



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIO - RUBRO FERRETERÍA DEL CENTRO
COMERCIAL NICOLINI (Pasajes 1-10) DISTRITO DE
CERCADO DE LIMA, PROVINCIA Y
DEPARTAMENTO DE LIMA, AÑO 2015**

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

AUTORA:

SANTANA ARRIETA YARITZA GUILL JAKLIN

ASESOR:

Lic. WILLY GASTELLO MATHEWS

LIMA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. José Orestes Vite Ibarra

Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero de Murillo

Secretario

Mgtr. Víctor Hugo Espinoza Otoyá

Miembro

DEDICATORIA:

Dedico esta tesis a Dios,
por brindarme el apoyo
espiritual y las ganas de
seguir avanzando.

A mi madre, por el gran
apoyo moral y por estar
siempre a mi lado
alentándome.

A mis compañeras que
siempre me alentaron
para perseverar en mis
metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios sobre
todas las cosas por
brindarme salud, para
poder seguir
esforzándome cada día.

Agradezco a mi madre
por ser mi aliento cada
día y ayudarme a
conseguir mis objetivos.

RESUMEN

Esta investigación, tuvo como objetivo general determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio - rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini (Pasajes1-10), distrito de Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015. La investigación fue descriptiva – no experimental, se tomó como muestra a toda la población de 20 ferreterías de artículos de telecomunicaciones y eléctricos, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, haciendo uso de encuestas, obteniéndose los siguientes resultados: Perfil de los empresarios: 80% tiene más de 31 años de edad y escasado, 40% son mujeres y 60% son hombres, el 45% tiene educación secundaria y el 55% es técnico o universitario y el 100% es dueño de la MYPE. Sobre las características de las MYPE, el 70% tiene entre 1 a 5 años en el mercado, 85% tienen entre 1 a 3 trabajadores, 95% está formalizada ante SUNAT, 100% tiene licencia de funcionamiento, 70% es persona jurídica y el 90% está en el RER. Sobre el financiamiento, el 100% ha solicitado crédito, 60% lo solicitó al Banco y 40% de EDPYMES, 100% fue para comprar de mercadería, el 95% fue más de S/. 5000 y se pagó en 12 meses. Sobre la rentabilidad, el 100% ha mejorado su rentabilidad y elevado sus ventas después del financiamiento y 100% considera su empresa rentable. De todo ello se concluye que las MYPES del área en estudio han recibido financiamiento y es rentable.

Palabras claves: Financiamiento, Rentabilidad, MYPES.

ABSTRACT

This research had as general objective to determine the main characteristics of the financing and profitability of MYPES in the commercial sector - hardware store category Nicolini Mall (Passages 1-10), Cercado de Lima district, province and department of Lima, 2015. The research was descriptive - experimental no, it was taken as a sample to the entire population of 20 hardware stores items as telecommunications and power, who were applied a questionnaire of 18 closed questions, using surveys, with the following results: Profile of business: 80% has more than 31 years old and married, 40% are women and 60% men, 45% have secondary education and 55% technical or university is and 100% owns the MYPES. On the characteristics of MYPES, 70% are between one to five years on the market, 85% are between one to three workers, 95% are formalized before SUNAT, 100% has operating license, 70% is legal entity and the 90% is in the RER. On finance, 100% have applied for credit, 60% requested by the Bank and 40% EDPYMES, 1005 was to buy merchandise, 95% was more than S /. 5000y paid in 12 months. On profitability, 100% improved profitability and higher sales after financing and 100% consider its profitable company. From this it concludes that the MYPES of the study area has received funding and is profitable.

Keywords: Funding, Profitability, MYPES.

