bancarios usuales.

Ventajas:

- Es una fuente de financiamiento menos costosa que el crédito bancario.
- Sirve para financiar necesidades a corto plazo, como el capital de trabajo.

Desventajas:

- Las emisiones de papel comercial no están garantizadas.
- Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago.

- La negociación por este medio, genera un costo por concepto de una tasa de prima.
- **Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar:** consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella.

Ventajas:

- Es menos costoso para la empresa.
- Disminuye el riesgo de incumplimiento, si la empresa decide vender las cuentas sin responsabilidad.
- No hay costo de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas.
- No hay costo del departamento de crédito.
- Por medio de este financiamiento, la empresa puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo.

Desventajas:

- El costo por concepto de comisión otorgado al agente.
- La posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.
- **Financiamiento por medio de los inventarios:** 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.

Ventajas:

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

Desventajas:

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

a) Fuentes de financiamiento a largo plazo:

- **Hipoteca:** es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.

Ventajas:

- Para el deudor o prestatario, esto es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.
- Seguridad al prestatario de no obtener pérdida, al otorgar el préstamo.
- El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien.

Desventajas:

- Al prestamista le genera una obligación ante terceros.
- El riesgo de que surja cierta intervención legal, debido a la falta de pago.
- **Acciones:** Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece.

Ventajas:

- Las acciones preferentes dan el empuje necesario y deseado al ingreso.
- Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

Desventajas:

- Diluye el control de los actuales accionistas.
- El alto del costo de emisión de acciones.
- **Bonos:** Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar la suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.

Ventajas:

- Son fáciles de vender, ya que cuestan menos.
- El empleo de los bonos no cambia, ni aminora el control de los actuales accionistas.
- Con los bonos, se mejora la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa.

Desventajas:

- La empresa debe tener mucho cuidado al momento de invertir dentro de este mercado.
- **Arrendamiento Financiero:** contrato que se negocia entre el propietario de los bienes y la empresa, 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.

Ventajas:

- Evita riesgos de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.
- Dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

Desventajas:

- Algunas empresas usan el arrendamiento como un medio para evitar las restricciones presupuestarias, sin importar si el capital se encuentra limitado.
- Un arrendamiento obliga a pagar una tasa por concepto de intereses.
- Resulta más costoso que la compra de activo.
- **Microcréditos:** el objetivo de las microfinanzas es potenciar la capacidad de los clientes de iniciar un pequeño negocio, o instrumentar el autoempleo.

-Elementos que participan en los microcréditos y su funcionamiento:

a) **Microfinanzas:** son los pequeños préstamos otorgados a las familias más pobres, para apoyarlos económicamente en actividades productivas.

b) **Microfinancieras:** son organizaciones e instituciones, que brindan servicios financieros (ahorro y crédito) a los más pobres. Ofrecen servicios financieros solo a sus clientes, a través de

pequeñas cuentas de ahorro, individuales o grupales, y créditos que van de acuerdo a sus necesidades y a su situación económica.

Según la SBS, los principales tipos de créditos existentes en el Perú son:

- **Créditos Corporativos:** estos son otorgados a personas jurídicas que tengan ventas de al menos S/. 200 millones al año. Es necesario que esa cifra sea real al menos en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.
- **Créditos a grandes empresas:** estos se otorgan a personas jurídicas con ventas anuales mayores a S/. 20 mil y menores a S/. 200 millones en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.
- **Créditos a medianas empresas:** este tipo de créditos se otorga a personas jurídicas que tengan un endeudamiento de al menos S/. 300 mil en el sistema financiero en los últimos seis meses y que no cumplen con las características para ubicarse entre los corporativos y las grandes empresas. Así mismo, este crédito se otorga a las personas naturales con deudas que no sean hipotecarias mayores a S/. 300 mil en el sistema financiero en los últimos seis meses, siempre y cuando parte de este crédito este destinado a pequeñas empresas o microempresas.
- **Créditos a pequeñas empresas:** este es otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de prestación de servicios, comercialización o producción, cuyo endeudamiento en el sistema financiero sea de al menos S/. 20 mil y menos a S/. 300 mil en los últimos seis meses.
- **Créditos a microempresas:** es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de iguales a los de las pequeñas empresas, salvo que en este caso el endeudamiento en el sistema financiero debe ser menor de S/. 20 mil.

- **Créditos de consumo revolvente:** este se otorga a las personas naturales con la finalidad de pagar servicios, bienes o deudas no empresariales. Se refiere a que estos créditos pueden ser pagados por un monto inferior al de la factura, acumulándose la diferencia (a la que se aplica la tasa de interés correspondiente) para posteriores facturas.
- **Créditos de consumo no revolvente:** es igual al crédito que se otorga a personas naturales para fines distintos de la actividad empresarial. La diferencia está en que este caso el crédito se debe pagar por el mismo monto facturado y no de manera diferida.
- **Créditos Hipotecarios:** se otorgan a personas naturales para la compra, construcción, reparación, remodelación, ampliación, etc., de vivienda propia siempre y cuando esos créditos se amparen en hipotecas inscritas.

Según el Banco Central de Reserva del Perú estas son todas las entidades financieras existentes en nuestro país:

- a) **Empresas Bancarias:** tienen por objetivo incursionar en los negocios bancarios, cuyo núcleo consiste en la capacitación de depósitos de terceros que financien inversiones en préstamos y asistencia financiera a terceros y en la provisión de medios de pagos a la sociedad.
 - Banco de Comercio.
 - Banco de Crédito del Perú.
 - Banco Interamericano de Finanzas (Banbif).
 - Banco Financiero.
 - BBVA Continental.
 - Citibank.

- Interbank.
- MiBanco.
- Scotiabank Perú.
- Banco GNB Perú.
- Banco Falabella.
- Banco Ripley.
- Banco Santander Perú.
- Banco Azteca.
- Banco Cencosud.
- ICBC PERU BANK.

b) Entidades Financieras Estatales: son entidades en la que el Estado o actores públicos son los propietarios, son empresas bajo el control estatal.

- Agrobanco.
- Banco de la Nación.
- COFIDE.
- Fondo MiVivienda.

c) Empresas Financieras: son las empresas que se dedican a ofrecer préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

- Amérika.
- Crediscotia.
- Confianza.
- Compartamos.
- TFC.
- Efectiva.

- Proempresa.
- Mitsui.
- Uno.
- Qapaq.

d) Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC): son instituciones financieras cuya misión institucional es proporcionar financiamiento, principalmente, a las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE); y captar depósitos del público en todos los sectores económicos y regiones del país.

Siempre con una orientación descentralizada e inclusiva

- Arequipa.
- Cusco.
- Del Santa.
- Trujillo.
- Huancayo.
- Ica.
- Maynas.
- Paíta.
- Piura.
- Sullana.
- Tacna.

e) Cajas Municipales de Crédito y Popular (CMCP): es una empresa de operaciones múltiples definida como una empresa especializada en otorgar créditos pignoratícios el público en general, encontrándose también facultada para realizar operaciones activas y pasivas con los concejos

provinciales y distritales y con las empresas municipales dependientes de los primeros, así como para brindar servicios bancarios a dichos concejos y empresas.

- Caja Metropolitana de Lima.

f) Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC): son entidades de crédito similar a los bancos. Cuyo objetivo es captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y micro empresas.

- Credinka.
- Incasur.
- Los Andes.
- Prymera.
- Sipan.
- Del Centro.

g) EDPYMES (Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa): Son entidades o empresas orientadas a satisfacer la demanda de servicios crediticios.

- Acceso Crediticio.
- Alternativa.
- BBVA Consumer Finance.
- Redivisión.
- Credijet.
- Inversiones La Cruz.
- Mi Casita.

- Marcimex.
- Raíz.
- Solidaridad.
- GMG Servicios Perú.

Mejores Bancos en América Latina 2015

El Método CAMEL, para explicar cuáles son los mejores bancos tomó como base 50 mayores bancos privados de América Latina por activos totales, sin considerar bancos estatales. Este método utiliza los siguientes elementos para determinar las posiciones que ocuparan los bancos en el ranking:

- **C:** capital adequacy (suficiencia de capital)
- **A:** assets quality (calidad del activo).
- **M:** management (gestión).
- **E:** earnings (ganancias).
- **L:** liquidity (liquidez).

A continuación la lista de los 15 mejores Bancos de América Latina:

- 1) ITAU (Brasil).
- 2) BRADESCO (Brasil).
- 3) Banco Continental BVVA (Perú).
- 4) BBVA Bancomer (México).
- 5) DE CHILE (Chile).
- 6) Scotiabank (Perú).
- 7) BCP (Perú).
- 8) Santander (México).
- 9) Interacciones (México).

- 10) Santander (Chile).
- 11) Banamex (México).
- 12) Interbank (Perú).
- 13) Santander (Brasil).
- 14) Bananorte (México).
- 15) CORP BANCA (Chile).

Mejores Bancos en el Perú 2015.

- Banco Continental BBVA

El BBVA Continental es un Banco Peruano líder del sector financiero del Perú, cuyo accionista mayoritario es Holding Continental S.A. Este holding administra el 92.24% del banco y a su vez pertenece al grupo bancario español BBVA (50%) y al Grupo Brescia (50%). La red de distribución del Banco Continental BBVA es una de las más grandes del país, tienen: 7,200 puntos de servicio, 322 oficinas a nivel nacional y más de 4.2 millones de clientes. Los activos totales fueron de US\$ 20,326.5 millones en junio 2014, la rentabilidad fue del 35.1% y el patrimonio/ activo total fue del 0.1%.

BBVA Continental Bolsa obtuvo el Primer lugar en la 1ra edición del Ranking SAB del 2014, organizada por la revista G de gestión y Deloitte.

- Scotiabank

El **Grupo Scotiabank** inicio sus operaciones en Perú en el año 1997, cuando ingreso al accionariado del Banco Sudamericano

(participación del 35%). En el año 2006 el grupo elevó al 100% su participación en esta institución, por tanto, se convirtió en su único y principal accionista. Y ese mismo día el grupo también adquirió 78% del accionariado del Banco Wiese Sudameris. Así se concretaba la combinación de ambas instituciones en una sola, Scotiabank Perú.

Scotiabank cuenta con 213 oficinas, 865 cajeros automáticos y 5,935 cajeros corresponsales. Los activos totales fueron de US\$ 14,871.9 millones en junio de 2014, la rentabilidad fue del 20.6% y el patrimonio/activo total fue de 0.1%.

Scotiabank en el año 2014 recibió los siguientes premios:

- a) Puesto N° 6 en el Ranking de los Mejores Bancos Latam.
- b) En el ranking de las mejores empresas para trabajar en el Perú: Top 5 de la categoría Grandes Empresas.
- c) Una de las empresas con mejor reputación corporativa del Perú.

- **Banco de Crédito (BCP)**

El BCP inicia sus operaciones en Perú desde 1889 como italiano y a partir de 1941 como Banco de Crédito del Perú. Desde el año 1995 forma parte del Grupo Credicorp, uno de los conglomerados financieros más importantes de Latinoamérica, Las acciones de Credicorp cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York. Tienen más de 240 cajeros automáticos y 41 oficinas.

Los activos totales fueron de US\$ 34,118.3 millones en junio de 2014, la rentabilidad fue del 27.1% y el patrimonio/activo total fue del 0.1%.

- **Interbank**

El Banco Internacional del Perú se fundó en 1897 y es una de las principales institucionales del Perú. Cuenta con más de 275 tiendas financieras (agencias), más de 1,900 cajeros automáticos, 3,000 corresponsales Interbank, agente a nivel nacional y más de dos millones de clientes.

Además, el banco cuenta con una universidad corporativa perteneciente al Grupo Interbank denominada Universidad Corporativa Interbank (UCIC). Esta organización sirve para brindar servicios de formación a los más de 20,000 colaboradores de las empresas del Grupo Interbank.

Los activos totales de US\$ 10,897.8 millones en junio 2014, la rentabilidad que del 32.8% y el patrimonio/activo total fue del 0.1%

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Definición de la Micro y Pequeña Empresa

Es una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios. Según la legislación peruana, una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De manera general las MYPE, son unidades de producción de bienes o servicios, de pequeña envergadura en cuanto a su infraestructura física y su inversión económica y financiera, de corte familiar las cuales brindan trabajo temporal en algunos casos y en otros subempleo debido a un alto grado de competencia en el sector donde desarrollan sus actividades comerciales. Las MYPE constituyen el principal motor de desarrollo en nuestro país, y se basa en lo siguiente:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

La constitución de una MYPE resulta socialmente deseable, por la inversión a que realiza en la localidad en donde se instale. Esta inversión tiene, además, tres elementos adicionales:

- **En primer lugar:** generación de empleos directos (es decir dentro de la misma empresa) y empleos indirectos que se generan por la

presencia de esta área.(restaurantes, puestos de periódicos, venta de artesanía, bodegas, entre otros)

- **En segundo lugar:** permite a través de la ampliación de la oferta, que se ofrezcan mejores productos a menores precios, es decir de un mercado más competitivo.
- **En tercer lugar:** hace posible que las personas tengan una actividad que les permita asumir retos y obtener logros.

-Clasificación las MYPE:

Aguilar, J. (1994). Considera tres tipos de microempresa:

-**Microempresas de sobre vivencia:** tienen la urgencia de conseguir ingresos y sus estrategias de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubre sus Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden a sus ingresos con el capital. El dueño hace uso de su instinto del dinero y hasta de la mercadería.

- **Microempresas de subsistencia:** son aquellas que logran recuperar la inversión y obtiene ingresos para remunerar el trabajo.

