



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO ZAPATERIAS DEL MERCADO
MODELO DE LA CIUDAD DE PIURA EN EL AÑO 2017.**

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

AUTORA

ABIGAIL PAOLA IPANAQUE ZARATE

ASESORA

CPC. EDME MARTHA GARCIA MANDAMIENTOS

PIURA – PERÚ

2019

**CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
ZAPATERIAS DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE
PIURA EN EL AÑO 2017.**

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Dr. Víctor Manuel Landa Machero

Presidente

Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo

Miembro

Mgtr. Jannyna Reto Gómez

Miembro

CPC. Edme Martha García Mandamientos

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y la fortaleza necesaria, a mis padres y hermanos por ser mi apoyo y sustento para poder cumplir cada una de las metas trazadas.

A la CPC. Edme Martha García Mandamientos quien, con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logro encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

DEDICATORIA

A Dios por darme inteligencia vida y salud para poder lograr mis objetivos, a mis padres por haber sido mi apoyo moral, espiritual y económico y sobre todo por el amor infinito que me han brindado día a día para seguir adelante sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A Uladech católica por la oportunidad de crecer y convertirme en una profesional al servicio de mi país.”

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de Piura en el año 2017. La población y muestra fueron calculadas en base a las empresas del sector en estudio ubicadas en el mercado modelo de la ciudad de Piura. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño. No experimental, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, el mismo que fue aplicado al propietario, gerente y/o representante legal obteniéndose como principales resultados que 60% de los propietarios pertenecen a una asociación o agrupación comercial, el 80% de las empresas están empresarialmente formalizadas, el 60% de las empresas de calzado conoce acerca de las alternativas del financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano, el 80% de estas empresas no cuentan con un financiamiento interno teniendo conocimiento de las tasas de interés de pago, cabe decir que la mayor parte consideran que el crédito es oportuno para el logro de sus objetivos. Finalmente podemos concluir que, a través de los financiamientos, se les brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales

Palabras Clave: Financiamiento, sector comercio.

ABSTRACT

The research had as a general objective: Describe the main characteristics of the financing of micro and small companies in the commerce sector, shoe stores of the Piura model market in 2017. The population and sample were calculated based on the companies in the sector under study. located in the model market of the city of Piura. The methodology was descriptive, quantitative level, design. Not experimental, descriptive. Applying the technique of bibliographic and documentary review and as an instrument for gathering information, the interview, direct observation and the pre-structured questionnaire with questions related to the research, the same that was applied to the owner, manager and / or legal representative, obtaining as main results that 60% of the owners are male with higher education, all companies are formally formalized, 60% of footwear companies know about the financing alternatives offered by the Peruvian financial system, 60% of These companies have an internal financing, 70% having knowledge of the interest rates of payment, it can be said that all consider that the loan is opportune for the achievement of their objectives. Finally we can conclude that through financing, companies are given the possibility to maintain a stable and efficient economy, as well as to continue their commercial activities.

Keywords: Financing, trade sector.

CONTENIDO

TITULO.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1 Antecedentes.....	4
2.1.1 Internacionales.....	4
2.1.2 Nacionales	7
2.1.3 Locales.....	9
2.2 Bases Teóricas.....	10
2.2.1.- Teorías del Financiamiento	10
2.3 Marco Conceptual.....	13
2.3.1 Definición del Financiamiento	13
2.3.2 El Financiamiento Empresarial según las fuentes de origen.....	13
2.3.3 El Financiamiento Empresarial en el ámbito temporal.....	16
2.3.8. Sector Comercio - Zapaterías	17
III. HIPOTESIS	21
IV. METODOLOGÍA.....	21
4.1 Diseño de la investigación.....	21
4.1.1 No experimental	21
4.1.2 Transeccional.....	21
4.1.3 Descriptivo	21
4.2 Población y muestra:	21
4.2.1 Población:	21
4.2.2 Muestra	22
4.3 Técnicas e instrumentos.....	22

4.3.1 Técnica.....	22
4.3.2 Instrumento:.....	22
4.4 Plan de análisis	22
4.5 Operacionalización de variables	23
4.6 Matriz de consistencia	24
4.7 Principios Éticos	25
V. RESULTADOS	26
5. 1 Resultados.....	26
5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1	26
5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2	27
5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3	29
5.2 Análisis de los Resultados	39
5.2.1 Respecto al objetivo específico 1	39
5.2.2 Respecto al objetivo específico 2	40
5.2.3 Respecto al objetivo específico 3	41
VI. CONCLUSIONES.....	44
6.1 Respecto al objetivo específico 1	44
6.2 Respecto al Objetivo específico 2	44
6.3 Respecto al Objetivo específico 3	45
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	46
Referencias Bibliograficas.....	47
Anexos	51

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Edad de los propietarios de las empresas de calzado	26
Tabla 2 - Sexo de los propietarios de las empresas de calzado	26
Tabla 3 - Nivel de estudios de los propietarios de las empresas de calzado.....	27
Tabla 4 - ¿Pertenece a una asociación o agrupación comercial?	27
Tabla 5 - ¿Se encuentra empresarialmente formalizado?	28
Tabla 6 – ¿A partir de su experiencia considera usted?.....	29
Tabla 7 - ¿Es habitual la conducta de tomar crédito en los propietarios de las empresas de calzado?	29
Tabla 8 - ¿Ha tenido usted dificultades para operar su negocio por falta de capital de trabajo?	30
Tabla 9 - Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa?	31
Tabla 10 - ¿Conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano?	31
Tabla 11 - ¿Actualmente cuenta con financiamiento para su negocio?.....	32
Tabla 12 - ¿Su financiamiento es interno? (Autofinanciamiento).....	32
Tabla 13 - ¿Su financiamiento es externo? (de terceros).....	33
Tabla 14 - ¿Conoce usted la tasa de interés que pagara por el crédito?	33
Tabla 15 - ¿considera aceptable la tasa de interés aplicada al crédito?	34
Tabla 16 - ¿Cuenta con historial crediticio positivo?	34
Tabla 17 - ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?	35
Tabla 18 - ¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir el crédito?	35
Tabla 19 - ¿Cuenta con liquidez necesaria para afrontar el pago?	36
Tabla 20 - ¿Utilizo algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido?	36
Tabla 21 - ¿Encontró alguna limitación durante el proceso para conseguir el financiamiento?	37
Tabla 22 - ¿Conoce usted las ventajas de pagar puntual?.....	37
Tabla 23 - ¿tienen planificado en que utilizar el crédito?.....	38
Tabla 24 - ¿Considera que el crédito fue oportuno para el logro de su objetivo?	39

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas buscan no solo generar utilidades, sino también satisfacer las necesidades que existen en el mercado, por estas razones el presente trabajo, es realizado para conocer un poco más acerca de la forma de crear una empresa, ya que para esto es necesario tener en cuenta una serie de herramientas y pasos que son indispensables para que este plan de negocios tenga éxito y permita desarrollar de manera apropiada la empresa que se quiere construir.

Flores (2006) manifiesta que en el Perú las MYPES son empresas que establece una parte fundamental de la economía, debido a que durante los años recesivos han confirmado una gran capacidad de supervivencia y aclimatación, tratando de ampliar la producción generando empleo; de ahí el rol real que juegan dentro de la economía nacional y el desarrollo del nivel de actividad.

En el sector financiero público, conformado por un amplio número de organismos: instituciones de microcréditos, entidades bancarias, sociedades de garantías recíprocas, banca de exportación, banca de segundo piso, sociedades de capital de riesgo, entre otras, han evidenciado todo tipo de carencias, en particular la incapacidad para cumplir con su propósito de origen, promover e impulsar la creación, desarrollo y expansión de figuras económicas como las pymes. **(Olmos, 2009)**

El financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que

se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado. **(Boscán y Sandra, 2006)**

El propósito de este trabajo es el de realizar un estudio de factibilidad para la puesta en marcha del mercado de venta de zapatería, que compiten en el mercado interno y externo con un producto de buena calidad, dirigido a satisfacer una necesidad fundamental en la vida civilizada.