CONTENIDO	Pág.
Título de la tesis	i
Hoja de firma del jurado y asesor	ii
Hoja de agradecimiento	iii
Hoja de dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de gráficos, tablas y cuadros.	ix
I.Introducción	1
II.Revisión de Literatura	4
2.1.Antecedentes	4
2.2.Bases teóricas	11
2.2.1. Aspectos generales de las MYPES	11
2.2.1.1. Definición de MYPES	12
2.2.1.2. Clasificación de la MYPES	12
a). Clasificación según su nivel de ventas	13
b). Clasificación según propiedad del capital	13
c). Clasificación según sector de actividad	14
d). Clasificación según tipo de persona	15
2.2.2. Emprendimiento en el Perú	17
2.2.2.1. Características del Emprendedor	19
2.2.3. Teoría del Financiamiento	23

2.2.3.1. Definición del Financiamiento	23
2.2.3.2. Fuentes del Financiamiento de las MYPES	24
1. Fuentes Internas	25
a). Aportaciones de los socios	25
b). Utilidades reinvertidas	25
c). Depreciaciones y amortizaciones	25
d). Venta de activos (desinversiones)	26
2. Fuentes Externas	26
a). Proveedores	26
b). Créditos bancarios	26
c). COFIDE	26
d). CMAC	27
e). EDYPEMES	29
f). Prestamistas	30
2.2.4. Teoría de la Rentabilidad	31
2.2.4.1. Niveles de Rentabilidad	31
2.2.4.2. Indicadores de Rentabilidad	33
2.3. Marco Conceptual	38
III. Metodología	40
3.1. Diseño de investigación	40
3.2. Población y muestra	40
3.3. Definición y Operacionalización	41
3.4. Técnicas e Instrumentos	43
3.5. Plan de análisis	43

3.6. Matriz de consistencia	44
3.7. Principios éticos	45
IV. Resultados	46
4.1. Resultados	46
4.2. Análisis de resultados	52
V. Conclusiones	59
Referencias bibliográficas	61
Anexos	65
Anexo 1. Matriz de actividades	65
Anexo 2. Presupuesto	66
Anexo 3. Encuesta	67
Anexo 4. Lista de Empresas encuestadas	70
Anexo 5. Figuras	72

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pag.
Tabla 1. Operacionalización de las Variables	40
Tabla 2. Matriz de consistencia	44
Tabla 3. Perfil de los empresarios de las MYPES	46
Tabla 4. Características de las MYPES del área de estudio	47
Tabla 5. Características del financiamiento de las MYPES del área de estudio	48
Tabla 6. Características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio	51
Figura 1. Edad de los Empresarios	72
Figura 2. Estado civil de los empresarios	72
Figura 3. Genero de los empresarios	73
Figura 4. Grado de instrucción de los empresarios	73
Figura 5. Cargo de los encuestados	74
Figura 6. Tiempo de permanencia en el mercado	74
Figura 7. Número de trabajadores según MYPES	75
Figura 8. Nivel de formalización	76
Figura 9. Tipo de régimen tributario	76
Figura 10. Solicito algunos préstamos para su empresa	76
Figura 11. Tipo de financiamiento	77
Figura 12. Destino de préstamo	77
Figura 13. Monto del préstamo	78
Figura 14. Periodo del préstamo	78
Figura 15. Inconvenientes al momento de solicitar el préstamo	79
Figura 16. Mejoramiento de las ventas después del financiamiento	79

Figura 17. Mejoraron su rentabilidad después del financiamiento	80
Figura 18. MYPES que perciben que han obtenido rentabilidad de Su inversión.	80
Figura 19. Consideran su empresa rentable	81

I. INTRODUCCIÓN

Sobre las micro y pequeñas empresas se ha escrito demasiado y las estadísticas demuestran que estas unidades empresariales son los responsables de importantes cifras a nivel de empleo, PBI y cantidad de empresas. Es así que, según Tello, “Las microempresas no sólo son éxitos en los países industrializados sino también en economías de transición, como es el caso de Taiwán, donde menos de 26 millones de habitantes tienen más de 701 000 establecimientos empresariales, casi todos (98 %) considerados pequeñas y medianas empresas” (Tello, 2014). Es así, que en el mundo las MYPES, según lo mencionado por Panorama Cajamarquino (2009), “...existen alrededor de 500 millones de microempresarios...”, el mismo autor manifiesta que “...en Francia son el 98.8%, en Finlandia el 98.3%, en Suecia el 98.9%. En relación al empleo: en Francia son el 45.5%, en Finlandia el 40.9%, en Suecia el 47.0%, por último, en relación a su aporte al PBI: Francia aporta el 40.8%, Finlandia el 30.7%, Suecia el 38.4%...”