- **Microempresas en crecimiento:** tienen la capacidad de retener dinero y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadores de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresa.

2.3.2 Concepto de Capacitación

En términos generales, capacitación refiere a la disposición y aptitud que alguien observara en orden a la consecución de un objetivo determinado. Básicamente la capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los

conocimientos y habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficiencia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña.

La capacitación del personal de una empresa se obtendrá sobre dos pilares fundamentales, por un lado, el adiestramiento y conocimientos de propio oficio y labor y por otro a través de la satisfacción del trabajador por aquello que hace, esto es muy importante, porque jamás se podrá exigir ni pretender eficacia y eficiencia de parte de alguien que no se encuentra satisfecho con el trato o con la recompensa que obtiene.

Una empresa que brinda constante capacitación a sus empleados jamás caerá en la obsolescencia de los conocimientos de estos y por supuesto ganará en el hecho que siempre estarán actualizados y se mantendrán en competencia frente a la competencia, impactando ambas cuestiones de manera positiva en el rendimiento de la empresa son imprescindibles y ello se logra en gran medida gracias a la capacitación y sumado a las disposiciones naturales que cada individuo posee.

2.3.3 Concepto de Financiamiento

Es el acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más usual el propio ahorro. Pero hoy en día las empresas para poder llevar adelante sus actividades comerciales realizan un financiamiento externo.

-COFIDE: (Corporación Financiera de Desarrollo S.A) Es una empresa de economía mixta que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera. Su capital pertenece en un 98.7% al Estado peruano, representado por el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE), dependencia del

Ministerio de Economía y Finanzas, y en un 1.3% a la Corporación Andina de Fomento (CAF).

Forma parte del Sistema Financiero Nacional y puede realizar todas aquellas operaciones de intermediación financiera permitidas por su legislación y sus estatutos y, en general, toda clase de operaciones afines.

2.3.4 Definición de Tienda de Abarrotes

La tienda de abarrotes es un negocio tradicional donde tipo de productos comestibles y de primera necesidad.

Las características de las tiendas de abarrotes son:

- Se encuentran establecidas dentro de una construcción fija. Ya que los puntos de venta que son desmontables, entran en otra categoría de ambulantes y/o puntos de ventas semifijos.
- La atención al cliente es a través de un mostrador, por lo que sus consumidores no tiene acceso directo a todos los productos como es el caso de autoservicios. Regularmente es atendida por una o dos personas.
- Estas tiendas tiene una capacidad de venta al por menor o al menudeo. Dentro de los productos básicos que ofrecen al consumidor, son la venta de alimentos, dulces y bebidas.
- Los horarios de las tiendas detallistas o canal tradicional no son amplios, operan regularmente de 08:00am a 20:00 hrs.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación fue No Experimental- Transversal-Descriptiva.



Donde:

M: representa la Muestra

O: representa lo que Observamos (las variables de la capacitación y el financiamiento).

Fue no Experimental porque se realizó sin manipular liberadamente las variables y se observó el fenómeno tal como se encontró dentro del contexto.

Fue transversal porque se desarrolló en un espacio y tiempo determinado en el Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Fue descriptivo porque el estudio se limitó a describir las principales características de las variables de la capacitación y el financiamiento.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por 10 Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2015.

3.2.2 Muestra

La Muestra estuvo conformada por un total de 10 MYPE del sector comercio - rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2015.

3.3 Definición y Operacionalización de las Variables

a) Acerca de los representantes legales de las empresas

Variable	Definición Conceptual	Indicadores	Ítem
Representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas	Son las personas que dirigen, administran y disponen de la empresa	Género del encuestado	Nominal a) Masculino b) Femenino
		Estado Civil del encuestado	Nominal a) Soltero b) Casado
		Edad del encuestado	Ordinal: a) De 18 a 30 b) De 31 a 50 c) De 51 a mas
		Grado de instrucción	Nominal a) Primaria b) Secundaria c) Superior no universitaria d) Universitaria

b) Acerca de las Micro y Pequeñas Empresas

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Micro y Pequeñas Empresas	Es una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios.	Tiempo en el mercado	Ordinal Numérico a) 0-2 años b) 2-4 años c) 4 a 6 años d) 6 a mas
		Formalidad de la empresa	Nominal a) Formal b) Informal
		Tipo de trabajadores en la empresa	Nominal a) Permanente b) Eventual
		Número de Trabajadores	Ordinal: a) De 1 a 3 b) De 3 a mas
		Motivo de formación de la empresa	Nominal a) Subsistencia b) Obtener ganancias

c) Acerca de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
La capacitación	Son actividades para que los individuos en todos los niveles de la empresa puedan adquirir conocimientos con mayor rapidez y desarrollar aquellas actitudes y habilidades que los beneficiaran así mismos y a la empresa.	Recibió capacitación cuando inicio su empresa	Nominal a) Si b) No
		Tipo de capacitación que ha recibido	Nominal a)Presencial b) Online c) Mixta d) No recibió
		Necesita capacitarse	Nominal a) Si b) No
		Como considera la capacitación	Nominal a)Gasto b)Inversión
		Qué cree usted que mejora con la capacitación	Nominal a)Productividad b)Competitividad c) Ganancias
		La capacitación es relevante para las empresas	Nominal a) Si b) No

d) Acerca del financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
El financiamiento		Al inicio de sus actividades con que capital empezó	Nominal a)Autofinanciamiento c)Entidades Financieras d) Mixta
		Ha solicitado financiamiento	Nominal a) Si b) No
		En que invirtió su crédito financiero	Nominal a) expansión del negocio b) variedad del producto. c) adquisición de muebles
		A cuánto asciende el financiamiento requerido	Nominal a)menos de 2000 b) entre 2000 a 4000 c) más de 4000
		Con el crédito	Nominal

		financiero que ha obtenido	a) Mejoro su negocio b) Se ha mantenido estable c) No ha mejorado
		Entidad financiera que le otorgo el crédito	Nominal a) Bancos b) Cajas Municipales c) Cajas rurales d) EDPYME e) otros
		Como Financia su actividad empresarial en la actualidad	Nominal a)Autofinanciamiento b)Entidades Financieras c)otros
		Le otorgaron acceso para obtención de crédito	Nominal a) Si b) No
		tipo de financiamiento le conviene a Ud.	Nominal a) Corto plazo b) Largo plazo

		Tasa de interés anual por su crédito financiero	Ordinal: a) Menos de 20% anual b) De 20% anual c) Más de 205 anual,
--	--	--	---

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual se aplicó a los representantes legales de las MYPE del ámbito de estudio.

3.4.1 Instrumentos

El instrumento aplicado para la recolección de información que se utilizó fue un cuestionario estructurado de 25 preguntas.

3.5 Plan de Análisis

Para realizar el análisis de los datos recolectados en la investigación se consideró el análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Microsoft Excel 2007. Luego de realizar la encuesta respectiva a los representantes de la MYPE del sector comercio rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores con toda la información recolectada se realizó las tablas de distribución de frecuencias absolutas y frecuencias relativas porcentuales; así mismo, se elaboraron figuras estadísticas de cada pregunta del cuestionario.

3.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p>General:</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacitación y el financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar las características de la capacitación y el financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015?</p> <p>Específicos</p> <p>-Determinar las características de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega del Mercado Umamarca, distrito de San Juan de Miraflores, provincia de Lima, período 2015.</p> <p>-Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015.</p> <p>-Determinar las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015.</p> <p>-Determinar las características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, período 2015.</p>	<p>Financiamiento</p> <p>Capacitación</p>	<p>Población:</p> <p>La población consiste en 10 Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro bodegas del Mercado Umamarca del Distrito San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima.</p> <p>Muestra:</p> <p>Consta de la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro bodegas del Mercado Umamarca del Distrito San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima.</p>	<p>Método</p> <p>-Tipo: Cuantitativo</p> <p>-Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño:</p> <p><u>No experimental</u>, porque se realizará sin manipular las variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. (Kerlinger, 1979)</p> <p><u>Transversal</u>, porque se desarrollará en un tiempo determinado.</p> <p><u>Descriptivo</u>, porque permitirá conocer las características de las variables en estudio.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Entrevista y encuesta</p> <p>Instrumentos</p> <p>:</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

3.7 Principios Éticos

El estudio que se realizó deja constancia que no existe ningún tipo de conflicto entre el investigador, las MYPE y sus representantes; ya que los datos fueron de uso público. Proporcionados por los propios dueños, se hizo con profesionalismo y se buscó realizar con datos reales, que son de uso público, sin romper los principios de confidencialidad y respeto a la persona y serán sólo de uso académico.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 01. Características de los representantes de las MYPE del sector comercio – rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015. (Objetivo Especifico N° 1).

De los representantes de la MYPE	N	%
Género (sexo)		
Masculino	6	60,0
Femenino	4	40,0
Total	10	100,0
Estado civil		
Casado	7	70,0
Soltero	3	30,0
Total	10	100,0
Edad (años)		
De 18 a 30		
De 31 a 50	4	40,0
De 51 a mas	6	60,0
Total	10	100,0
Grado de Instrucción		
Primaria	0	0,0
Secundaria	4	40,0
Superior no universitaria	5	50,0
Universitaria	1	10,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la MYPE del sector comercio - rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Interpretación:

-Género: del 100,0 %, el 60,0 % de las MYPE las propietarias o gerentes son varones y el 40% son mujeres.

-Estado Civil: del 100,0 %. El 70,0 % de las MYPE, las propietarias o gerentes son casados y 30,0 % son solteros.

-Edad: del 100,0 %, el 60,0 % de las MYPE sus propietarias o gerentes tienen una edad de 51 a más y 40 de 31 a 50.

-Grado de Instrucción: del 100,0%, el 50,0 % de las MYPE las propietarias o gerentes tiene un grado de instrucción superior no universitaria; mientras el 40,0% tiene grado de instrucción secundaria y el 10,0% grado universitario.

Tabla 02. Características de las MYPE del sector comercio – rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015. (Objetivo Especifico N° 2).

De las MYPE	N	%
Tiempo en el mercado		
0-2 años		
2-4 años	1	10,0
4-6 años	3	30,0
6 a mas	6	60,0
Total	10	100,0
Formalidad		
Formal	9	90,0
Informal	1	10,0
Total	10	100,0
Tipo de trabajadores		
Permanente	6	60,0
Eventual	4	40,0
Total	10	100,0
Número de Trabajadores		
1 a 3	8	80,0
3 a mas	2	20,0
Total	10	100,0
Motivo de Formación		
Subsistencia	1	10,0
Obtener ganancias	9	90,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la MYPE del sector comercio - rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Interpretación:

-Tiempo en el mercado: del 100,0% ; el 60,0 % de las MYPE tiene una antigüedad de más de 6 años mientras que el 30,0 % tienen una antigüedad de 4-6 años y el 10,0% tienen antigüedad de 2-4 años.

-Formalidad: del 100,0%; el 90,0 de las MYPE son formales y el 10,0% es informal.

-Tipo de trabajadores: del 100,0 %; el 60,0 % de las MYPE, son trabajadores permanentes y 40,0% son trabajadores eventuales.

-Número de trabajadores: del 100,0%; el 80,0 % de las MYPE tiene de 1 a 3 y el 20,0 % tiene trabajadores de 3 a más trabajadores.

-Motivos de formación: del 100,0%; el 90,0 % de las MYPE han sido formadas para obtener ganancias y 10,0 % han sido formadas como medio de subsistencia.

Tabla 03. Características de la capacitación de las MYPE del sector comercio – rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

De la Capacitación	N	%
Recibió capacitación cuando inicio su empresa		
Si	3	30,0
No	70	70,0
Total	10	100,0
Tipo de Capacitación		
Presencial	3	30,0
Online	0	0,0
No recibió capacitación	7	70,0
Total	10	100,0
Considera que necesita capacitarse		
Si	9	90,0
No	1	10,0
Total	10	100,0
Como Considera a la Capacitación		
Gasto	1	10,0
Inversión	9	90,0
Total	10	100,0
Que cree que mejora con la capacitación		
Productividad	6	60,0
Competitividad	3	30,0
Ganancias	1	10,0
Total	10	100,0
La capacitación es relevante para las empresas		
Si	9	90,0
No	1	10,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la MYPE del sector comercio -

rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores,

Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Interpretación:

-Recibió capacitación: del 100,0 %; el 70,0% dijeron que no recibieron capacitación antes de iniciar con su empresa y el 30,0 % dijeron que si recibieron capacitación antes de iniciar con su empresa.

-Tipo de capacitación: del 100,0 %; el 70,0% no tiene ningún tipo de capacitación, mientras que el 30,0 % se capacitaron en forma presencial.

-Considera que necesita capacitarse: del 100,0%; el 90,0% considera que si necesitan capacitarse y el 10,0 % considera que no necesita capacitarse.

-Como considera la capacitación: del 100,0 %; el 90,0 % considera a la capacitación como una inversión y el 10,0 % como un gasto.

-Que mejora con la capacitación: del 100,0%; el 60,0% cree que mejora la productividad, mientras que el 30,0% cree que mejora la competitividad y el 10% cree que mejora en sus ganancias.

-La capacitación es relevante: del 100,0%; el 90,0 % considera que la capacitación es relevante para las empresas y el 10,0 % considera que no es relevante para las empresas.