Este tipo de empresas inician sus operaciones sin capital suficiente para empezar su negocio, por su naturaleza la obtención de recursos constituye una dificultad, en especial por la vía del financiamiento, bien sea para iniciar operaciones, desarrollar nuevos proyectos o simplemente mantenerse en el mercado la falta de financiamiento adecuado para la subsistencia de las pymes, pasa a constituir uno de los principales problemas que enfrenta este sector, aunado al hecho de que aun existiendo fuentes de financiamiento dentro del sistema financiero nacional, en algunos casos, los pequeños y medianos empresarios no acuden a ellas por razones como falta de promoción, desconocimiento de las instituciones que lo facilitan, desinformación o falta de interés por parte de los empresarios o simplemente por no contar con una trayectoria crediticia, solvencia económica y garantías suficientes.

Por lo antes expuesto la investigación se pauta a través del siguiente enunciado: **¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017?, teniendo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017., teniendo como objetivos específicos:**

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.
2. Describir las principales características de los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.
3. Describir las principales características del financiamiento de los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.

Finalmente, la investigación se justifica porque el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías viene siendo la dificultad de acceso a los servicios financieros que tienen los propietarios de estas, entre otras razones, por el bajo monto de crédito demandado, la informalidad en la que la mayoría opera, la falta de información financiera confiable, y la escasez de garantías reales aceptables no llegan a prosperar y competir con las grandes empresas de calzado del entorno nacional.

Así mismo la investigación nos muestra la realidad que tiene un acceso limitado a los servicios financieros que ofrece el sistema financiero nacional, lo que impide su crecimiento y consolidación empresarial. La falta de fuentes de financiamiento se debe a que el sistema bancario convencional no cuenta con la capacidad institucional ni con la tecnología crediticia apropiada para atender este sector, dado que está diseñada para atender a empresas medianas y grandes, donde los instrumentos de gestión crediticia y los sistemas de cobertura del riesgo están amparados en sistemas de evaluación de garantías y seguimiento individualizados, donde el tamaño de los clientes y el de las operaciones crediticias definen las economías de escala que hacen posible la absorción de costos de intermediación así como los de valuación, constitución y administración de garantías.

La investigación permitirá a los estudiantes obtener una base de datos y se constituye como un antecedente para desarrollar trabajos de investigación relacionados al financiamiento del sector comercio, rubro zapaterías en la ciudad de Piura y en otros ámbitos del país.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales

Andrés (2010). Su investigación titulada “proyecto de inversión para la creación de una fábrica de calzado femenino de cuero en la ciudad de Guayaquil” Dando como objetivo establecer una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil, que brinde un producto de alta calidad y de diseños exclusivos. Llevando a cabo un plan de marketing para la introducción y posicionamiento de este nuevo producto en el mercado.

La aceptación para adquirir más producción nos dio como resultado un 57% de las comercializadoras encuestadas, aceptarían en primera instancia más producción por su capacidad instalada para comprar y almacenar mercadería.

Dávila (2012). En su investigación de “exportación de calzados étnicos para damas a estados unidos New York”. El presente Plan de Exportación denominado “Calzados Étnicos” tiene como mercado objetivo el estado de New York - Estados Unidos. Pues es uno de los países con mayor demanda de calzados. Este proyecto de exportación de calzados, tiene como denominación “SOSHY PERUVIAN”, Empresa dedicada al acopio y comercialización de calzados para damas con diseños étnicos (como accesorios de vestir) elaborados para el mercado extranjero, que consiste en el desarrollo de diferentes etapas, para determinar la viabilidad comercial del proyecto. El presente proyecto de exportación contiene en su primer capítulo el marco metodológico, que consiste en la determinación de la matriz de consistencia y la metodología de investigación. En el

segundo capítulo, se realiza el análisis del potencial exportador, que describe las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio; así mismo se plantea el Plan Estratégico y Organizacional que son las directrices principales del presente proyecto de exportación. En el tercer capítulo se realiza el análisis del producto en el target de mercado, referido a la selección del mercado objetivo, los canales de distribución, medio de transporte y el perfil del mercado consumidor. En el cuarto capítulo se analiza la gestión exportadora; el análisis de los costos y precios de exportación, las modalidades de pago internacional y condiciones de pago, los medios y la distribución física internacional. En el quinto capítulo se desarrolla el Plan de Marketing haciendo uso del marketing mix. Finalmente, se desarrolla las proyecciones financieras y el análisis de sensibilidad. En ese sentido la firma de nuevos tratados y acuerdos comerciales han abierto nuevos mercados y a la vez oportunidades para ofrecer productos innovadores.

En el desarrollo del siguiente trabajo permite hacer las siguientes conclusiones: New York - Estados Unidos es un país netamente consumista en el sector de cuero y calzado durante los últimos años viéndose en la obligación de adquirir estos tipos de bienes en el exterior.

Cubillo (2014). En su investigación titulada: “Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil”. La presente investigación analiza la situación del sector del calzado en el país a través de la política comercial para la protección de la industria nacional; dando como objetivo del proyecto es que, al implementar la fábrica en la ciudad de Guayaquil, permite satisfacer la demanda existente, que todavía no está cubierta plenamente por la industria nacional. El producto producido por la industria local, ofrece calzado de buena calidad, precios realmente cómodos, que satisfacen las necesidades del consumidor. Además, permite conocer las diferentes áreas de la producción, que va desde la adquisición de materiales, hasta la elaboración del

producto terminado, es decir todo el proceso de elaboración. Dando como resultado que El proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado, no solo tiene que ver con la producción, comercialización y consumo de este tipo de bien producido internamente, sino que incentiva a los consumidores a adquirir calzado nacional, de buena calidad, duración y lo principal el precio, que comparado con el calzado importado es de menor valor.

Finalmente, la falta de un estudio de mercado, es un gran inconveniente, debido a que no se invierte en una adecuada infraestructura, exclusivamente para la elaboración de calzado en la ciudad de Guayaquil.

Herrera (2015). En su investigación titulada: “Pymes del calzado se beneficiarán con financiamientos”. Reiteró que el sector calzado sufre de la competencia desleal por la importación subvaluada, situación que ha reducido a la planta productiva nacional. El financiamiento servirá para mejorar a este rubro productivo ya que por fin se escuchará al sector y se tomaran cartas en el asunto para así poder lidiar con la ilegalidad; sobre todo que con la creación de las nuevas políticas públicas se podrá avanzar con la industria del calzado.

En México la fabricación de calzado en particular en nuestro estado, es de suma jerarquía por la generación de riqueza y empleo que generan. Jalisco 7 ocupa la segunda posición a nivel nacional en la fabricación de calzado en número de pares y es líder en la producción de calzado de dama de diseño. Sin duda, con estas y otras medidas se tendrán resultados positivos para el crecimiento de la industria del calzado en uno de los más importantes en la generación de empleo a nivel nacional, ya que, estos decretos acompañan la política industrial para el acceso a nuevos mercados internacionales.

2 .1.2 Nacionales

Pinedo (2011). En su investigación titulada : “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería provincia de Coronel Portillo, período 2009 – 2010” Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: el 62% manifestó que el tipo de financiamiento que obtuvieron fue propio, el 100% de encuestados que recibieron créditos durante el año 2009 no precisó el nombre de la entidad, el 100% de encuestados que recibieron créditos en el año 2009 no precisan a que tiempo fueron dados los créditos, el 100% de los encuestados no precisaron la entidad a quien solicitó crédito, el 100% de encuestados que recibieron créditos en el año 2010 no precisan a que tiempo fueron dados los créditos y en los años 2009 y 2010, el 67% no precisan y el 33% lo invirtió en su capital de trabajo.