En América Latina, también existe un panorama similar, se tiene que en Colombia son el 95.9%, en Perú el 98% y en Bolivia el 99.5%; en el empleo: en Colombia es el 66.4%, en Perú el 77% y en Bolivia el 80.5% (Panorama Cajamarquino, 2009).

En el Perú, existen 1,713,272 unidades empresariales, y las micro y pequeñas empresas representan según el INEI al 99.6% de todas ellas. Sin embargo, las grandes empresas concentran el 79.3% de las ventas externas e internas (INEI, 2013).

La presente investigación se ha realizado en el Centro Comercial Nicolini, donde existen más de “...2500 establecimientos de venta de productos ferreteros, que facturan alrededor de S/. 300,000 soles mensuales...” (Costos, s.f.). Es así, que de acuerdo a todo lo mencionado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las características del financiamiento y la rentabilidad de las

MYPES del sector comercio – rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini, distrito de Cercado de Lima, (Pasajes 1-10)provincia y departamento de Lima, año 2015?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio - rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini (pasajes 1-10), distrito de Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.
- Describir las principales características de las MYPES del área de estudio.
- Describir las principales características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.
- Describir las principales características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio.

Finalmente, el presente estudio se justifica, porque permitirá conocer las principales características del emprendedor de la MYPE, así también las características de las MYPES en estudio, además de las características del financiamiento y la rentabilidad de la micro y pequeñas empresas del sector Comercio rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini (pasajes 1-10), en el distrito de Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015. Del mismo modo, nos permitirá conocer de una manera más precisa de cómo los empresarios de las MYPES en estudio obtienen financiamiento, así mismo definir si dichas empresas son rentables; para que empresarios que desean invertir, tengan una noción del negocio en estudio y

finalmente, este estudio servirá de base para futuras investigaciones y otros estudios de las MYPES.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

A continuación se presentan los antecedentes de este estudio y se tendrán en cuenta las variables y el rubro de ferreterías.

En las tesis de Reyes, Riquelme, Sotelo y Yáñez (2009), denominada “Alternativas de financiamiento para las PYMES en la ciudad de Chillan”, cuyo objetivo fue determinar las necesidades de financiamiento de las PYMES, las alternativas de financiamiento que ofrece el mercado y las alternativas reales utilizadas por estas empresas. Se hizo una encuesta a 20 PYMES y se llegó a los siguientes resultados: La mayor parte de las PYMES utiliza como fuente de financiamiento los créditos CORFO (una figura similar a COFIDE en Perú) y créditos con prenda hipotecaria, pero también un alto porcentaje utiliza crédito de consumo y el factoring, otras MYPES también han utilizado el crédito bancario y los ahorros personales. La mayoría de las PYMES ha tenido dificultades de diferente índole a la hora de solicitar el crédito.

En cuanto a investigaciones de orden nacional, se tiene la investigación de Huamán (2014), denominada: “El financiamiento y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz, 2012”, cuyo objetivo fue determinar si el financiamiento incide en la rentabilidad de las MYPES en el sector comercio rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz en el año 2012. El Tipo de investigación fue cuantitativa –descriptivo y se llegó a los siguientes resultados: Sobre los empresarios: el 40% tenían entre 20- 29 años de edad, a diferencia del 13% que tenían entre 50 años a más, seguido por 27% que tenían entre 30-39 años de edad

y el 20% contaban entre 40-49 años de edad, el 67% son masculinos, al contrario sólo el 33% son femenino, el 47% afirmaron tener nivel tecnológico, al contrario del 7% indicaron tener educación primaria; seguido del 20% que informaron tener nivel universitario y por el 27% indicaron tener educación secundaria. Sobre el financiamiento: el 40% obtuvo financiamiento de terceros y el 60% lo obtuvo de recursos propios, el 33% afirmo tener financiamiento de los amigos y los parientes, al contrario el 7% obtuvieron financiamiento de las empresas de capital de inversión, por otro lado el 33% fueron de bancos y el 27% por los ahorros personales. Sobre la rentabilidad: en cuanto a las mejoras posteriores al financiamiento, se tiene que el 27% afirmaron aumento de ventas; al contrario 7% son eliminación de actividades sin valor; seguido por 20% que es por mejora de ventas y clientes; el 13% reducción de costos de los recursos; también 13% todas las anteriores y el 20% mejora del proceso.