Tabla 04. Características del financiamiento de las MYPE del sector comercio – rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Del Financiamiento	N	%
Con que capital inicio		
Autofinanciamiento	5	50,0
Entidades Financieras	3	30,0
Mixto	2	2,0
Total	10	100,0
Ha solicitado Financiamiento		
Si	8	80,0
No	2	20,0
Total	10	100,0
Le otorgaron acceso para obtener un crédito		
Si	5	50,0
No	5	50,0
Total	10	100,0
En que invirtió su crédito Financiero		
Expansión del Negocio	6	60,0
Variedad del Producto	4	40,0
Adquisición de muebles	0	0,0
Total	10	100,0
Monto del Crédito		
Menos de 2000	0	
Entre 2000 a 4000	2	20,0
Más de 4000	8	80,0
Total	10	100,0
Qué resultados obtuvo del crédito		
Mejóro el negocio	7	70,0
Se ha mantenido	3	30,0
No mejoro	0	0,0
Total	10	100,0
Entidad que le otorgo el crédito		
Bancos	3	30,0
Cajas Municipales	6	60,0
Cajas Rurales	0	0,0
EDPYME	1	10,0

Otros	0	0,0
Total	10	100,0
Como Financia su actividad empresarial en la actualidad		
Autofinanciamiento	8	80,0
Entidades Financieras	2	20,0
Total	10	100,0
Tipo de Financiamiento que le conviene		
Corto Plazo	10	100,0
Largo Plazo	0	0,0
Total	0	100,0
Tasa de Interés Anual		
Menos de 20% anual		
De 20% anual	8	80,0
DE 20% anual a mas	2	20,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la MYPE del sector comercio - rubro bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015.

Interpretación:

-Capital que inicio: del 100,0%; el 50,0% inició su empresa con su propio financiamiento, mientras que el 30,0% inició su empresa con financiamiento de las entidades financieras y el 20,0% inició con su empresa con financiamiento mixto.

-Ha solicitado crédito: del 100,0%; el 80,0% dijo que si solicitó crédito y el 20,0% dijo que no solicitó crédito.

-Le otorgan facilidades para un crédito: del 100,0%; al 50,0% le otorgaron facilidades para obtener un crédito y al 50,0% no le otorgaron facilidades para obtener un crédito.

-Inversión del crédito: del 100,0%; el 60,0% invirtió su crédito en expandir su negocio, mientras que el 40,0% invirtió su crédito en la variación de su producto.

-Monto del crédito: del 100,0%; el 20,0% solicitó financiamiento entre 2,000.00 a 4,000.00 y el 80,0% solicitó crédito más de 4,000.00.

-Resultados del crédito: del 100,0%; el 70,0% obtuvo como resultado del crédito mejoramiento en su negocio, mientras que el 30,0% obtuvo como resultado del crédito que se mantenga estable.

-Entidad que le otorgó el crédito: del 100,0%; el 60,0% dijo que les otorgaron crédito las Cajas Municipales, mientras que el 30,0% dijo que les otorgaron crédito los Bancos y el 10,0% dijo que les otorgaron crédito las EDPYME.

-Financiamiento en la actualidad: del 100,0%; el 80% autofinancia su actividad empresarial y el 20,0% financia su actividad empresarial con entidades financieras.

-Tipo de financiamiento que le conviene: del 100,0%; el 100,0% dijo que el financiamiento a corto plazo era conveniente.

-Tasa de interés: del 100,0%; el 80,0% pagan una tasa de interés de 20,0% anual y el 20,0% pagan una tasa de interés de 20,0% a más.

4.2 Análisis de Resultados

-Respecto a los datos del encuestado

- a) En la Tabla N° 01: Género. El 60,0% de empresarios encuestados de las MYPE, son de género masculino, esto coincide con los resultados encontrados por Rivera, C. (2015), donde determina que la mayoría de los empresarios son del sexo masculino (Ver figura N° 1).
- b) En la tabla N° 1: Estado Civil. El 70,0% de los representantes de la MYPE, son casados, esto se contrasta con los resultados encontrados por Rivera, C. (2015), donde determina que la mitad de los representantes de las MYPE son de estado civil convivientes (Ver figura N° 2).
- c) En la tabla N° 1: Edad. El 60,0% de los representantes de la MYPE, tiene edad de 51 años a más, esto contrasta con los resultados encontrados por Rivera, C. (2015), donde determina que la totalidad de los representantes de las MYPE, están en una edad que fluctúa entre los 26 a 60 años (Ver figura N° 3).
- d) En la tabla N° 1: Grado de Instrucción. El 50,0% de los empresarios cuentan con estudios superiores no universitarios, pero esto se contrasta con los resultados obtenidos por Rivera, C. (2015), en donde menciona que la tercera parte de los representantes de las MYPE tienen grado de instrucción secundaria completa. Por su parte Otero, M. (2013), menciona que el 70% tienen secundaria completa (Ver figura N° 4).

-Respecto a los datos de la empresa

- a) En la Tabla N° 2: Tiempo en el Mercado. El 60,0% de los encuestados respondieron que sus MYPE tienen 6 a más años de presencia en el mercado, pero esto se contrasta con los resultados obtenidos por Rivera, C. (2015) en donde menciona que la mayoría de las MYPE tiene más de 3 años en el rubro, mientras que Otero, M. (2013) indica que el 100,0% se dedica a l negocio hace 3 años respectivamente (Ver figura N° 5).
- b) En la tabla N° 2: Formalidad. El 90,0% de las MYPE son formales, lo que coincide con Rivera, C. (2015) que la casi la totalidad de las MYPE se encuentran totalmente formalizadas cumpliendo con lo requerido así como el cumplimiento de sus obligaciones con SUNAT. Por otra parte, Tello, L. (2011), indica que existe un tercio de informalidad en las MYPE, lo que genera dificultades para cumplir con los requisitos solicitados para ser sujetos de un financiamiento para su capital de trabajo (Ver figura N° 6).
- c) En la tabla N° 2: Tipo de Trabajadores. El 60,0% de las MYPE encuestadas tienen trabajadores permanentes, esto coincide con Rivera, C. (2015) que menciona que la mayoría de las MYPE cuentan con un trabajador estable. Por otra parte no coincide con los resultados obtenidos por Otero, M. (2013) donde indica que el 80,0% de las MYPE no tienen trabajadores permanentes. (Ver Figura N° 7).
- d) En la tabla N° 2: Número de Trabajadores. El 80,0% de las MYPE encuestadas tienen un total de 1 a 3 trabajadores, coincide con los resultados

obtenidos por Rivera, C. (2015) que la mayoría de las MYPE cuentan con un trabajador.

Con estos resultados se cumple lo establecido por la ley MYPE (Ver tabla N° 8).

- e) En la tabla N° 2: Motivo de formación de las MYPES. El 90,0% de la MYPE fueron formadas para obtener ganancias, esto coincide con los resultados obtenidos por Rivera, C. (2015). Por otra parte estos resultados crean controversia con los resultados obtenidos por Otero, M (2013), donde menciona que las MYPE fueron formadas por subsistencia (Ver Figura N° 9).

-Respecto a la capacitación del personal de la empresa

- a) En la Tabla N° 3: Recibió capacitación cuando inició su actividad empresarial. El 70,0% de las MYPE encuestadas manifestaron que no recibieron capacitación antes de iniciar su actividad empresarial, mientras que el 30,0% recibieron capacitación antes de iniciar su actividad empresarial, esto coincide con los resultados obtenidos con Otero, M. (2013) que menciona que el 70,0% no recibió capacitación y el 30,0% recibió algún tipo de capacitación (Ver tabla N° 10).
- b) En la tabla N° 3: Tipo de capacitación. El 70,0% de las MYPE no se capacitó, mientras que el 30,0% manifiestan que el tipo de capacitación que recibieron fue presencial. Con estos resultados concluimos que no se brinda las facilidades a los microempresarios de capacitarse (Ver tabla N° 11).

- c) En la tabla N° 3: Considera que necesita capacitarse. El 90,0% de los empresarios encuestados consideraron que si necesitaban capacitarse. Esto demuestra que los microempresarios buscan obtener más conocimientos para poder enfrentar nuevos retos, buscar nuevas oportunidades, ser flexibles a los cambios constantes y a la tecnología. Así mismo, la capacitación es el arma necesaria para lograr y sacar provecho de las habilidades de los trabajadores (Ver figura N° 12).
- d) En la tabla N° 3: Como considera la capacitación. El 90,0% de las MYPE encuestadas manifiestan que consideran la capacitación como una inversión, Esto coincide con los resultados obtenidos por Otero, M. (2013) donde menciona que el 70,0% considera la capacitación es una inversión (Ver figura N° 13).
- e) En la tabla N° 3. Que mejora la capacitación. El 60,0% de las MYPE indica que mejora la Productividad. Esto indica que la productividad le da a las MYPE la oportunidad de seguir creciendo en este país tan competitivo y demandante (Ver figura N° 14).
- f) En la tabla N° 3: La capacitación es relevante para las empresas. El 90,0% de la MYPE encuestadas indican que la capacitación es relevante para las empresas, esto coincide con los resultados obtenidos por Otero, M. (2013) donde menciona que el 80,0% considera que la capacitación como empresario es relevante para empresa (Ver figura N° 15).

-Respecto al financiamiento de la empresa

- a) En la tabla N° 4: Con que capital inicio su actividad. El 50,0% de las MYPE inicio su actividad con financiamiento propio, esto no coinciden con los

resultados obtenidos por Rivera, C. (2015) que menciona que la mayoría de los representantes de la MYPE iniciaron su actividad comercial con dinero de entidades financieras (Ver figura N° 16).

- b)** En la tabla N° 4: Ha solicitado financiamiento. El 80,0% de más MYPE encuestadas ha solicitado financiamiento (Ver figura N° 17).
- c)** En la tabla N° 4: Le otorgan acceso para obtener un crédito. El 50,0% de las MYPE encuestadas les otorgaron acceso para obtener un crédito, esto coincide con los resultados obtenidos por García, L. (2015) donde menciona que las entidades financieras otorgan facilidades en la obtención de un crédito (Ver figura N° 18).
- d)** En la tabla N° 4: En que invirtió su crédito Financiero. El 60,0% de la MYPE encuestadas invirtió su crédito en la expansión de su negocio, esto coincide con los resultados obtenidos por García, L. (2015) que menciona que el dinero obtenido es destinado para poder mantener una gama de productos. Por otra parte, los resultados anteriores no coinciden con Otero, M. (2013), que menciona que solo el 20,0% invirtió en mejoramiento y/o ampliación del local (Ver figura N° 19).
- e)** En la tabla N° 4: A cuánto asciende el monto de crédito. El 80,0% de las MYPE encuestadas indican que el monto de crédito obtenido asciende a los 4,000.00 soles (Ver figura N° 20).
- f)** En la tabla N° 4: Que resultado obtuvo con el crédito. El 70,0% de las MYPE encuestadas mejoró su negocio, esto contrasta con los resultados obtenidos por Otero, M. (2013) que el 70,0% de las MYPE cree que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad (Ver Figura N° 21).

- g)** En la tabla N° 4: Entidad que le otorgo el crédito. El 60,0% de las MYPE encuestadas les otorgaron crédito las cajas municipales, esto coincide con los resultados obtenidos por Reyes, L. (2015) que las Cajas Municipales son las que facilitan el proceso crediticio solicitando menos interés y los resultados de Otero, M. (2013) mencionan que el 56,0% obtuvo crédito de las entidades no bancarias. Esto demuestra que actualmente las Cajas Municipales y demás entidades no bancarias, son las que brindan mayor crédito a las MYPE ya que estas tienen mayor facilidad para acceso crediticio y tienen tasas de intereses que son muy competitivas a diferencia de la competencia (Ver figura N° 22).
- h)** En la tabla N° 4: Como financia su actividad empresarial en la actualidad. El 80,0% de las MYPE encuestadas autofinancia su actividad empresarial (Ver figura N° 23).
- i)** En la tabla N° 4: Tipo de financiamiento que le conviene. El 100,0% de las MYPE encuestadas indicaron que el financiamiento a Corto plazo era más conveniente, esto coincide con los resultados obtenidos por Rivera, C. (2015) que menciona que la gran mayoría de los representantes de las MYPE obtuvieron préstamos a corto plazo. Esto demuestra que con el financiamiento a corto plazo se evita pagar más intereses y condiciones más restrictivas (Ver figura N° 24).
- j)** En la tabla N° 4: Tasa de interés anual. El 80,0% de las MYPE encuestadas manifiestan pagar un interés de 20,0% anual en su préstamo contratado (Ver figura 25).

V CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

-Respecto a los Empresarios:

De las MYPE encuestadas, se establece que los representantes legales en su mayoría son de género masculino, son casados y sus edades fluctúan de 51 años a más, cuentan con estudios superior no universitarios.

Respecto a las MYPE:

La mayoría de las MYPE tienen más de 6 años de actividad empresarial, son formales, tienen de 1 a 3 trabajadores permanentes y el motivo de formación es obtener ganancias.

-Respecto a la Capacitación de la Empresa:

La mayoría de los representantes de las MYPE no recibieron capacitación antes de iniciar su actividad empresarial y la minoría si recibió capacitación presencial en temas empresariales, la mayoría considera que la capacitación es una inversión para mejorar la productividad.

-Respecto al Financiamiento:

La mayoría de las MYPE, iniciaron su actividad empresarial con financiamiento propio; asimismo, la mayoría solicitó financiamiento a las entidades no bancarias y les brindaron las facilidades para obtener el crédito a corto plazo; el mismo que

invertieron en la mejora de la empresa y el monto de crédito obtenido asciende los 4,000.00 soles con un tasa de interés del 20% anual.