Pastor (2013). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra y venta de calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010 – 2011” describió las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de calzado del distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011. Llevo a cabo una muestra poblacional de 8 microempresas, a quienes, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al financiamiento: el 88% financia su actividad con préstamos de terceros y el 100% invirtió el crédito recibido en compra de mercaderías. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las Mypes encuestadas obtienen su crédito de las entidades no bancarias y con dicho crédito invirtieron en compra de mercaderías; aproximadamente un

tercio de las mismas, sí capacitan a su personal, y por último; la rentabilidad de algunas Mypes ha mejorado en los dos últimos años.

Gutiérrez (2013). En su investigación titulada: “El otorgamiento de los créditos del sistema financiero no bancario y su repercusión en la rentabilidad de las mypes del calzado otuzco 2011” La investigación tuvo como objetivo general, Identificar en qué medida los créditos del sistema financiero no bancario repercuten en la rentabilidad de las Mypes de calzado de Ouzco, periodo 2011. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 6 Mypes de una población de 14, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 100% de las Mypes han solicitado un crédito no bancario en el año 2011, para la fabricación de calzado en Otuzco. Así mismo el 50% de las Mypes, suelen financiarse con la Edpyme Edifycar S.A.

Altamirano (2013). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro calzado del distrito El Porvenir, Trujillo periodo 2011” tiene por objetivo describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector comercio en el rubro de venta de calzado del distrito de El Porvenir año 2012. Los resultados fueron respecto a los empresarios, el 100% de los encuestados tiene más de 3 años en la actividad empresarial. En cuanto al financiamiento el 90% obtuvo un monto superior a 15,000 nuevos soles y en las capacitaciones el 60% no recibió capacitación previa para la administración de su crédito.

2.1.3 Locales

Barranzuela (2013). En su investigación titulada: “caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en la ciudad de Piura, periodo 2011-2012” En el Perú las MYPES conforma el mayor sector empresarial, de las empresas que existen hoy en día en el país, el 98,4% son MYPES; el 42% de la producción Nacional, y el 88% del empleo privado del país. Pero estos antecedentes estarían implicando que las utilidades y/o productividad de las MYPES son bajos, será por la falta de financiamiento, por la falta de capacitación etc.

Ancajima (2013). Su investigación de la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro distribuidoras de ropa y calzado distrito de Chulucanas, periodo 2011” Determina las causas del por qué las Mypes no capacitan a sus trabajadores. Sea Formal el camino de la responsabilidad social es cumplir con las regulaciones legales y pagos de impuestos. En Resumen, incluir buenas prácticas sociales le abrirá mayores oportunidades comerciales y sociales a su negocio. Respecto al financiamiento: Se debe empezar a realizar estudios de conexión entre financiamiento y la rentabilidad empresarial. Así mismo, se deben hacer estudios especificativos para determinar las principales causas del reducido financiamiento que reciben las Mypes de Chulucanas.

Ramírez (2012). En su investigación de “Gestión de calidad y rentabilidad en las MYPES comerciales rubro calzados de la provincia de Sullana, año 2012 ” determina la incidencia de la gestión de calidad en la rentabilidad de las MYPES comerciales rubro calzados de la provincia de Sullana, año 2012 para lo cual se realizaron entrevistas y encuestas a las MYPES comerciales rubro calzados del centro comercial Diego Ferrer – Sullana, visitándose a las MYPES, de las cuales se obtuvo información como: conocimiento y como aplican las herramientas de gestión de calidad, que tan capacitados y motivados

están los clientes internos, la satisfacción de los clientes y el protagonismo de los entes comprometidos con la gestión y desarrollo de estas micro empresas.

2. 2 Bases Teóricas.

2.2.1.- Teorías del Financiamiento

El financiamiento viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. **(Gitman, 1996)**

Con la Teoría de Financiamiento de los autores como **Modigliani y Miller (1958)**, permitirá argumentar los valores de apalancamiento, amortización de pasivos a plazos, que se utilizarían para incrementar los niveles de capital en la empresa, y serían utilizados en diferentes 13 operaciones económicas, de índole operativa, financiera u otra, equilibrios entre los costos y las ventajas del endeudamiento que una empresa o sector económico puede poseer, con el fin de subir dicho nivel ala máximo posible.

Aguirre (1992). A toda táctica lucrativa corresponde una estrategia financiera, la cual se traduce en el empleo de formas de financiación precisa. En este caso se define a la financiación como: "La consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla"; o dicho de otro modo, la financiación consta en el logro de recursos o medios de pago, que se asigna a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Por ejemplo, existen empresas con una prioridad notable hacia el endeudamiento bancario, mientras otras optan por la autofinanciación o acuden a emisiones de acciones para poder conseguir recursos que financien su actividad. Previo a esto, los acoplamientos entre las distintas formas de

financiación son múltiples, incluso para aquellas organizaciones que tienen un acceso restringido a los mercados financieros, como es el caso de las MYPEs. En inicio existe variedad de criterios para su análisis. Se fundan distintos enfoques con el fin de encontrar respuestas a objetivos y destinatarios diferentes. Los enfoques que se exponen a continuación analizan la financiación desde el marco interno y externo, primeramente, y a partir del ámbito temporal en que las apreciaciones iniciales se hacen a partiendo del corto y largo plazo más adelante.

Según la teoría de Copeland, Weston y Shastri (2004), la estructura de capital abarca dos dimensiones: Fuente y duración. Al decidir la fuente de financiamiento se debe elegir entre capital propio – interno o externo- y deuda, que puede provenir de diversas fuentes.

Las fuentes internas o autofinanciamiento son los generados por el funcionamiento del negocio: Las amortizaciones y las utilidades retenidas. Entre las fuentes externas de capital propio se encuentran: Capital de riesgo, Aporte de los propietarios e incorporación de nuevos socios.

Las fuentes externas de deuda se pueden clasificar en tres grupos:

1. Instituciones financieras: No todas las deudas son completamente de terceros, como es el caso de préstamos que toman los dueños con garantía sobre sus bienes

Proposición II: Brealey y Myers (1993: 489), plantean personales. Los inversores externos e intermediarios dan mucha importancia a las condiciones financieras y reputación del propietario. **(Berger & Udell, 1998)**

2. Instituciones no financieras y Estado: según **Berger & Udell (1998)** señalan que si bien es relativamente más costoso, mantener cierto monto de crédito comercial puede ser óptimo desde el punto de vista de los costos de transacción, liquidez y administración de los fondos. En ciertos casos los proveedores pueden tener algunas ventajas sobre las instituciones financieras, como mejor información privada sobre la industria a la cual

pertenece la empresa y su proceso de producción. El crédito comercial también puede servir como stock de seguridad cuando ocurren shocks macroeconómicos que afectan negativamente la disponibilidad del crédito por parte de las instituciones financieras.

3. Individuos: Por ejemplo, prestamos de familiares de los propietarios.

Teoría de Modigliani y Miller M&M teoría sobre la estructura de capital

Indica que el costo del capital y el valor de la empresa son absolutamente independientes de la constitución de la estructura financiera de la empresa; por lo tanto, se confrontan a los tradicionales. M&M consideran y argumentan su teoría por medio de tres proposiciones.

Proposición I: Según **Brealey y Myers (1993: 484)**. Manifiesta que: El valor de la empresa se refleja mediante su balance a través de los activos existentes, no por proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa. Así mismo podemos deducir que el endeudamiento de la empresa no tiene secuela sobre los socios, por lo tanto, el endeudamiento y el costo de capital de la empresa son totalmente independientes de su estructura financiera. Sobre ella: “La rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece proporcionalmente al ratio de endeudamiento, expresada en valores de mercados”. Este incremento se da siempre que la deuda sea libre de riesgo. Pero, si el apalancamiento aumenta el riesgo de la deuda, los propietarios de ésta demandarán una mayor rentabilidad sobre la deuda. Lo anterior hace que la tasa de crecimiento de la rentabilidad esperada de las acciones disminuya.