Ramírez (2014), denominada “El financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la provincia de Piura, 2014”, tuvo como objetivo general conocer las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio - rubro ferreterías en la Provincia de Piura, 2014. La metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – descriptiva. La autora llega a los siguientes resultados: Sobre los propietarios de las MYPES: el 70% de la edad del representante legal del sector en estudio fluctúa entre 45 a 64 años y el 30% de 30-44 años, el 100% de los empresarios son hombres, el grado de instrucción de los representantes legales del sector de estudio tienen secundaria completa y superior universitaria completa que representan el 40% ambos, ante un 20% de superior universitaria

incompleta, el estado civil de los representantes legales del sector de estudio está casado y representan el 80% ambos, ante un 20% se encuentra en estado de convivencia. Sobre las características de las MYPES: la investigación informó que se encuentran de 1- 3 años un 30%, y de 5-10 años un 70% en el sector ferretero de las MYPE, el 100% de las MYPES son formales, el 80% cuentan con 1- 4 trabajadores el 20% con 5-10 trabajadores, el 100% formó la MYPE se formó para obtener ganancias. Sobre el financiamiento: el 100% obtiene financiamiento de alguna entidad financiera, el 60% capital de trabajo, el 20% mejoramiento y/o ampliación del local, el 20% activos fijos. Sobre la capacitación de las MYPES: el 100% la MYPE si recibió capacitación al otorgamiento de un crédito, 100% de la MYPE participó en cursos de Técnica de venta, el 100% considera la capacitación como inversión, el 40% se capacitaron en Gestión empresarial, el 50% Prestación de mejor servicio al cliente y el 10% Manejo eficiente del crédito. Sobre la rentabilidad: el 80% dijo que Sí mejoro su rentabilidad y el 20% dijo que no, el 100% dijo que la capacitación sí mejoro su rentabilidad, el 90% dijo que Sí mejoro su rentabilidad y el 10% No mejoró la rentabilidad en los dos últimos años.

Coello (2013). Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración denominada: "Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de nuevo Chimbote, año 2011". Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. El presente trabajo de investigación ha tenido por objetivo determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPES comercializadoras en el rubro ferretero del distrito de Nuevo Chimbote, durante el año 2011; La investigación fue de tipo no experimental-transversal-descriptivo, de una población de 11 MYPES se

tomó una muestra del 100% de la población registradas en la Sunarp Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados fueron: De las 11 MYPES encuestadas se establece que el 55 % de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 35 y 44 años. El 91% de las MYPES de este sector comercial son formales, ya que están debidamente registradas en SUNARP y con sus documentos en regla. Del 100%, el 55 % de las MYPES cuentan con personal permanente y el 45% tiene su personal eventual. El 82% conoce el término de Competitividad y el 18% no conoce. Del 100% de MYPES, el 82% afirma que su empresa es competitiva y el 18% no lo es. De los Empresarios encuestados se puede observar que el 46% de las empresas es Competitiva en Precios, el 36% en lo que es Calidad y el 18% en la atención al Cliente. Del 100% de MYPES, el 82% no ejecuto investigaciones respecto a cómo tener mayor participación en el mercado; el 18%, si ejecutó este tipo de investigación. El 91% de los encuestados manifestó que la rentabilidad de su empresa mejoro en el año 2011, solo el 9% dijo no haber obtenido ganancias, llegando a las siguientes conclusiones: El 82% de empresas Utiliza Registros Contables; el 18% aun no regulariza el uso de libros Contables.