5.2 Referencias Bibliográficas

Asociación de Bodegueros del Perú (2016). Existen en Lima 113 mil Bodegas, a nivel nacional 414 mil. [27 Enero 2016]. Disponible en: <http://www.serperuano.com/2016/01/existen-en-lima-113-mil-bodegas-y-a-nivel-nacional-414-mil/>

Banco Central de Reserva del Perú. (). Entidades Financieras. Disponible en: <http://www.bcrp.gob.pe/sitios-de-interes/entidades-financieras.html>

Barba-Sánchez, Jimenez-Sarzo, & Martínez-Ruiz. (2007). *Las MYPES representan un papel importante en la economía.* [2014 Julio 31]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Mypes/55254756.html>.

Benner, J. (2010). *Principales Beneficios de la Ley MYPE.* Disponible desde: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>

Bustos, J. (2013). *Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal de México para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas.* Tesis. Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F.

Chiavenato, I. (2000). Importancia de la Capacitación en las empresas. Disponible desde: <http://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-capacitacion-y-el-adiestramiento-en-las-empresas/>

El peruano. (2008). Alcance de la Ley de Micro y Pequeña Empresa (PYME).

Disponible en: <http://perupymes.com/noticias/alcances-de-la--ley-de-micro-y-pequeña-empresapyme>

García, L. (2015). *Caracterización del financiamiento y el kaizen en las MYPE rubro bodegas del casco urbano de Morropón (Piura) año 2015.* Tesis. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú.

Kong, J. & Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José, Lambayeque en el periodo 2010-2012.* Tesis. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú

López, J. (2014). *Fuentes de Financiamiento para las Empresas.* Disponible desde: <http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>.

Okpara y Wynn. (2007). *Los pequeños negocios son la fuerza impulsadora del crecimiento económico.* [2015 Mayo 31]. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094>

Otero, M. (2013). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bodegas del distrito de Comas provincia de Lima – Periodo 2012-2013.* Tesis. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Perú.

Reyes, L. (2015). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del distrito de Paita, año 2015.* Tesis Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú.

- Rivera, C. (2015).** *Caracterización del Financiamiento de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Chimbote, 2013.* Tesis. Universidad Católica Los Ángeles0000 de Chimbote, Chimbote, Perú
- Romero, K. (2010).** *La Capacitación y la Motivación como herramienta para conseguir una ventaja competitiva.* Tesis. Universidad Veracruzana, México.
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A & Morales, O. (2015).** *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2013.* Lima: Universidad ESAN.
- Superintendencia de Banca y Seguros y AFP. (2013). Tipos de Créditos en Perú.
Disponible en: <http://emprendedor.pe/finanzas/878-tipos-de-creditos-en-peru.html/>
- Tello, L. (2011).** *Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de las micro y pequeña empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo.* Tesis. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

5.3 Anexos

Anexo N° 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta:

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPES del sector y rubro indicando, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de Investigación denominada.

“LA CAPACITACION Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO BODEGA, DEL MERCADO UMAMARCA, DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2015”

La información que usted proporciona será utilizada solo con fines académico y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

DATOS GENERALES:

I. Datos del Representante:

1.- Genero:

- A) Masculino B) Femenino

2.- Estado Civil

- A) Casado B) Soltero

3.- Edad del encuestado

- A) De 18 a 30 B) De 31 a 50 C) De 51 a más.

4.- ¿Grado de Instrucción?

- A) Primaria B) Secundaria C) Superior no universitaria d) Universitaria

II. Datos de la Empresa:

5.- ¿Tiempo en el mercado?

- A) 0 -2 años B) 2-4 años C) 4 -6 años D) 6 años mas

6.-¿ Formalidad de la Empresa?

- A) Formal B) Informal

7.- ¿Tipo de trabajadores?

- A) Permanente B) Eventual

8.- ¿Número de trabajadores?

- A) 1 a 3 B) 3 a mas

9.- ¿Motivo de Formación?

- A) Subsistencia B) Obtener Ganancias

III. La Capacitación

10.- ¿Recibió Capacitación cuando inicio su empresa?

- A) Si B) No

11.- ¿Tipo de Capacitación que recibió?

- A) Presencial B) Online C) Mixta D) No recibió capacitación

12.- ¿Considera que necesita capacitarse?

- A) Si B) No

13.- ¿Cómo considera la capacitación?

- A) Gasto B) Inversión

14.- ¿Qué cree Usted que mejora con la capacitación?

- A) Productividad B) Competitividad C) Ganancias

15.- ¿La Capacitación es relevante para las empresas?

- A) Si B) No

IV. El Financiamiento.

16.- ¿Al inicio de sus actividades con que capital empezó?

- A) Autofinanciamiento B) Entidades financieras C) Mixta

17.- ¿Ha solicitado Financiamiento?

- A) Si B) No

18.- ¿Le otorgaron acceso para obtención de un crédito?

- A) Si B) No

19.- ¿En que invirtió su Crédito Financiero?

- A) Expansión del Negocio B) Variedad el producto C) Adquisición de muebles

20.- ¿A cuánto asciende el financiamiento requerido?

- A) Menos de 2000 B) Entre 2000 a 4000 C) más de 4000

21.- ¿Con el crédito financiero que ha obtenido?

- A) Mejoro su negocio B) Se ha mantenido C) No mejoro

22.- ¿Entidad Financiera que le otorgo el crédito?

- A) Bancos B) Cajas Municipales C) Cajas Rurales D) EDPMYME E) Otros

23.- ¿Cómo financia su actividad empresarial en la actualidad?

- A) Autofinanciamiento B) Entidades Financieras C) Mixta

24.- ¿Tipo de financiamiento le conviene a Ud.?

- A) Corto plazo B) Largo plazo

25.- ¿Tasa de interés anual por su crédito financiero?

- A) Menos del 20% Anual B) De 20% anual C) De 20% a más

Anexo N° 02

Validación del cuestionario

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO ACADÉMICO.

La validación del instrumento de la Tesis denominada: “**LA CAPACITACION Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO BODEGA, DEL MERCADO UMAMARCA, DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2015**” tendrá como estándar un valor mayor al 82%. Al respecto mi calificación es la siguiente:

No.	PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
1	¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a las variables, subvariables e indicadores de la investigación?						X
2	¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr el objetivo general de la investigación?						X
3	¿En qué porcentaje, las preguntas son de fácil comprensión?					X	
4	¿Qué porcentaje de preguntas siguen una secuencia lógica?					X	
5	¿En qué porcentaje se obtendrán datos similares con esta prueba aplicándolo en otras muestras?					X	

Dado que todas las preguntas del instrumento superan el parámetro del 82%.

El instrumento queda validado favorablemente por el Asesor:

Lic. Adm. Roberto Cuipal Velaysosa

CLAD N° 05119

Anexo N° 3

Hoja de Tabulación

PREGUNTA	RESPUESTA	CONTEO	FRECUENCIA ABSOLUTA
RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO			
¿Genero?	Masculino	VI	6+
	Femenino	IV	4
	Total		10
¿Estado Civil?	Casado	VII	7+
	Soltero	III	3
	Total		10
¿Edad?	De 18 a 30		
	De 31 a 50	IV	4+
	De 50 a mas	VI	6
	Total		10
¿Grado de Instrucción?	Primaria		
	Secundaria	IV	4+
	Superior no universitaria	V	5
	Universitaria	IV	1
	Total		10

RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DE LA EMPRESA			
¿Tiempo en el mercado?	0-2 años		
	2-4 años	I	1+
	4 a 6 años	III	3
	6 años a mas	VI	6
	Total		10
¿Formalidad?	Formal	IX	9+
	Informal	I	1
	Total		10
¿Tipo de trabajadores?	Permanente	VI	6+
	Eventual	IV	4
	Total		10
¿Número de Trabajadores?	1 a 3	VIII	8+
	3 a mas	II	2
	Total		10

¿Motivo de Formación?	Subsistencia	I	1+
	Obtener Ganancias	IX	9
	Total		10
RESPECTO A LA CAPACITACION			
¿Recibió Capacitación al iniciar su actividad?	Si	III	3+
	No	VII	7
	Total		10
¿Tipo de Capacitación?	Presencial	III	3+
	Online		
	No recibió capacitación	VII	7
	Total		10
¿Considera que necesita capacitarse?	Si	IX	9+
	No	I	1
	Total		10
¿Cómo considera a la capacitación?	Gasto	I	1+
	Inversión	IX	9
	Total		10

¿Qué cree mejora con la capacitación?	Productividad	VI	6+
	Competitividad	III	3
	Ganancias	I	1
	Total		10
¿La capacitación es relevante para las empresas?	Si	IX	9+
	No	I	1
	Total		10
RESPECTO AL FINANCIAMIENTO			
¿Con que capital inicio?	Autofinanciamiento	V	5+
	Entidades Financieras	III	3
	Mixta	II	2
	Total		10
¿Ha solicitado financiamiento?	Si	VIII	8+
	No	II	2
	Total		10
¿Le otorgaron acceso para obtener un crédito?	Si	V	5+
	No	V	5
	Total		10

¿En que invirtió su crédito Financiero?	Expansión del negocio	VI	6+
	Variedad del producto	IV	4
	Adquisición de muebles		10
	Total		
¿Monto del crédito?	Menos de 2000		
	Entre 2000 a 4000	II	2+
	Más de 4000	VIII	8
	Total		10
¿Qué resultados obtuvo del crédito?	Mejoro el Negocio	VII	7+
	Se ha mantenido	III	3
	No mejoro		10
	Total		
¿Entidad que le otorgo el crédito?	Bancos	III	3+
	Cajas Municipales	VI	6
	Cajas Rurales		
	EDPYME	I	
	Otros		
	Total		10

¿Cómo financia su actividad empresarial en la actualidad?	Autofinanciamiento	VIII	8+
	Entidades Financieras	II	2
	Total		10
¿Tipo de financiamiento que le conviene?	Corto plazo	X	10
	Largo plazo		
	Total		10
¿Tasa de interés anual?	Menos de 20% anual		
	De 20% anual	VIII	8+
	DE 20% anual a mas	II	2
	Total		10

Anexo N° 4

REGISTRO DE EMPRESAS QUE PARTICIPARON EN EL ESTUDIO

N°	NOMBRE O RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	N° DE PUESTO	DISTRITO	DIRECCION
1	Chininin & chin	Carlos Chininin López	F-11	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
2	Comercial Paucar	Eleuterio Paucar Mamani	F-12	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
3	Bodega mi Chelita	Genara García Soto	F-13	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
4	Tiendita Rosita	Carlos Huamán Jara	F-14	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
5	Minimercado Tola	Lucia Rivera Guevara	F-15	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
6	Bodega Mass	Yesica Rojas Verde	F-16	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
7	Repshop	Francisco Mallqui Huamani	F-17	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
8	Tienda de Abarrotes Aydee	Juan Cruz Gonzales	F-18	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058
9	Bodega la Economía	Elmer Alejo Castro	F-19	San Juan de Miraflores	Primavera San Juan de Miraflores 15058
10	Bodega Anderson	Edmundo Bautista Cruz	F-20	San Juan de Miraflores	Primavera, San Juan de Miraflores 15058