Proposición III: Fernández (2003: 19), propone: “La tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada”. Esta proposición es una conclusión de las dos anteriores. Es decir, cualquier empresa que trate de maximizar la riqueza de sus accionistas habrá de realizar solamente

aquellas inversiones cuya tasa interna de rentabilidad sea al menos igual al costo de capital medio ponderado, independientemente del tipo de recurso utilizado en su financiación

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Definición del Financiamiento

La Gestión del Financiamiento es una de las funciones más importantes de la gerencia financiera, y es de vital importancia para la optimización de los recursos financieros disponibles y el crecimiento de una organización, a partir de un análisis profundo del comportamiento del mismo. (Gómez, 2007)

Aguirre (1992) define la financiación como: "la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla"; o dicho de otro modo, la financiación consiste en la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

2.3.2 El Financiamiento Empresarial según las fuentes de origen.

Algunos autores Aguirre y Amat analizan el financiamiento desde dos vertientes:

Financiación interna o autofinanciación: Proviene de la parte no repartida de los ingresos que toma forma de reservas y provisiones y de las amortizaciones. Puede hacerse una diferenciación dentro de esta fuente de financiamiento y dividirla en tres subgrupos fundamentales (Aguirre, 1992):

1. **Reservas:** "son una prolongación del capital permanente de la empresa, tienen objetivos genéricos e inclusive específicos frente a incertidumbre o ante riesgos posibles pero aún no conocidos, y se dotan con cargo a los beneficios del período." Las reservas aseguran la expansión "sobre todo cuando resulta de gran dificultad la financiación ajena para empresas pequeñas y medianas con escasas

posibilidades de acceso a los mercados de capital, o en otros casos en que el riesgo de la inversión es muy grande para confiarlo a la financiación ajena, generadora de un elevado coste."

2. **Previsiones**, que "son también una prolongación del capital, pero a título provisional, con objetivos concretos y que pueden requerir una materialización de los fondos. Se constituyen para hacer frente a riesgos determinados aún no conocidos o pérdidas eventuales y también se dotan con cargo al beneficio del período."

3. **Amortización**, que es "la constatación contable de la pérdida experimentada sobre el valor del activo de los inmovilizados que se deprecian con el tiempo." Las cuotas de depreciación pueden ser constantes o variables, bien crecientes o bien decrecientes. En general la autofinanciación se ajusta más a la realidad de las grandes empresas, por no estar los accionistas mayoritarios tan apremiados del total de dividendos.

Financiación Externa: proveniente del decurso de la actividad ordinaria de la empresa o del uso del financiamiento ajeno con coste explícito.

Oriol Amat (1998) centra su análisis en esta fuente subdividiéndola en cuatro subgrupos:

1. **Financiación automática o vía proveedores:** Financiación que aportan los proveedores y otros acreedores a la empresa como consecuencia de sus actividades ordinarias, donde se incluyen las cuentas por pagar con sus posibles descuentos.

2. **Financiación vía entidades de crédito**, es la aportada por entidades de crédito dentro de la cual se ubican:

Productos a corto plazo, incluye el descuento comercial en la empresa, pues es la entrega de los efectos a pagar (letras) por sus clientes al banco, donde el banco le anticipa el valor actual de los efectos entregados, descontándole una cantidad determinada en concepto de intereses y comisiones pactadas. Asimismo,

otro producto a corto plazo que conceden las entidades de crédito es la línea de crédito (importe al que puede llegar el saldo negativo de una cuenta bancaria).

Productos a largo plazo, son productos cuya duración exceden un año, por ejemplo, los préstamos. Los préstamos son deudas consolidadas, los cuales se pactan generalmente en periodos que oscilan desde uno hasta tres años (mediano plazo) y más de tres años (largo plazo), en general son otorgados para sufragar las compras de bienes de capital. **(Brealey, 1993)**

Otro producto a largo plazo definido por Amat (1998) es el *leasing*, definido como la operación financiera en que la empresa puede utilizar un inmovilizado a cambio de una cuota de alquiler.

3. Financiación vía mercados organizados, en el cual se ubican los pagarés de empresas (instrumento negociable dirigido de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador) y las obligaciones (títulos de renta fija que pagan un tipo de interés periódico con un plazo de vencimiento predeterminado. Son deudas de la empresa emisora para los inversores que las han adquirido) **(Amat, 1998)**.

4. Otras vías, en la se cual se reflejan pasivos estables mediante el aplazamiento en el pago de impuestos y seguridad social, que debe analizarse detalladamente antes de emplearse, ya pudiera dar a entender que la empresa tiene problemas financieros. Se muestran además los préstamos de los accionistas, que resultan positivos para reducir los costos endeudamiento. Se describe por último el capital-riesgo, donde "las sociedades de capital-riesgo participan como inversores institucionales interesados en invertir en proyectos, aportando capital. Es recomendado para

"proyectos innovadores o de alta tecnología, promovidos por empresas medianas con dificultad para obtener financiación.

2.3.3 El Financiamiento Empresarial en el ámbito temporal.

Existen fuentes de financiamiento a corto y largo plazo (**Weston & Gitman, 1986**).

- Fuentes de Financiamiento a corto plazo

Las fuentes de financiamiento a corto plazo ambos autores la definen como: cualquier pasivo originalmente programado para ser reembolsado dentro de un año y son divididas en cuatro grupos principales:

1. Sueldos e Impuestos Acumulados: Constituyen fuentes de financiación, pues sus pagos pueden realizarse semanal, quincenal, mensual o trimestralmente. Mostrando en su análisis que la empresa tiene un control muy pequeño sobre el nivel de estas cuentas.

2. Crédito Comercial entre Empresas: Constituye la categoría individual más grande dentro de las deudas a corto plazo. La naturaleza económica del producto, las circunstancias del vendedor, las circunstancias del comprador y la política descuento en efectivo, determinaran las condiciones o términos del crédito. Según la acogida o no al descuento por pronto pago, posee o no, un componente costoso.

3. Préstamo Bancario a Corto Plazo: Se obtiene muchas veces anteponiendo una garantía colateral mediante financiación de los saldos, con sus dos modalidades (cesión y factorización de cuentas por cobrar). También puede utilizarse como garantía el inventario, mediante financiación del inventario.

4. Papel Comercial: Documento no garantizado, emitido por empresas de alta reputación crediticia, por lo que sus receptores prefieren negociar este tipo de acuerdo con compañías cuyo capital contable sea elevado.

- Fuentes de Financiamiento a Largo Plazo

Los tipos de financiación a largo plazo expuestos por L. Gitman (1986) son: arrendamiento, deuda, acciones preferentes y comunes, valores convertibles y cupones de compra y utilidades retenidas y dividendos. Como el arrendamiento ha sido ya abordado anteriormente, el análisis se centra ahora, sobre la estructura de capital, la cual "se define como la composición del pasivo a largo plazo y capital que utiliza la empresa para financiar sus operaciones". Dicha estructura recae sobre dos principales tipos de capital:

1. **Capital por endeudamiento:** la deuda a largo plazo se define como la deuda que tiene un vencimiento más de un año. Existen diferentes tipos de pasivos a largo plazo, estos pueden ser con o sin garantía, prioritario o subordinado, y se puede conseguir de dos maneras: Uno es tomando prestado directamente el dinero y la otra es con la venta de bonos.

Préstamos a largo plazo se hacen muy a menudo para financiar necesidades fijas de capital de trabajo, para adquirir maquinaria y equipos o para liquidar otro préstamo y generalmente tienen vencimiento de 5 a 12 años.

3. **Capital por aportación:** Incluye las acciones preferentes, las acciones comunes y el superávit o utilidades retenidas.