Villavicencio (2014), en su tesis: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”. Trabajo para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ancash, Perú. La investigación tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue cuantitativa – descriptiva; para el

recojo de la información se escogió en forma dirigida a una muestra de 59 MYPES de una población de 234 MYPES, a quienes se le aplico un cuestionario de 27 preguntas abiertas y cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Sobre el perfil del encuetado, se tiene que el 58% tienen 31 añosa más, el 31% tiene entre 26 a 30 años y el 12% entre 21 a 25 años de edad. El 63% son de sexo masculino y el 27% de sexo femenino; el 39% estudiaron en institutos, el 31% tienen estudios secundarios completos, el 24% tienen estudios superiores universitarios y el 6% tienen estudios primarios completos. Sobre las características de las MYPES, se tiene que el 42% tiene entre 1 a 5 años de funcionamiento, el 34% tiene entre 6 a 10 años, y el 24% tiene de 11 años a más. El 69% son MYPES formales, y el 31% son informales. El 78% tienen un financiamiento ajeno, y el 22% tiene un financiamiento propio. El 80% nos dice que sus créditos solicitados si fueron atendidos, y el 20% nos indica que sus créditos solicitados no fueron atendidos. Del 100% de los encuestados, el 46% ha invertido su préstamo financiero en la compra de activos, el 25% ha pagado sus deudas, el 19% ha mejorado su infraestructura, y el 10% ha invertido en otras actividades. Del 100% de los encuestados, el 88% considera que el crédito financiero mejora la rentabilidad de las MYPES, y el 12% considera que no es así. El 95% considera que la capacitación es importante para las MYPES, y el 5% considera que no es importante. El 71% se ha capacitado durante el año 2013, y el 29% no se ha capacitado. Del 100% de los encuestados, el 56% se ha capacitado de 3 a 6 veces durante el año 2013, el 37% se ha capacitado de 1 a 3 veces, y el 7% se ha capacitado de 6 veces a más. El 78% considera a la capacitación como una inversión, y el 22% considera a la capacitación como un gasto. El 64% si ha capacitado al personal

durante el año 2013, y el 36% no ha brindado ningún tipo de capacitación al personal. Del 100% de los encuestados, el 75% considera que el financiamiento mejora la rentabilidad de las MYPES, y el 25% considera que no mejora la rentabilidad. Del 100% de los encuestados, el 80% cree que la capacitación mejora la rentabilidad de las MYPES, y el 20% no cree que la capacitación mejore la rentabilidad.

Lezama (2010), en su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro servicios ferretería del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2008-2009”. Trabajo presentado para optar el Grado Académico de contador público de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. En este trabajo, el autor describe las principales características del financiamiento, la capacitación de las MYPES del sector comercio - rubro servicios ferretería del distrito de Nuevo Chimbote, teniendo como conclusiones: Respecto a los empresarios. El promedio de edad de los representantes legales de las MYPES encuestadas fue de 36 años. El 62.5% de los representantes legales encuestados es del sexo femenino. El 87.5% de los microempresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria. Respecto al financiamiento. En el período de estudio (2008-2009) el 100% de las MYPES encuestadas recibieron créditos financieros; sin embargo, en el año 2008, el 87.5% de las MYPES encuestadas recibieron montos de créditos que fluctuaron entre 2000 y 5000 soles; en cambio, en el año 2009, el 87.5% recibieron créditos cuyos montos fluctuaron entre 500 y 1999 soles. En el año 2009 respecto al año 2008 hubo un crecimiento significativo en los montos de 500 a 1999 soles, ya que en el año 2009 el 87.5% recibieron créditos en dichos montos; en cambio, en el año 2008, sólo el 12.5% recibieron créditos en

dichos montos. Sin embargo, en el año 2009 respecto al año 2008 hubo un crecimiento significativo en los montos de 2000 a 5000 soles, ya que en el año 2009 sólo el 12.5% recibieron créditos en dichos montos. El 50% de las MYPES encuestadas recibieron crédito del sistema bancario; siendo la distribución la siguiente: el 7.5% recibió créditos del Banco Azteca y el 12.5% del Banco de Crédito. También el 50% de las MYPES encuestadas recibieron crédito del sistema no bancario; siendo la distribución la siguiente: el 25% de la Caja Municipal del Santa y el 25% de Credi Chavín. Respecto a la capacitación. El 100% de los gerentes y/o administradores de las MYPES en estudio, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos. El 37.5% de los microempresarios encuestados no han recibido ningún tipo de capacitación en los dos últimos años.