Anexo N° 05

Respecho a las características de los representantes legales de la MYPE

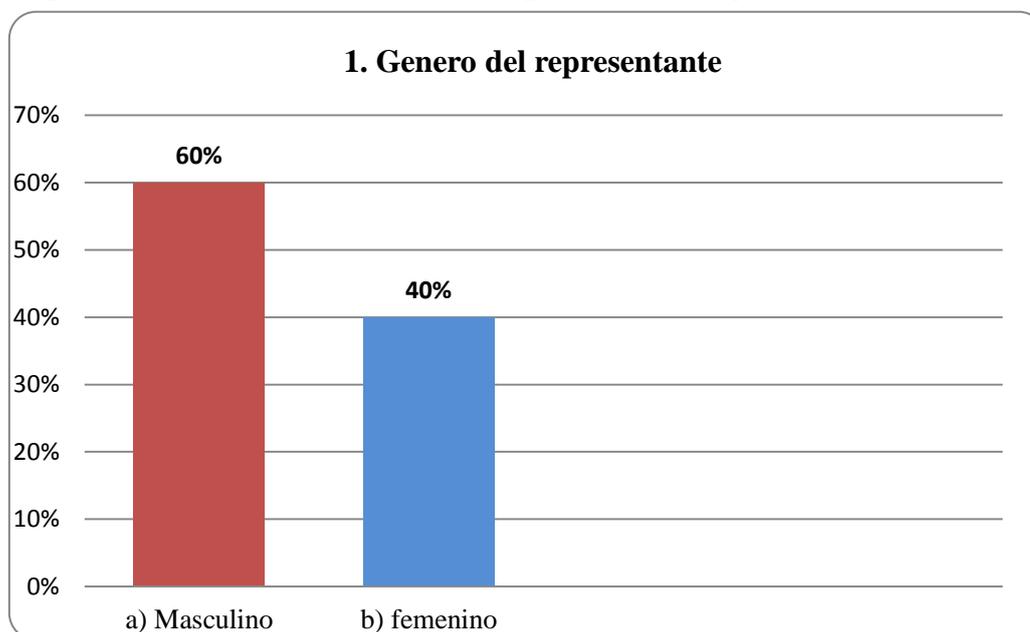


Figura N° 1: Genero del Representante

Fuente: Tabla N° 1

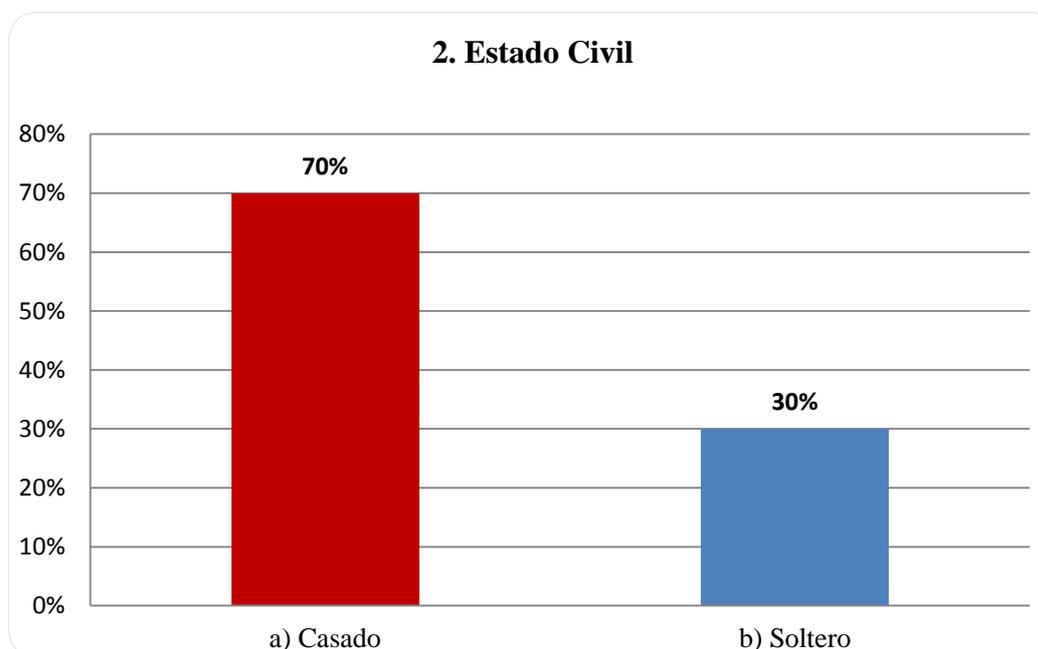


Figura N° 2: Estado Civil

Fuente: Tabla N° 1

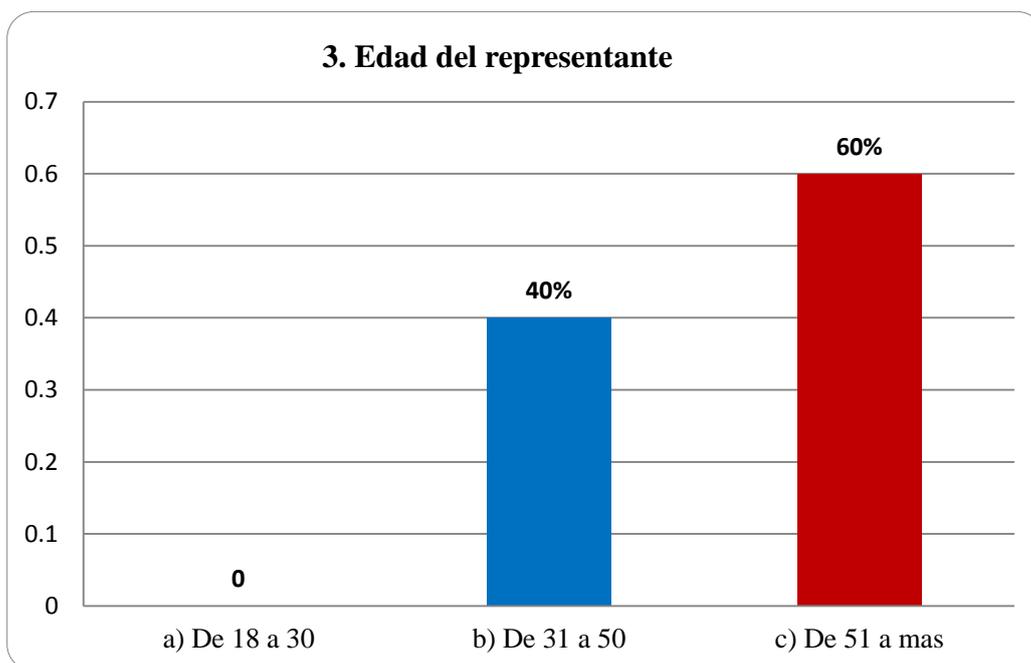


Figura N° 3: Edad del representante
Fuente: Tabla N° 1

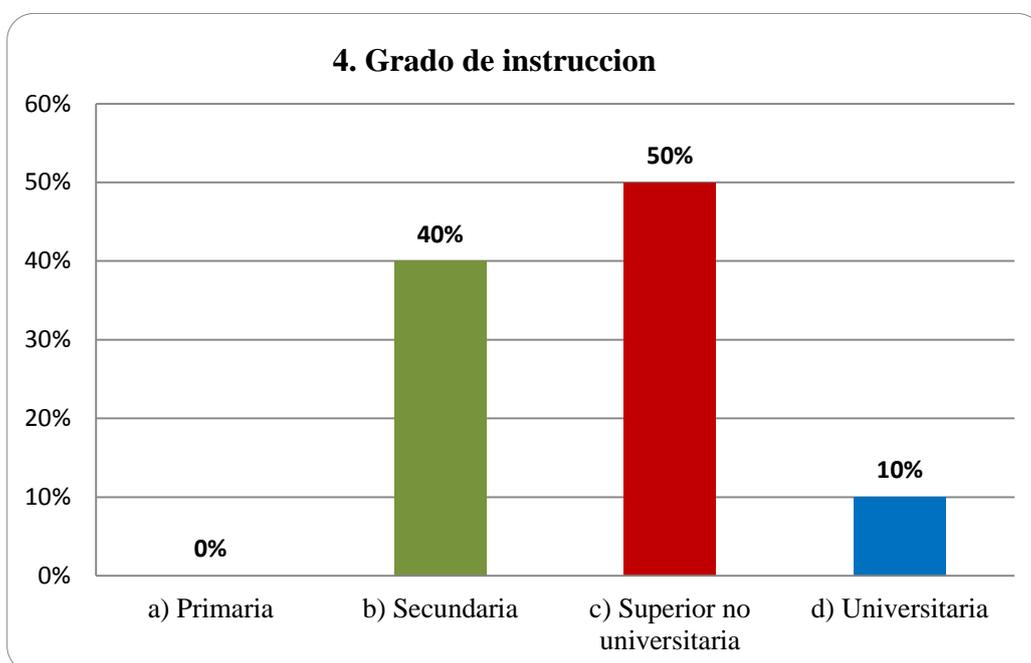


Figura N° 4: Grado de instrucción
Fuente: Tabla N° 1

Respecto a las características de la MYPE

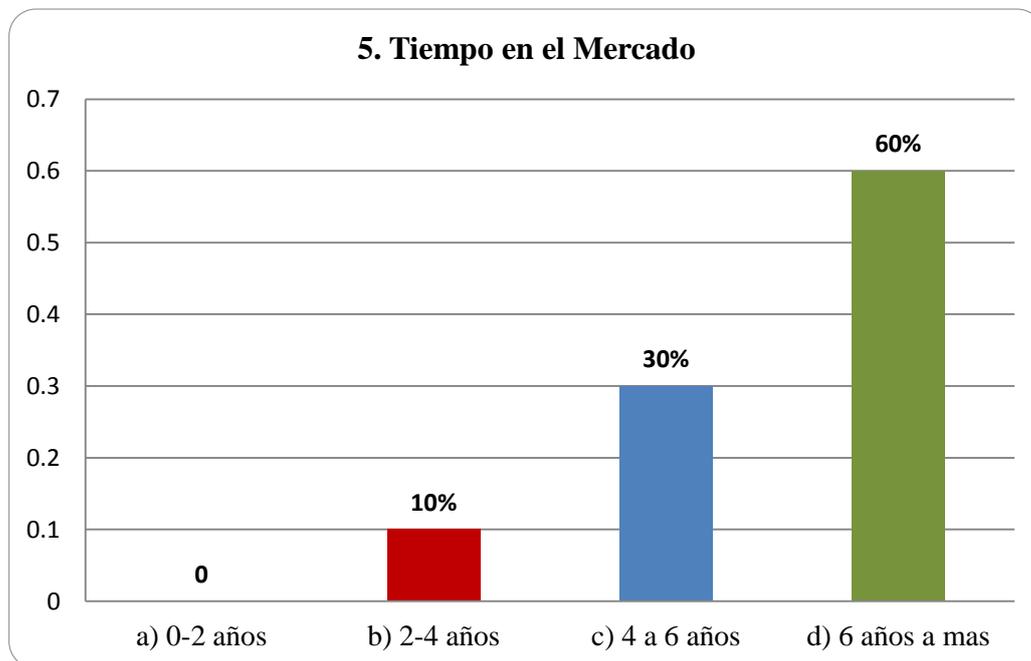


Figura N° 5: Tiempo en el mercado

Fuente: Tabla N° 2

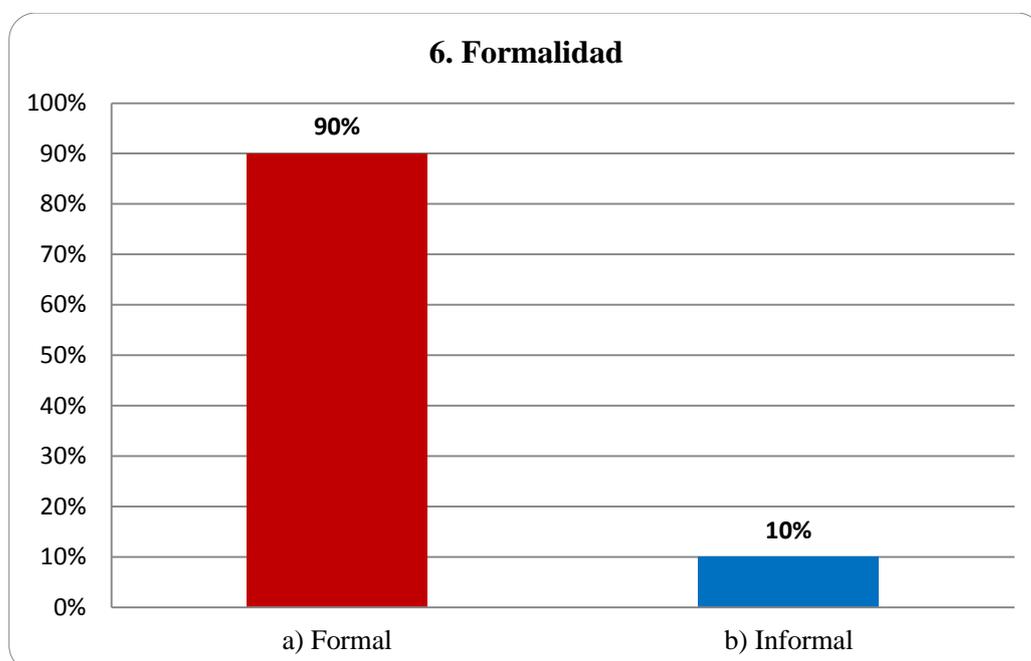


Figura N° 6: Formalidad

Fuente: Tabla N° 2