2.3.8. Sector Comercio - Zapaterías

Uno de los motores del sector consumo es el comercio moderno y, dentro de este la industria de centros comerciales que, pese a la coyuntura de desaceleración, sigue escalando en facturación e inversión. "Cuando el comercio en 'malls' crece, esto se refleja en la dinámica de la economía". (Peñaranda, 2016)

El comercio presenta dos formas principales, al por mayor y al por menor. El comercio al por mayor se efectúa en las bolsas de mercancías, donde se comercia no a base de productos existentes sino a base de muestras. El comercio al por menor se realiza a través de un variado sistema o red de tiendas, almacenes, mercados, supermercados, etc.

Se dice que la industria del calzado y la marroquinería poseen una estructura compleja que abarca desde los grandes retailers hasta los comercializadores mayoristas y entre ellos se encuentra una infinidad de autónomos y microempresas, no debemos olvidar que dentro de la industria no solo existe como función principal la fabricación, sino que está acompañada por una gran variedad de actividades auxiliares que le proporcionan un alto valor añadido.

Importancia del Sector Comercio

El sector comercial se caracteriza por la ubicación de puntos estratégicos en donde se encuentra el comercio, dichas áreas albergan infinidad de establecimientos comerciales y de servicios.

La información que sustenta el aporte del comercio es significativa para medir el grado de importancia que este sector refleja el conjunto de la economía del país. Este sector es de vital importancia para las empresas ya que contribuye a que estas se modernicen y actualicen constantemente en todas sus áreas y a la vez que obtengan un crecimiento inagotable por medio de los productos y/o servicios que ofrecen.

Características de para una buena Zapatería

La creación de una lista de los materiales más necesarios para un negocio de zapatos ayuda a los empresarios a comenzar. Las necesidades pueden llegar a variar según el tipo de almacén de zapatos, pero una buena visión asegurará de que se cumplan los requisitos básicos de abastecimiento.

- **Un exterior atractivo:** El diseño del exterior, la señalización y el logotipo debe atraer al consumidor objetivo.

- **El diseño de la vidriera:** El diseño de la misma puede ser utilizado para transmitir la marca de la tienda, resaltar los nombres de los diseñadores o fabricantes, o avisar a potenciales consumidores acerca de precios especiales o promociones.
- **Exhibiciones dentro de la tienda:** es importante lo que se exhibe dentro de la tienda como diseños de vidriería atractivos resaltando los nuevos diseños con precios elevados para la vista del cliente en cada producto, o poniéndolos más cerca de la entrada a la tienda. En el área central debería estar ordenada y acomodada tanto por tamaño y con estilo, ideal.
- **Comodidad del cliente:** estas empresas requieren suministros para garantizar la comodidad del cliente. Esto incluye áreas de descanso para que el cliente mientras busca una posible compra de zapatos, así como también un espejo completo al nivel de los pies para ver la apariencia.
- **Buena iluminación:** la iluminación de las exhibiciones de las vidrieras como del interior es importante. Un buen diseño de iluminación también puede contribuir a crear un ambiente cálido y acogedor.
- **Productos al por menor:** se pueden aumentar las ventas ofreciendo al por menor, incluyendo calzadores, hormas, lazos, calcetines y medias de nylon. Surte tu tienda con artículos de venta necesarios para el cuidado de zapatos, incluyendo cremas de limpieza o cepillos para zapatos. Los clientes de lujo pueden buscar combinar el zapato con una cartera o maletín, lo que hace que el espejo de cuerpo entero sea útil. Los consumidores que tienen un evento especial, como una boda, puede que deseen vestir un atuendo especial en la tienda para elegir un zapato que combine.
- **Calidad del personal / servicio al consumidor:**

Los empleados que tienen un interés genuino tanto en el cliente como en el producto, ayudan a que el comprador se sienta seguro. Brindándole un buen calzado para el éxito del negocio. La habilidad para mejorar las ventas a un individuo o una familia también es importante.

- **La imagen de la marca:** Una fuerte marca es sumamente importante para el éxito del negocio de calzado.
- **Empaque:** La publicidad en las tiendas de zapatos exclusivos pueden ayudar a reforzar una imagen glamorosa través elegantes incluyendo bolsas de marca o papel con asas de satén, las empresas de calzado con un presupuesto limitado pueden llegar a funcionar con bolsas plásticas básicas. El papel de regalo debe estar disponible para los clientes que compran los zapatos como regalo.
- **Mantener un inventario:** Aprovecha llevando un control del stock que compras, dónde lo compras, cuándo lo compras, cuánto pagaste por ellos, por cuánto lo vendiste y cuánto vendiste. Se necesitará hacerlo para saber cuáles se están vendiendo con más frecuencia y dando beneficios, como también la que está atascada y costándote dinero. los códigos de antigüedad del inventario para entender tus niveles de inventario y cuándo realizar nuevos pedidos. Los productos que no se venden bien pueden ser reducidos del inventario o directamente eliminados del mismo.
- Tener el inventario al día ayudará a hacer grandes beneficios en tu negocio de calzado.

III. HIPOTESIS

La hipótesis se formula en investigaciones donde se trabajan relaciones-efecto que se van a verificar, específicamente en la confirmatoria y en la evaluativa.

(Hurtado, 2013)

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La investigación se utilizó el diseño No experimental, transeccional, descriptivo.

4.1.1 No experimental

Investigación que se realiza con variables voluntariamente, se basa principalmente en observaciones de fenómenos como se dan en su contexto, para analizarlos con posterioridad. Este tipo de investigación no existen condiciones los cuales se expongan los sujetos de estudio ya que son observados en su ambiente natural.

4.1.2 Transeccional

Los diseños de investigación transeccional o transversal cogen datos de un sólo momento en un tiempo ideal. Dado su propósito es describir variables, y analizar su hecho e interrelación en un momento dado.

4.1.3 Descriptivo

En la investigación, tiene como objetivo investigar los sucesos y los valores en que se manifiestan dichas variables y proporcionar su descripción.

4.2 Población y muestra:

4.2.1 Población:

En la Población considerada correspondió, a las empresas del sector de zapaterías de la ciudad de Piura.

4.2.2 Muestra

La muestra correspondió a 10 empresas del sector en estudio y con los mismos criterios de inclusión.

4.3 Técnicas e instrumentos

4.3.1 Técnica

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

4.3.2 Instrumento:

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la observación directa y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo compuesto por 65 preguntas de tipo cerrada, redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas con facilidad por los encuestados.

4.4 Plan de análisis

El análisis de datos es la efectuación de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio.

Una vez recopilados los datos por medio de los instrumentos diseñados para este fin, se procesaron y cuantificaron adecuadamente, para lo cual se hizo uso de la estadística descriptiva. Para la tabulación de los resultados se utilizaron los programas de Word y Excel.

4.5 Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Financiamiento	El financiamiento es un préstamo concedido a un cliente financieros para llevar a cabo una actividad	Tiene conocimiento de la Gestión Financiera	Nominal: Sí No
		Solicito crédito	Nominal Sí No
		Recibió crédito	Nominal: Sí No
		Monto del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
	Económica	Monto del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el monto
		Entidad a la que solicito crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el crédito	Cuantitativa: Especificar la tasa
		Crédito oportuno	Nominal: Sí No
		Crédito inoportuno	Nominal: Sí No
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Sí No Sí No

4.6 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
<p>Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio minorista, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio minorista, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017?</p>	<p>Determinar las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.</p>	<p>Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017</p> <p>Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017.</p> <p>Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del mercado modelo de la ciudad de Piura, en el año 2017</p>	<p>Financiamiento</p>	<p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No experimental -Transeccional - <p>Descriptivo</p> <p>Técnica</p> <p>Revisión bibliográfica y documental.</p> <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrevista -Observación directa -Cuestionario.