Según Dioses (2015), en su tesis denominada “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, período 2013-2014”, cuyo objetivo fue identificar la importancia del financiamiento y su utilización en las MYPES en el Perú, 2014, esta investigación fue descriptiva y para llevarla a cabo se tuvo en cuenta una muestra de 20 MYPES, llegando a los siguientes resultados: Sobre las características de las MYPES. El 60 % de las MYPES tienen una antigüedad de 4 a 5 años y el 25% de 2 a 3 años de antigüedad, el 80% del capital es individual y un 15% es aportaciones en sociedad, el 85% de trabajadores laboran con contrato y un 15% sin contrato. Sobre los representantes de la MYPE. El 95% son propietarios del negocio y el 5% son los gerentes generales, el 60% de los propietarios tiene grado de instrucción técnica, el 30% tiene superior universitaria y el 10% tiene estudios secundarios. Respecto al financiamiento de las MYPES. El 75% de los encuestados ha solicitado crédito

bancario más de una vez, el 75% invirtió el financiamiento obtenido en compras de mercaderías, el 15% en activos fijos y el 10% en mejora del establecimiento, el 100% de encuestados considera que el financiamiento recibido, mejora la rentabilidad de las MYPES. En cuanto a la capacitación. El 85% de trabajadores recibe capacitaciones en la MYPES y el 25% no ha recibido ninguna capacitación, el 85% de trabajadores si practica según la capacitación recibida y el 15% no lo practica, el 80% considera a la capacitación como una inversión, y el 20% considera a la capacitación como un gasto, el 100% cree que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de las MYPES. Sobre la rentabilidad. El 85% asegura que la rentabilidad de las MYPES ha incrementado y el 15% menciona que se mantiene, el 100% dice que el factor que influye en la rentabilidad de las MYPES es el financiamiento, el 70% dice que la capacitación recibida y aplicada mejoro la rentabilidad de las MYPES y el 30 % dice que no influye.

2.2 Bases Teóricas

En las bases teóricas se abordarán las teorías de las variables en estudio y también se tendrá en cuenta a algunas características de las MYPES.

2.2.1 Sobre las MYPES

Para entender mejor la problemática que se presenta en esta investigación, es necesario en primer lugar definir a las MYPES y ver otros aspectos relacionados a la misma, es por ello que en este acápite desarrollaremos temas relacionados a la MYPES antes de desarrollar la teoría de las variables.

2.2.1.1 Definición de MYPE

Las MYPES han sido definidas de varias maneras. La discusión es larga y las clasificaciones extensas, es por ello que se tendrá en cuenta algunas definiciones de las micro y pequeñas empresas.

El Glosario del Reglamento de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las MYPES al Acceso del Empleo Decente, la cual establece un concepto: “Unidad económica generadora de rentas de tercera categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con una finalidad lucrativa” (D.S. N° 007-2008-TR).

Según Cilloniz la Empresa es: “Una entidad creada con la finalidad de obtener bienes y prestar servicios a partir de la utilización de distintos factores de producción (como materias primas, maquinaria, mano de obra, capital). Constituye la base de la generación de la riqueza de un país. Sin empresas no habría puestos de producción ni trabajo” (Cilloniz, 2005, p. 105).