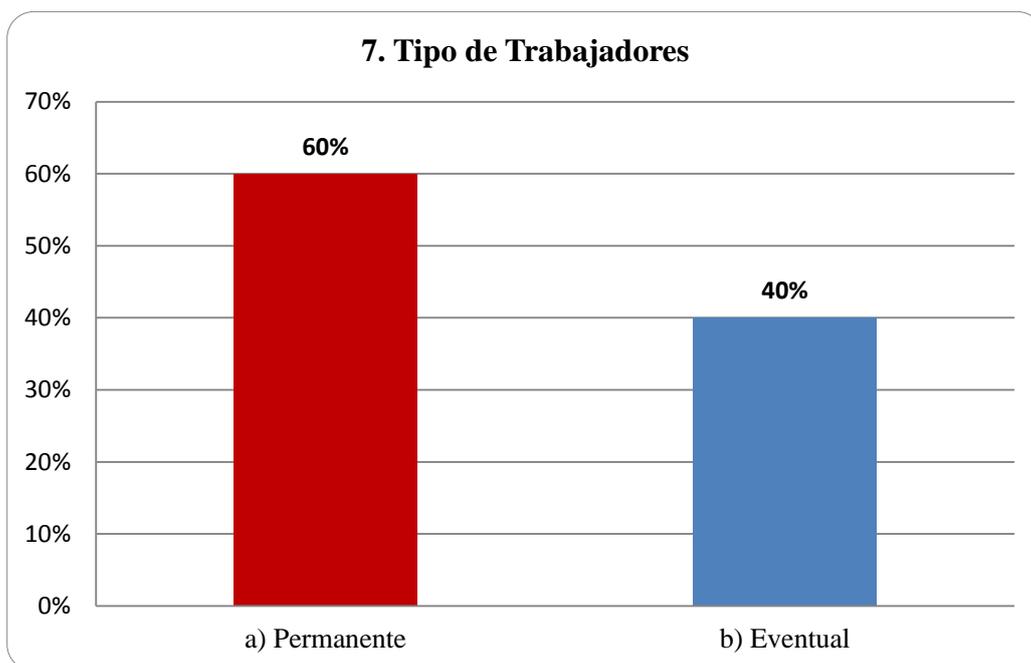


Figura N° 7: Tipo de Trabajadores
Fuente: Tabla N° 2

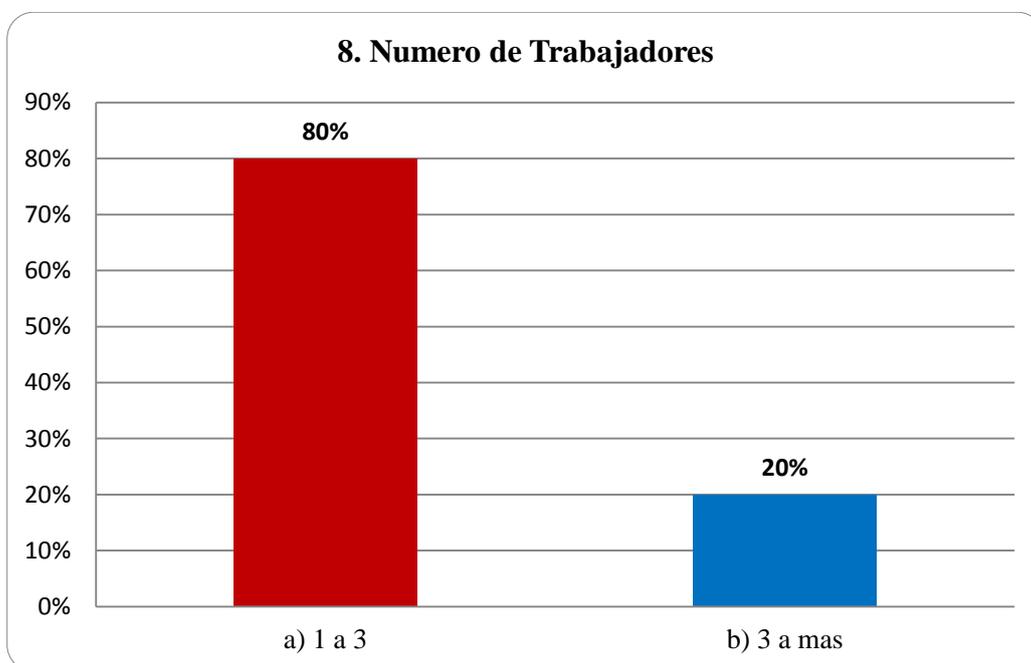


Figura N° 8: Numero de trabajadores
Fuente: Tabla N° 2

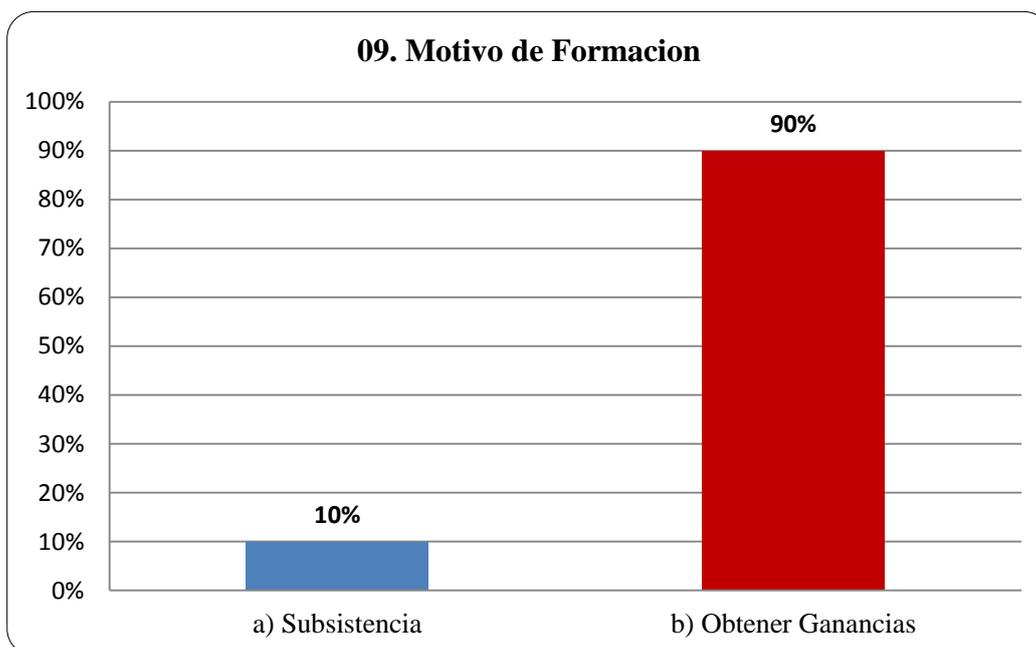


Figura N° 9: Motivo de Formación
Fuente: Tabla N° 2

Respecto a las características de la Capacitación en las MYPE

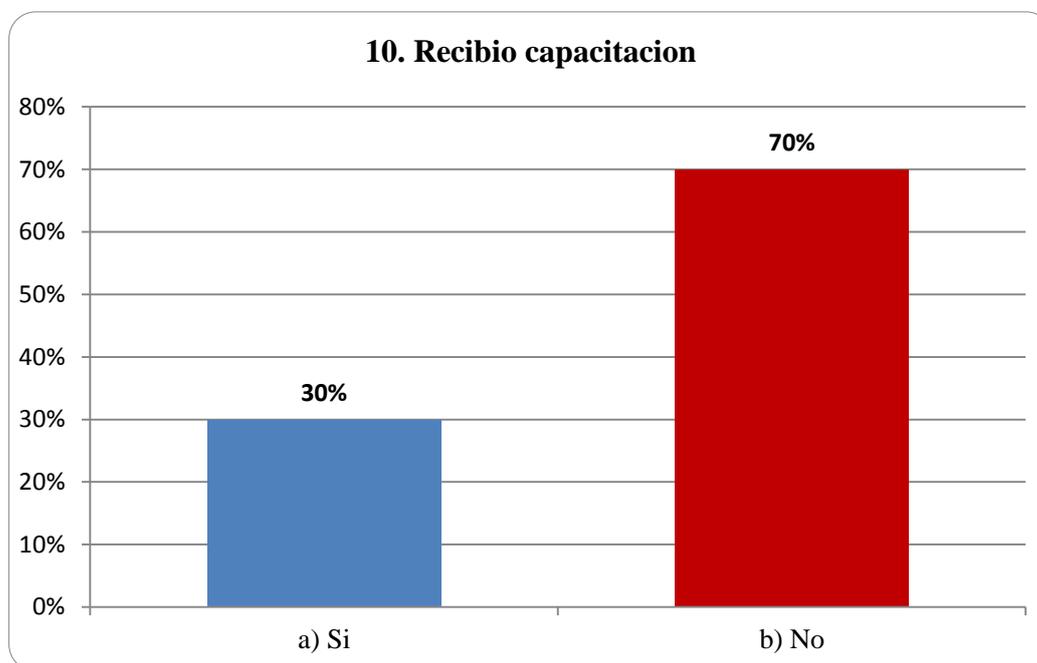


Figura N° 10: Recibió Capacitación
Fuente: Tabla N° 3

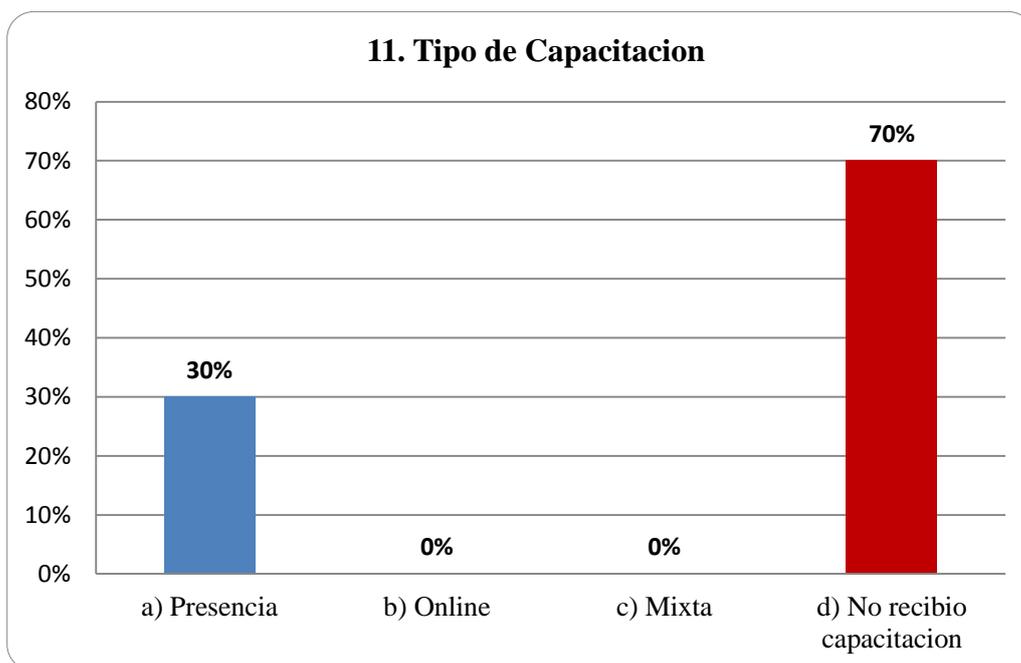


Figura N° 11: Tipo de Capacitación
Fuente: Tabla N° 3

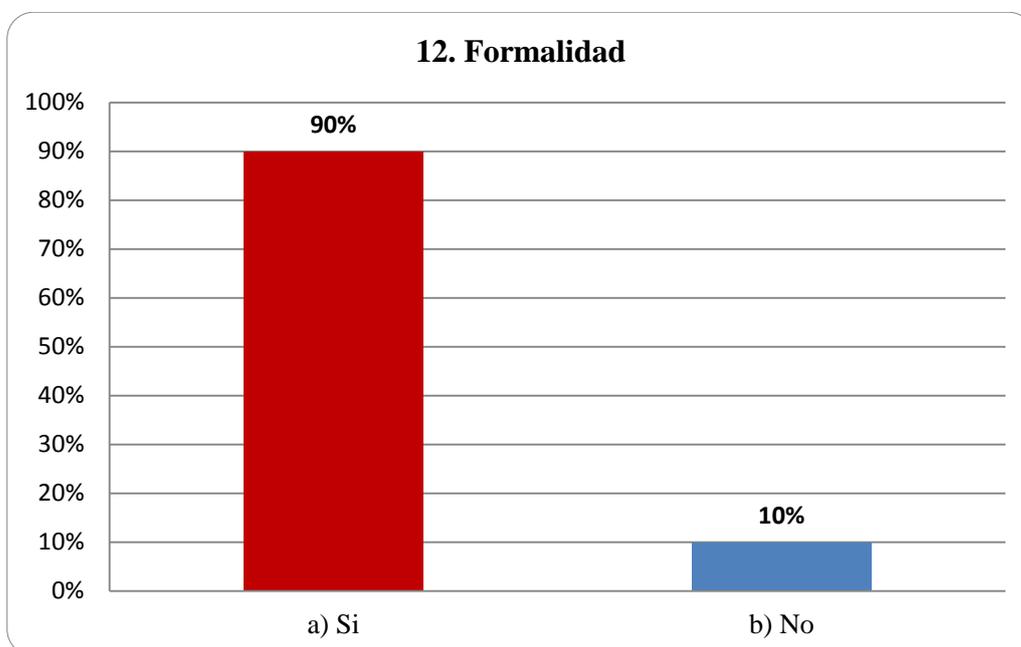


Figura N° 12: Formalidad
Fuente: Tabla N° 3

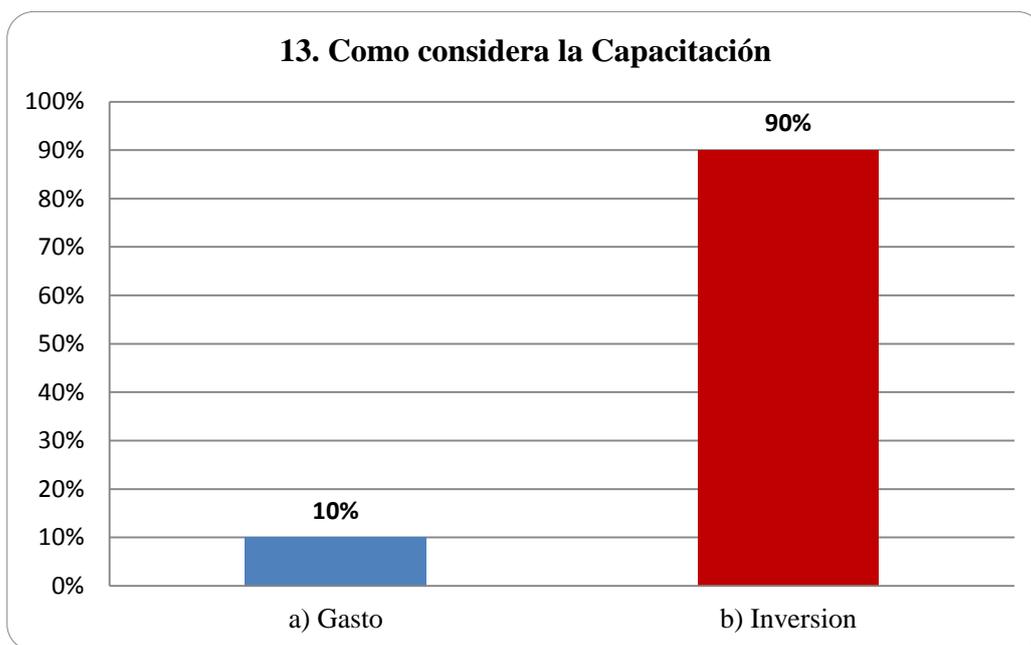