4.7 Principios Éticos

La investigación se ha considerado en forma precisa el acatamiento de los principios éticos permitiendo asegurar la originalidad de la investigación. También se han respetado los derechos de propiedad de libros de texto y de las fuentes consultadas,

Teniendo en cuenta que también la mayor parte de datos que se utilizaron son de carácter público y pueden ser reconocidos por diversos analistas sin mayores restricciones.

También se conserva las respuestas de manera intactas, y opiniones por parte de los trabajadores y funcionarios que han colaborado con el cuestionario para establecer la relación causa-efecto de las variables. Asimismo, se mantiene conveniente mantener la identidad de los comerciantes en reserva, con la finalidad de lograr objetividad en los resultados.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1

Determinar las características de los propietarios y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio.

Tabla 1 - Edad de los propietarios de las empresas de calzado

EDAD DE LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE CALZADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). De 20 a 30 años	2	20%
b). De 31 a 40 años	3	30%
c). De 41 a 50 años	4	40%
d). Mayores de 51 años	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 20% de los propietarios y/o representantes legales de los micros y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tienen entre 20 y 30 años, un 30% entre 31 y 40 años, un 40% entre 41 y 50 años, un 10% entre mayores de 51 años.

Tabla 2 - Sexo de los propietarios de las empresas de calzado

SEXO DE LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE CALZADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Masculino	6	60%
b). Femenino	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 son de sexo masculino y el 40% de sexo femenino.

Tabla 3 - Nivel de estudios de los propietarios de las empresas de calzado

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE CALZADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Primaria	2	20%
b). Secundaria	5	50%
c). Superiores	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 20% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 su nivel de estudios es primaria, un 50% nivel secundario, un 30% nivel superior.

5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio

Tabla 4 - ¿Pertenece a una asociación o agrupación comercial?

¿PERTENECE A UNA ASOCIACION O AGRUPACION COMERCIAL?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si pertenece	6	60%
b). No pertenece	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario de la encuesta aplicada

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 pertenecen a una asociación o agrupación comercial y el 40% no pertenecen a una asociación comercial. este rubro necesita de un mayor capital de trabajo es por eso que algunos escogen por asociarse y el otro grupo prefieren ser independientes.

Tabla 5 - ¿Se encuentra empresarialmente formalizado?

¿SE ENCUENTRA EMPRESARIALMENTE FORMALIZADO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	8	80%
b). NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 se encuentra formalizado y un 20% informal.

Tabla 6 – ¿A partir de su experiencia considera usted?

¿A PARTIR DE SU EXPERIENCIA CONSIDERA USTED QUE EL SISTEMA FINANCIERO AYUDA AL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS EMPRESAS DE CALZADO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	8	80%
b). No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 considera que el sistema financiero ayuda al desarrollo comercial, y el 20% dijo que no.

5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3

Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio

Tabla 7 - ¿Es habitual la conducta de tomar crédito en los propietarios de las empresas de calzado?

¿ES HABITUAL LA CONDUCTA DE TOMAR CREDITO EN LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE CALZADO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	8	80%
b).No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 necesito de un crédito, y el 20% no utilizo crédito. Da entender que para el crecimiento del negocio es habitual el crédito

Tabla 8 - ¿Ha tenido usted dificultades para operar su negocio por falta de capital de trabajo?

¿HA TENIDO USTED DIFICULTADES PARA OPERAR SU NEGOCIO POR FALTA DE CAPITAL DE TRABAJO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	4	40%
b). No	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tuvo dificultad de capital de trabajo, y 60% no.

Tabla 9 - Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa?

¿HA VERIFICADO SI REALMENTE EXISTE LA NECESIDAD DE SOLICITAR CREDITO PARA SU EMPRESA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	8	80%
b). No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 verifica que existe necesidad de un crédito, y el 20% no.

Tabla 10 - ¿Conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano?

¿CONOCE USTED LAS ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	6	60%
b). No	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tiene conocimiento que ofrece el sistema financiero, y el 40% desconoce.

Tabla 11 - ¿Actualmente cuenta con financiamiento para su negocio?

¿ACTUALMENTE CUENTA CON FINANCIAMIENTO PARA SU NEGOCIO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	6	60%
b). No	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 si cuenta con financiamiento, y el 40% no cuenta con financiamiento.

Tabla 12 - ¿Su financiamiento es interno? (Autofinanciamiento)

¿SU FINANCIAMIENTO ES INTERNO? (AUTOFINANCIAMIENTO)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si.	6	60%
b). No	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 30% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 su financiamiento es interno, y el 70% no cuenta con un financiamiento autofinanciamiento.

Tabla 13 - ¿Su financiamiento es externo? (de terceros)

¿SU FINANCIAMIENTO ES EXTERNO? (DE TERCEROS)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). De la banca comercial	4	40%
b). de cajas municipales	2	20%
c). Del sector informal (prestamistas – usureros)	2	20%
d) N.A	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 su financiamiento es de la banca comercial, un 20% de cajas municipales, un 20% del sector informal, y un 20% de financian de otra manera.

Tabla 14 - ¿Conoce usted la tasa de interés que pagara por el crédito?

¿CONOCE USTED LA TASA DE INTERES QUE PAGARA POR EL CREDITO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	8	80%
b). No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 conoce sobre la tasa de interés que pagara por el crédito, un 20% desconoce.

Tabla 15 - ¿considera aceptable la tasa de interés aplicada al crédito?

¿CONSIDERA ACEPTABLE LA TASA DE INTERES APLICADA AL CREDITO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	6	60%
b). No	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 si considera aceptable la tasa de interés aplicada al crédito y un 40% no ya que es un interés muy alto y como comerciante no le es aceptable.

Tabla 16 - ¿Cuenta con historial crediticio positivo?

¿CUENTA CON HISTORIAL CREDITICIO POSITIVO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	6	60%
b). No	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 cuenta con buen historial crediticio gracias a su puntualidad de pago, y un 40% no cuenta con historial crediticio por los atrasos de pagos.

Tabla 17 - ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?

¿SE ENCUENTRA REGISTRADO EN LAS CENTRALES DE RIESGO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Si	4	40%
b). No	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 si se encuentran registrados en las centrales de riesgos, y un 60% no.

Tabla 18 - ¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir el crédito?

¿HIZO USTED UN PLAN DE PAGO ANTES DE ADQUIRIR EL CREDITO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	7	70%
b). NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 70% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 hizo un plan de pago, y un 30% no.

Tabla 19 - ¿Cuenta con liquidez necesaria para afrontar el pago?

¿CUENTA CON LIQUIDEZ NECESARIA PARA AFRONTAR EL PAGO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	6	60%
b). NO	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 cuenta con liquidez necesaria para afrontar su pago, y un 40% no, por las bajas ventas que afrontan.

Tabla 20 - ¿Utilizo algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido?

¿UTILIZO ALGUN TIPO DE GARANTIA PARA RESPALDAR AL FINANCIAMIENTO OBTENIDO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	7	70%
b). NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 70% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 utilizo algún tipo de garantía para respaldar el financiamiento, y un 30% no utiliza garantía por ya haber tenido un historial crediticio.

Tabla 21 - ¿Encontró alguna limitación durante el proceso para conseguir el financiamiento?

¿ENCONTRO ALGUNA LIMITACION DURANTE EL PROCESO PARA CONSEGUIR EL FINANCIAMIENTO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	4	40%
b). NO	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tuvo limitaciones para el financiamiento, y un 60% no.

Tabla 22 - ¿Conoce usted las ventajas de pagar puntual?

¿CONOCE USTED LAS VENTAJAS DE PAGAR PUNTUAL?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	8	80%
b). NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 conoce de las ventajas de pagar puntual, y un 20% no.

Tabla 23 - ¿tienen planificado en que utilizar el crédito?