2.2.1.2 Clasificación de las MYPES

Las siguientes clasificaciones se harán teniendo en cuenta la información obtenida en primer lugar de la Ley 30056 y otras clasificaciones que nos brindan otras instituciones del Estado, entre otros autores.

a) Clasificación según nivel de ventas

La Ley N° 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, publicada el 2 de julio de 2013, en esta ley en el Título II, Capítulo I, Artículo 11, Texto Único Ordenado en su Artículo 5°, expresa las características de las micro, pequeñas y medianas empresas, donde se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización:

- Micro empresa. Ventas anuales hasta el monto máximo hasta 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT)
- Pequeña empresa. Ventas anuales superiores a 150 (UIT) y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas tributarias.
- Mediana empresa. Ventas anuales superiores a 1700 (UIT) y hasta un monto máximo de 2300 Unidades impositivas tributarias.

Es preciso mencionar que el Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2015, fecha en que se realizó el presente estudio, según el DECRETO SUPREMO N° 374-2014-EF fue S/. 3850. 00 nuevos soles por una UIT. De acuerdo a datos actualizados a 2016, mediante D.S. N° 397-2015-EF, el valor de la UIT es de S/. 3950 nuevos soles.

b) Clasificación según la propiedad del capital

De acuerdo a la propiedad del capital, las empresas se clasifican en públicas y privadas.

- **Empresas Públicas:** Cuyo capital y control pertenece al Sector público (ya sea al Estado o las Comunidades Autónomas y Ayuntamientos), en estas empresas prevalecen los criterios políticos y sociales sobre los económicos.
- **Empresas Privadas:** Su capital pertenece a un particular o particulares.
- **Empresas Mixtas:** Cuando una parte del capital pertenece a entidades públicas. En ocasiones son empresas en proceso de privatización o en las que el sector público mantiene una parte del capital a modo de control.

c) **Clasificación según los sectores de actividad**

A continuación se muestra la clasificación de acuerdo al sector al que pertenece la empresa.

- **Empresas del sector Primario:** Empresas dedicadas a actividades relacionadas con los recursos naturales. Por ejemplo, una granja de vacas, una explotación agrícola, una empresa dedicada a la recolección de plantas medicinales, etcétera.
- **Empresas del sector Secundario:** Transforman unos bienes en otros a través de un proceso productivo. Por ejemplo, una fábrica textil, una industria química, una constructora, una panificadora, empresas automovilísticas, etcétera.
- **Empresas del sector Terciario:** Si recuerdas ya vimos el curso pasado que eran innumerables y variadas las empresas que pertenecen a este sector, desde empresas comerciales (supermercado, inmobiliaria, farmacia...), de hostelería, turismo o restauración, de telecomunicaciones, de sanidad, de educación, etcétera.

d) Clasificación según el tipo de persona

Según el tipo de organización, la empresa puede clasificarse en:

Persona natural. Es una persona, común y corriente, que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona Natural, este asume a título personal todas obligaciones de la empresa. Esto implica que el inscrito asume la responsabilidad y garantiza con todo su patrimonio y los bienes a su nombre, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

Para formalizar este trámite sólo se requiere la inscripción al Ruc.

Persona jurídica. Es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre propio de la empresa creada. A diferencia de persona natural, es la empresa y no el dueño quien asume todas las obligaciones de ésta. Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre.

Existen cuatro formas de organización empresarial que la micro y pequeña empresa puede adoptar: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L), Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L), Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) Sociedad Anónima (S.A.).

Se constituye mediante el otorgamiento de una escritura pública y se inscribe en los registros públicos.

Por su parte, una persona jurídica puede ser:

- **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L.**

Este tipo de empresa es una persona jurídica con derecho privado que está constituida por la voluntad de un titular. Como la responsabilidad de la empresa es limitada, esta responde con su propio capital en cuanto a las deudas, quedando libre de responsabilidad el titular y su patrimonio. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Asimismo, el capital de la empresa puede ser dinero o bienes no monetarios (muebles, maquinaria, etc.).

- **Sociedad Anónima S.A.**

La Sociedad Anónima es una persona jurídica de derecho privado cuya naturaleza puede ser comercial o mercantil. Se constituye en un solo acto por sus socios fundadores (Sociedad, o bien sucesivamente mediante la oferta a terceros) siendo esta empresa de responsabilidad limitada, por lo cual ninguno de estos socios responde con su patrimonio ante las deudas de la empresa. El capital de una Sociedad Anónima está representado por acciones nominativas, las cuales se constituyen por el aporte de los socios, que pueden ser asimismo bienes monetarios o no monetarios. La Sociedad Anónima puede adoptar cualquiera las nominaciones de abierta o cerrada, pero lo que sí es obligatorio es que figure la indicación de Sociedad Anónima o las siglas S.A.