Figura N° 13: Como considera la Capacitación
Fuente: Tabla N° 3

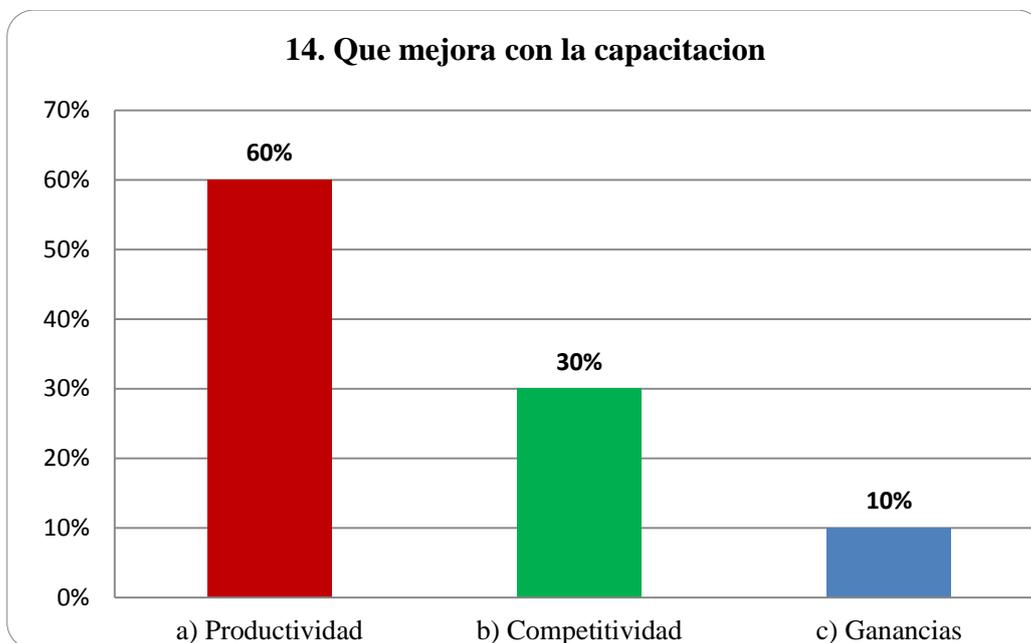


Figura N° 14: Que mejora con la Capacitación
Fuente: Tabla N° 3

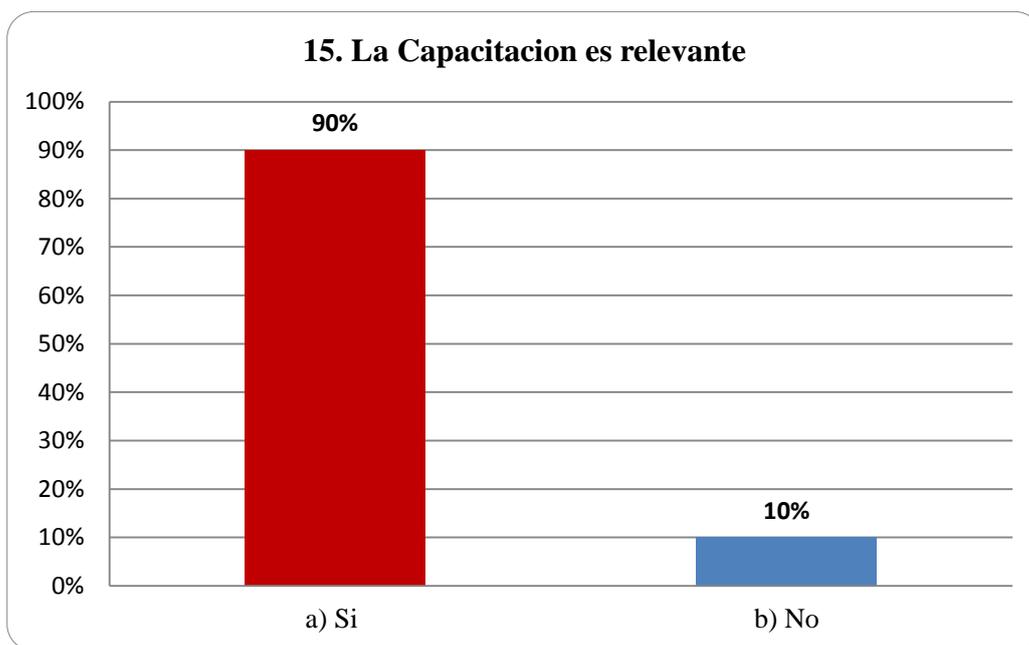


Figura N° 15: la capacitación es relevante
Fuente: Tabla N° 3

Respecto a las características financiamiento a las MYPE

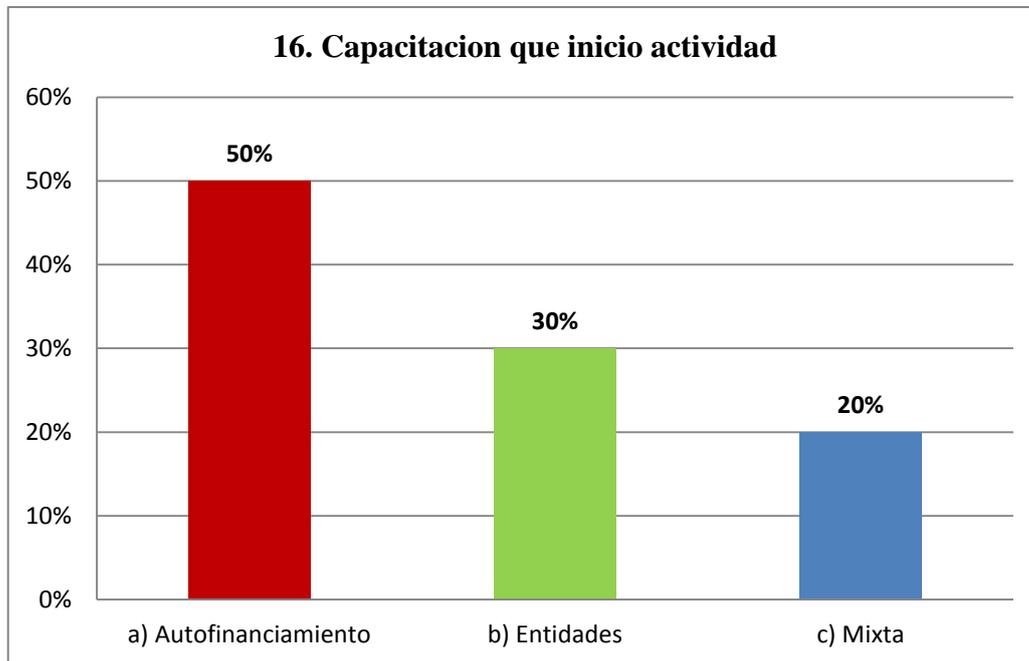


Figura N° 16: Capital que inicio Actividad
Fuente: Tabla N° 4

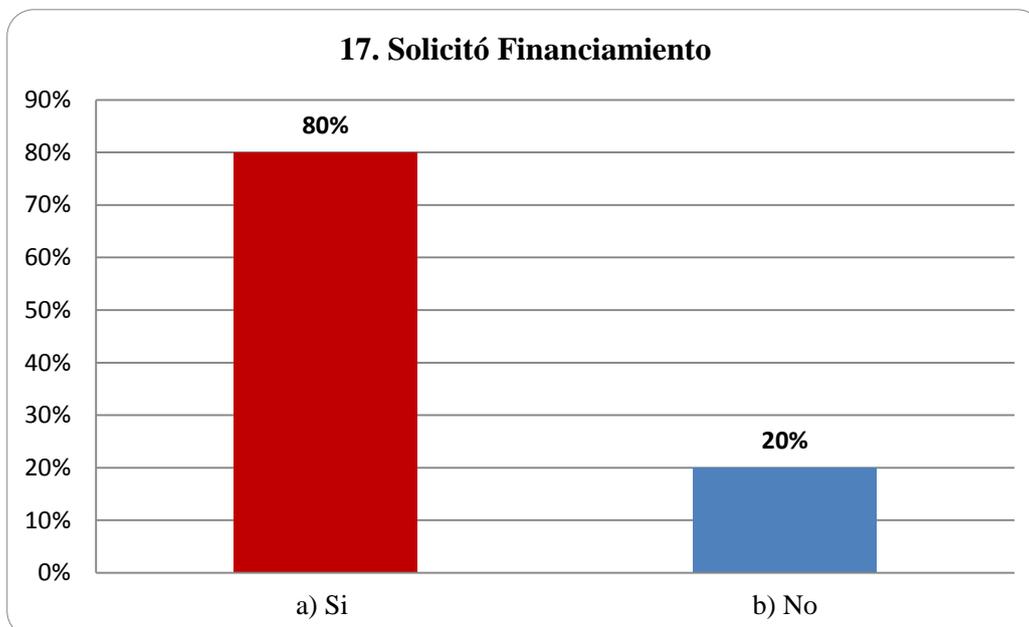


Figura N° 17: Solicito Financiamiento
Fuente: Tabla N° 4

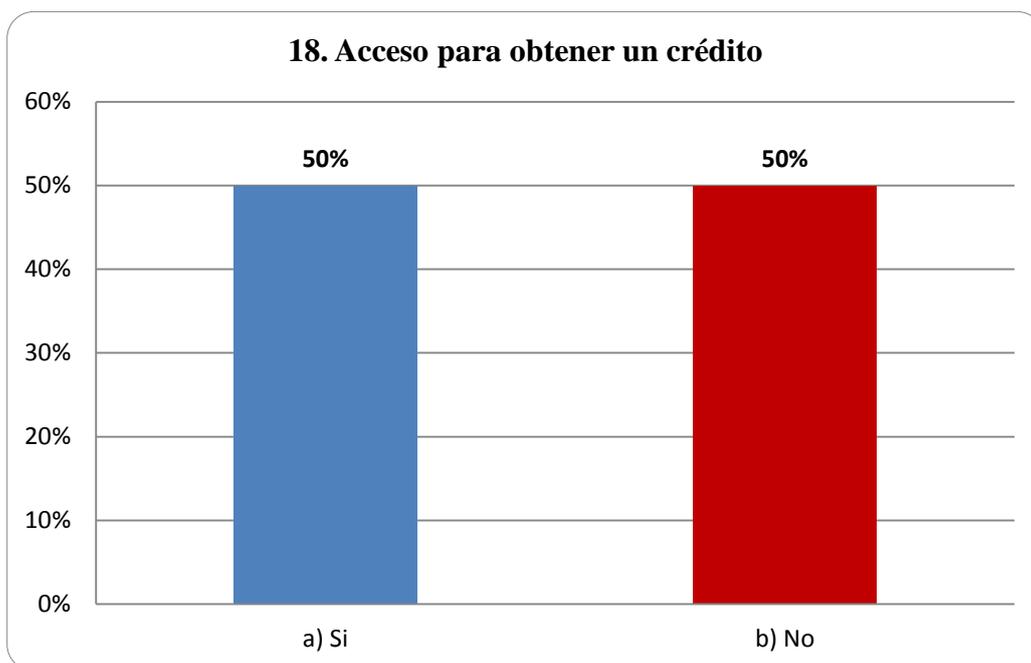


Figura N° 18: acceso para obtener un crédito
Fuente: Tabla N° 4

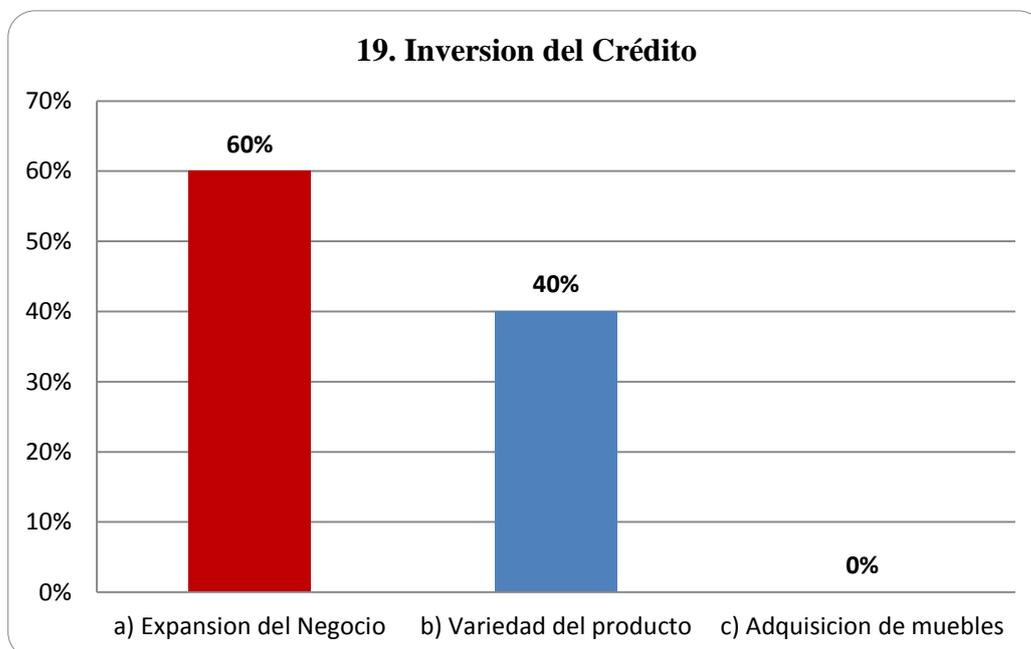