¿TIENE PLANIFICADO EN QUE UTILIZARA EL CREDITO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). Capital de trabajo	6	60%
b). Gastos operativos	1	10%
c). pago a proveedores	1	10%
d). Adquisición de activos fijos	1	10%
e). Ampliación y/o modernización del local	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tiene planificado utilizar su crédito en el capital de trabajo, un 10% en gastos operativos, un 10% en pago a proveedores, un 10% en adquisición de activos fijos, y un 10% en Ampliación y/o modernización del local.

Tabla 24 - ¿Considera que el crédito fue oportuno para el logro de su objetivo?

¿CONSIDERA QUE EL CREDITO FUE OPORTUNO PARA EL LOGRO DE SU OBJETIVO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	%
a). SI	80	80%
b). NO	20	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de la encuesta aplicada.

Interpretación

Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 considera que gracias al crédito logro su objetivo, y un 20% no lo considera debido a la mala inversión que tuvieron.

5.2 Análisis de los Resultados

5.2.1 Respecto al objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio.

TABLA 1: Según los resultados el 20% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura tienen entre 20 y 30 años, un 30% entre 31 y 40 años, un 40% entre 41 y 50 años, un 10% entre mayores de 51 años. Lo que quiere decir que el comerciante en su mayoría es a partir de los 41 y 51 años, visto a que a la edad de ellos están capacitados con una vasta experiencia y así como una edad formada para este tipo de negocio tanto físico, mental e intelectual.

TABLA 2: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura son de sexo masculino y el 40% de sexo femenino. Esto indica que el sexo femenino está tomando parte activa en lo que respecta al aspecto comercial.

TABLA 3: Según los resultados el 20% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura su nivel de estudios es primaria, un 50% nivel secundario, un 30% nivel superior. Esto indica que la mayor parte de comerciantes es de nivel secundario.

5.2.2 Respecto al objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio

TABLA 4: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura pertenecen a una asociación o agrupación comercial y el 40% no pertenecen a una asociación comercial. Este rubro necesita de un mayor capital de trabajo es por eso que algunos escogen por asociarse y el otro grupo prefieren ser independientes.

TABLA 5: Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura se encuentra formalizado y un 20% informal. Esto quiere decir que los comerciantes ya están optando más por la formalidad para no tener complicaciones en su negocio ya que los ampare los estatutos legales y vigentes.

TABLA 6: Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura considera que el sistema financiero ayuda al desarrollo comercial, y el 20% dijo que no. Esto indica que la mayoría de comerciantes sabe que el sistema financiero influye sobre el desarrollo y crecimiento de su comercio

5.2.3 Respecto al objetivo específico 3

Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio

TABLA 7: Según los resultados, el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura necesitan de un crédito, y el 20% no utiliza. Da entender que para el crecimiento del negocio es habitual un crédito.

TABLA 8: Según los resultados, el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura no tuvo dificultad de capital de trabajo, y 40% no.

TABLA 9: Según los resultados, el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura verifica que existe necesidad de un crédito, y el 20% no. Da entender que el comerciante necesita fondos para poder operar, comprar mercadería, para mejorar o proteger el flujo de caja, como también para financiar el crecimiento del negocio.

TABLA 10: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 tiene conocimiento que ofrece el sistema financiero, y el 40% desconoce.

TABLA 11: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura si cuenta con financiamiento, y el 40% no. Da entender que los comerciantes tienen muy en claro sobre el tema del financiamiento ya que es una herramienta muy importante pues en muchos de los casos este suele ser el motor de la misma.

TABLA 12: Según los resultados el 30% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura su financiamiento es interno, y el 70% no ya que tienen que contar con financiamiento de terceros.

TABLA 13: Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura su financiamiento es de la banca comercial, un 20% de cajas municipales, un 20% del sector informal, y un 20% de financian de otra manera. Esto quiere decir que los comerciantes optan más por financiamiento de terceros para hacer crecer rápido su negocio.

TABLA 14: Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura conoce sobre la tasa de interés que pagara por el crédito, un 20% desconoce.

TABLA 15: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura si considera aceptable la tasa de interés aplicada al crédito y un 40% no ya que es un interés muy alto y como comerciante no le es aceptable

TABLA 16: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura en el año 2017 cuenta con buen historial crediticio gracias a su puntualidad de pago, y un 40% no cuenta con historial crediticio por los atrasos de pagos.

TABLA 17: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura no se encuentran registrados en las centrales de riesgos, y un 40% si ya sea en infocorp.

TABLA 18: Según los resultados el 70% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura hizo un plan de pago, y un 30% nos da entender que la mayoría de comerciantes antes de su crédito bancario hizo su plan de pago.

TABLA 19: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura cuenta con liquidez necesaria para afrontar su pago, y un 40% no, por las bajas ventas que afrontan.

TABLA 20: S Según los resultados el 70% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura utilizó algún tipo de garantía para respaldar el financiamiento, y un 30% no utiliza garantía por ya haber tenido un historial crediticio

TABLA 21: Según los resultados el 40% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura tuvo limitaciones para el financiamiento, y un 60% no.

TABLA 22: Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura conocen de las ventajas de pagar puntual, y un 20% no. Da entender que los propietarios saben que Ser puntual en el pago de las cuotas de tu crédito permite obtener mejores condiciones para un siguiente préstamo. Por ejemplo, un buen historial crediticio podría significar una menor tasa de interés o un monto mayor o un plazo más acorde a la necesidad.

TABLA 23: Según los resultados el 60% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura tiene planificado utilizar su crédito en el capital de trabajo, un 10% en gastos

operativos, un 10% en pago a proveedores, un 10% en adquisición de activos fijos, y un 10% en Ampliación y/o modernización del local.

TABLA 24: Según los resultados el 80% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura considera que gracias al crédito logro su objetivo, y un 20% no lo considera debido a la mala inversión que tuvieron.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Respecto al objetivo específico 1

1. Se concluye que la edad de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura tiene en mayor porcentaje a partir de los 41 y 51 años con un 40%, visto a que a la edad de ellos están capacitados con una vasta experiencia, así como también se llegó a la conclusión que el 60% de los propietarios del negocio son de sexo masculino.

2. Se concluyó que en la mayoría de los y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura, el 50% nivel secundario se dedica al rubro comercio ya que mayormente al no optar por seguir una carrera superior deciden emprender un negocio o formar una micro empresa.

6.2 Respecto al Objetivo específico 2

1. Se concluye que el 60% de las empresas del ámbito de estudio pertenece a una asociación o agrupación comercial ya que este rubro necesita de un mayor capital de trabajo para poder hacer crecer más rápido su negocio, así como el 80% de las empresas del ámbito de estudio se encuentra formalizados, ya que tienen conocimiento acerca del tema de la formalidad para no tener complicaciones en su negocio ya que los ampara los estatutos legales y vigentes.

2. Se concluyó que el 80% de las empresas del ámbito de estudio considera que el sistema financiero ayuda al desarrollo comercial, esto quiere decir que saben que el sistema financiero influye sobre el desarrollo y crecimiento de su negocio.

6.3 Respecto al Objetivo específico 3

1. Se concluye que, el 80% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio necesitó de un crédito, Acudiendo a las entidades financieras como CAJA SULLANA con un préstamo de S/ 50,000 soles con una tasa de interés de 4.65% periodo de 765 días. Dicho crédito fue destinado para la compra de mercadería, licencia, publicidad y gastos de operación, obteniendo muy buenos resultados en el surgimiento de su negocio. Se puede decir que los empresarios por el hecho de ser formales no tienen problemas para acceder al sistema financiero.

2. El 60% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio no tuvo dificultad de capital de trabajo ya que recurrieron a los créditos financieros.

3. Se concluye que el 80% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio verifica que existe necesidad de un crédito, es decir el comerciante necesita fondos para poder operar, y como también para financiar el crecimiento del negocio.

4. Se concluyó que el 70% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio hizo un plan de pago antes de sacar un crédito bancario. Gracias a ello el 60% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio comercializadoras de calzado del mercado modelo de Piura cuenta con liquidez necesaria para afrontar su pago.

5. Se concluyó que el 80% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio conocen de las ventajas de pagar puntual, ya que saben que permite obtener mejores condiciones para un siguiente préstamo y así pueda ser un cliente de bajo riesgo para los bancos.

6. Según los resultados el 80% del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio consideran que gracias al crédito lograron su objetivo de poder invertir en su negocio y así seguir adelante.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

1. Se recomienda al comerciante continuar apoyándose en entidades financieras que además de brindarles el financiamiento, les pueden brindar también asesoría financiera crediticia y comercial es decir asesoramiento por parte de grandes profesionales que forman parte de estas instituciones. Con la finalidad de lograr un crecimiento adecuado para su negocio.
2. Por otro lado se recomienda implementar políticas de estrategias ya sea como marketing, publicidad para así poder promocionar su mercadería y generar mayores ingresos para su negocio.
3. También se recomienda que el comerciante realice un planeamiento de inversión que va realizar, para así determinar cuánto dinero necesita financiar y así mismo saber con los recursos que cuenta la empresa para respaldar el crédito. Realizar un flujo de caja proyectado para ver si la empresa tendrá liquidez para poder afrontar su préstamo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrés (2010). *“Proyecto de inversión para la creación de una fábrica de calzado femenino de cuero en la ciudad de Guayaquil”*

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13805/3/D-43318.pdf>

Andina (2012). *“Las Microempresas pueden obtener rentabilidad de hasta 400% en Perú”.*

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-microempresas-pueden-obtenerrentabilidad-hasta-400-peru-410722.aspx>

Ancajima (2013). *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro distribuidoras de ropa y calzado distrito de Chulucanas, periodo 2011”.*

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034688>

Altamirano (2013). *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro calzado del distrito El Porvenir, Trujillo periodo 2011”*

<https://www.peru-retail.com/especial/caracteristicas-para-el-exito-de-una-buena-zapateria/>

Barranzuela (2013). *“caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en la ciudad de piura, periodo 2011-2012”*

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034577>

Cubillo, E. (2014). *“Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil”.*

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20\(3\).pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20(3).pdf).

Charito, M. (2016). *“Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las pymes de calzado del sector gran Chimú del distrito El Porvenir - periodo 2016.”*

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12503/Moreno%20Castro%20Charito%20Victoria%20-%20parcial.pdf?sequence=1>

Gladys (2016) *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías en el Perú”*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/926/FINANCIAMIENTO_ZAPATERIA_MYPES_DIAZ_TUANAMA_GLADYS_FATIMA.pdf?sequence=4

Gómez (2007). *“El financiamiento empresarial y algunas consideraciones”*.

<https://www.monografias.com/trabajos46/financiamiento/financiamiento2.shtml>

Herrera (2015). *“Pymes del calzado se beneficiarán con financiamientos”*.

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5984>

Mary (2016). *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú”*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1425/FINANCIAMIENTO_MYPE_MORENO_RODRIGUEZ_MARY_DINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ortecho (2013). *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro calzado del distrito El Porvenir, Trujillo periodo 2011”*.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000028217>

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20\(3\).pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20(3).pdf).

Charito, M. (2016). *“Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las pymes de calzado del sector gran Chimú del distrito El Porvenir - periodo 2016.”*

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12503/Moreno%20Castro%20Charito%20Victoria%20-%20parcial.pdf?sequence=1>

Gladys (2016) *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías en el Perú”*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/926/FINANCIAMIENTO_ZAPATERIA_MYPES_DIAZ_TUANAMA_GLADYS_FATIMA.pdf?sequence=4

Gómez (2007). *“El financiamiento empresarial y algunas consideraciones”*.

<https://www.monografias.com/trabajos46/financiamiento/financiamiento2.shtml>

Herrera (2015). *“Pymes del calzado se beneficiarán con financiamientos”*.

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5984>

Mary (2016). *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú”*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1425/FINANCIAMIENTO_MYPE_MORENO_RODRIGUEZ_MARY_DINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ortecho (2013). *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro calzado del distrito El Porvenir, Trujillo periodo 2011”*.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000028217>

Pastor (2013). *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro compra y venta de calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010 – 2011”*.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027795>

Pinedo (2011). *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería, provincia de coronel Portillo, período 2009 – 2010”*.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025211>

Ramírez (2012). *“Gestión de calidad y rentabilidad en las MYPES comerciales rubro calzados de la provincia de Sullana, año 2012”*

[:http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038398](http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038398)

Saavedra (2014). *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro Joyerías del distrito de Catacaos, Piura – periodo 2012”*.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/970/FINANCIAMIENTO>

[_CAPACITACION RENTABILIDAD SAAVEDRA YARLEQUE JENIFFER MELISA.p](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/970/FINANCIAMIENTO)

[df?sequence=4](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/970/FINANCIAMIENTO)

Anexos

Anexo 1

Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

Señor empresario:

Reciba Usted mi cordial saludo: Agradeceré su participación respondiendo a las preguntas del presente cuestionario, el cual permitirá realizar mi Proyecto de investigación titulado: **CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ZAPATERÍAS DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE PIURA, EN EL AÑO 2017.**

Encuestador:

Fecha:

Instrucciones: Sírvase a marcar con una "X" la opción que usted considere correcta.

SI NO

1 Edad

- a) De 20 – 30 años
- b) De 31 a 45 años
- c) De 46 a 50 años
- d) Mayor a 51 años

2 Sexo

a) Masculino

b) Femenino

3 Nivel de estudios de los propietarios

a) Primaria

b) Secundaria

c) Superior universitaria

4 Pertenece a una asociación o agrupación comercial

5 Se encuentra empresarialmente formalizado

6 A partir de su experiencia considera usted que el sistema financiero

7 como ayuda al desarrollo comercial de las empresas de calzado.

8 Es habitual la conducta de tomar crédito en las propietarias de las

9 empresas de calzado

10
11 ¿Ha tenido usted dificultades para operar su negocio por falta de capital
12 de trabajo?

13 ¿Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para
14 su empresa?

15 ¿conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema
16 financiero peruano

17 ¿Actualmente cuenta con financiamiento para su negocio?

18 ¿Su financiamiento es interno? (autofinanciamiento)

19 ¿Su financiamiento es externo? (de terceros)

a) Banca comercial

b) Cajas municipales

c) Prestamistas - Usureros

e) N. A

20 ¿Conoce usted la tasa de interés que pagara por el crédito?

Considera aceptable la tasa de interés aplicada al crédito

21 . ¿Cuenta con historial crediticio positivo?

22 ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?

¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir el crédito?

23 ¿Cuenta con liquidez necesaria para afrontar el pago?

24 Utilizo algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido

¿Encontró alguna limitación durante el proceso para conseguir el

financiamiento?

¿Conoce usted las ventajas de pagar puntual?

Tiene planificado en que utilizara el crédito

Considera que el crédito fue oportuno para el logro de su objetivo

Gracias por su apoyo en la investigación

Anexo 2

CRONOGRAMA GANTT

I.- ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses / 2018				
	AGOST	SEP	OCT	NOV	DIC
Recolección de información	X	X			
Trabajo de campo	X	X			
Elaboración del informe de Tesis		X	X	X	
Presentación del Informe de Tesis					X

II.- PRESUPUESTO

BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	30
TOTAL S/.			30

SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	60	Horas	32	60
Movilidad	20	Pasajes	2	50
Fotocopias	30	Unidad	10	3
Impresiones	30	Unidad	30	5
TOTAL, S/.				118

III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

RUBRO	IMPORTE
Bienes	35
Servicios	118
TOTAL S/.	153

IV. FINANCIAMIENTO

Proyecto de investigación totalmente autofinanciado por el alumno investigador.