Figura N° 19: Inversión del Crédito.
Fuente: Tabla N° 4

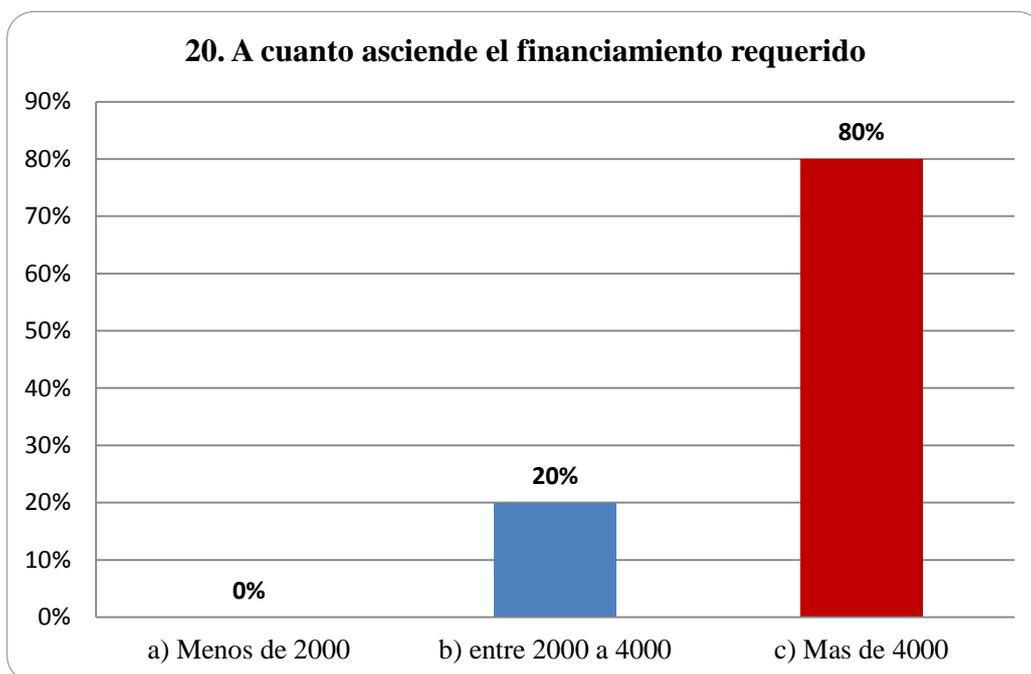


Figura N° 20: A cuánto asciende el financiamiento requerido
Fuente: Tabla N° 4

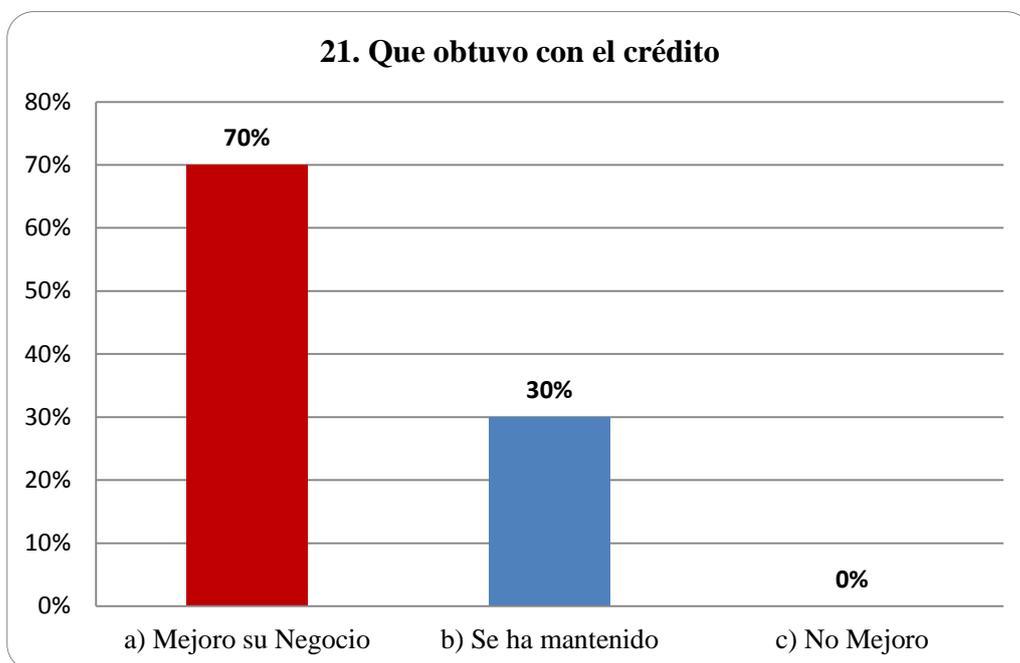


Figura N° 21: Que obtuvo con el crédito
Fuente: Tabla N° 4

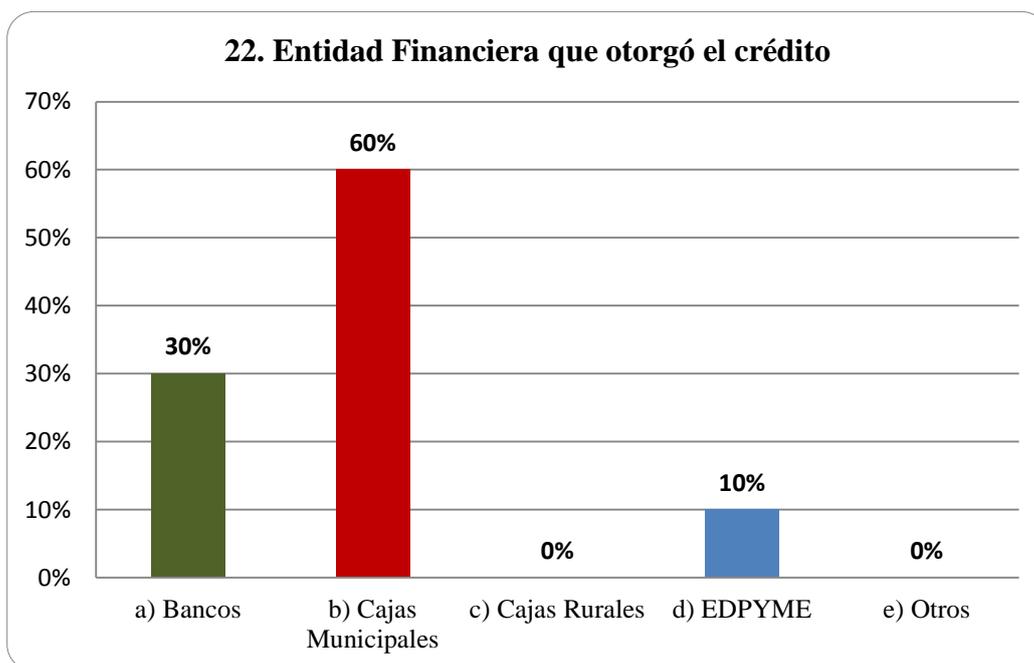


Figura N° 22: Entidad Financiera que otorgó el crédito
Fuente: Tabla N° 4

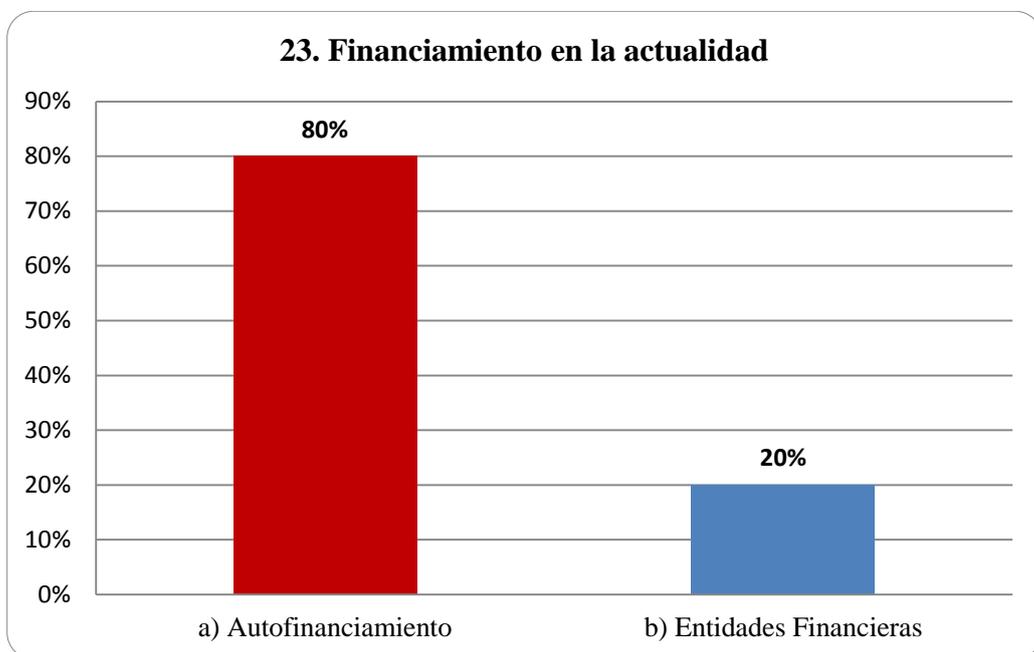


Figura N° 23: Financiamiento en la actualidad
Fuente: Tabla N° 4

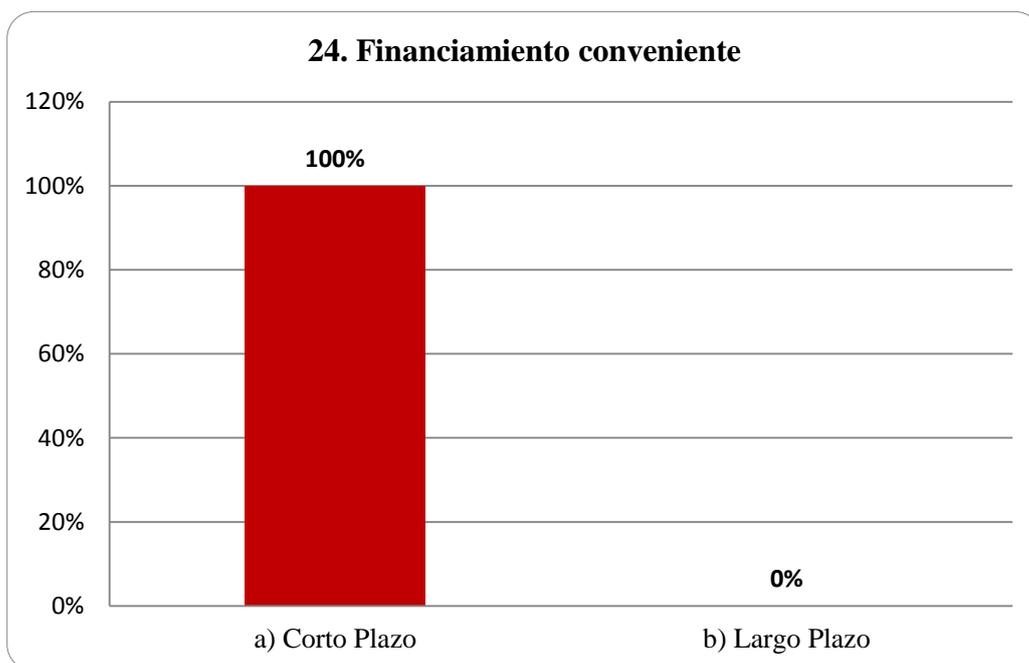


Figura N° 24: Financiamiento conveniente
Fuente: Tabla N° 4

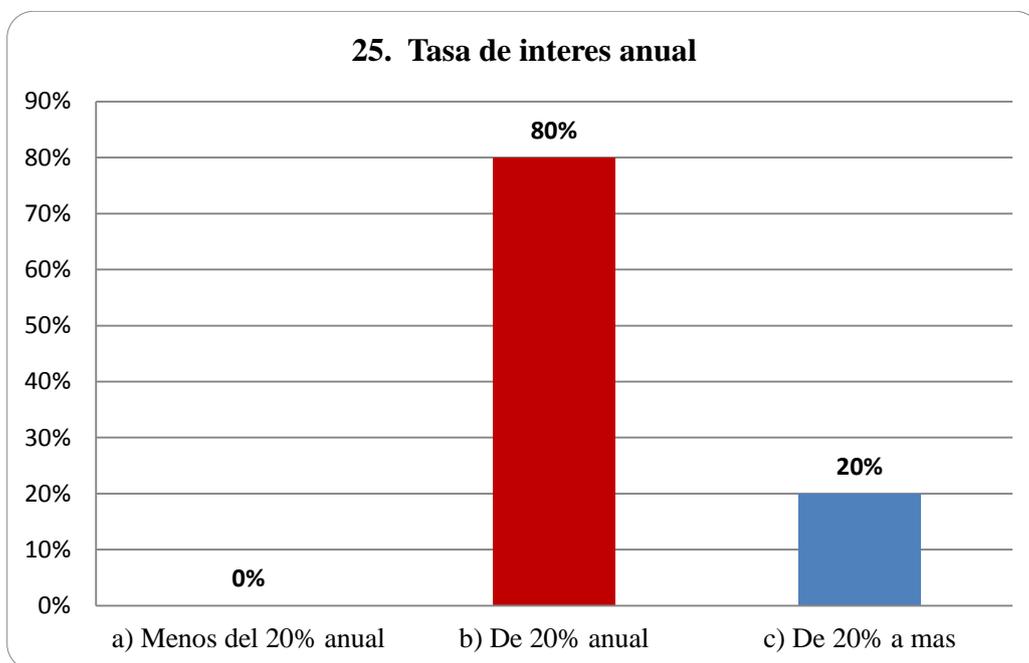


Figura N° 25: Tasa de interés anual
Fuente: Tabla N° 4