- **Sociedad Anónima Abierta S.A.A.**

Una Sociedad Anónima es Abierta cuando sus acciones están abiertas a oferta, es decir, que alguien puede ‘comprar’ sus acciones y formar parte del grupo de accionistas. Asimismo, una Sociedad Anónima Abierta puede ser declarada como tal, cuando tiene más de 750 accionistas, cuando más del 35% de sus acciones pertenece

a 175 o más accionistas, cuando la empresa se constituye como tal y cuando todos los accionistas que tienen derecho a voto deciden por unanimidad tal denominación.

- **Sociedad Anónima Cerrada S.A.C.**

Esta es uno de los tipos de empresas más comunes en el Perú. Una Sociedad Anónima es Cerrada cuando su número de accionistas no excede los 20 y sus acciones no están inscritas en el Registro Público, de tal modo que nadie salvo sus socios puede adquirir acciones. Asimismo, sus acciones están divididas en participaciones sociales.

- **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.**

En este tipo de empresa el capital se divide en participaciones iguales, las cuales no pueden ser incorporadas en títulos valores ni tampoco llamarse 'acciones'. Asimismo, los socios de este tipo de empresa no pueden exceder la cantidad de 20, y por el hecho de tratarse de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, no responden con su patrimonio personal ante las deudas de la empresa. El capital de este tipo de empresa está constituido por el aporte de cada socio, y debe estar pagado en no menos del 25% de cada participación.

2.2.2 El Emprendimiento en el Perú

El emprendimiento es un fenómeno que es producto del descubrimiento de una necesidad en el mercado fundamentado en un conjunto de características personales que posee el individuo para poner en marcha un proyecto que explote dicha oportunidad. Sin embargo también tiene su inicio en la necesidad de generarse un puesto de trabajo por la falta de este en el mercado laboral.

El emprendimiento no es un término que se encuentra como definición en el diccionario de la Real Academia Española (RAE), es por ello que lo define como el efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diferentes dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto (Definición. De, s.f.).

El emprendimiento es una característica que ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, sin esta característica no la humanidad no hubiera logrado sus grandes avances en todos los aspectos actuales. En tal sentido, el emprendimiento es una "...capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas novedosas..." (Jaramillo, 2008).

La palabra emprendimiento, viene del francés "entrepreneur", que significa pionero se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente (Jaramillo, 2008).

Es por ello, que este término se utiliza para llamar a aquellas personas que buscan siempre mejorar, innovar, cambiar la realidad de muchas cosas incluidas las de ellos mismos y estar en constante dinámica, pero esta característica de aquellas personas viene junta a la habilidad de trabajar en equipo, dirigir grupos, expresarse con facilidad y vencer, entre otras características.

El Perú es considerado un país emprendedor, es por ello que el "General Entrepreneurship Monitor (GEM en adelante), la Tasa de Actividad Emprendedora

(TAE) del Perú, es decir el número de emprendimientos entre la Población Económicamente Activa es de 40.20%, la más alta del planeta” (Boletín Empresarial, s.f.).

Los peruanos hemos pasado por épocas difíciles a través de los diferentes gobiernos, es así que a finales de los 80' e inicios de los 90', nuestro país una serie de problemas económicos e inflación, esto trajo como consecuencia la escasez de puestos laborales, por lo que muchos peruanos se vieron en la necesidad de generarse un puesto de trabajo para poder sustentar a sus familias. Es así que nacen los emprendedores por necesidad, son aquellos que se forjan en las circunstancias adversas. Sin embargo, nuestro gobierno no ha sabido explotar estahabilidad de los peruanos, tal como lo Bronny(2015), “El emprendedor peruano se ha hecho por necesidad, ha gestionado su propia oportunidad de hacer empresa, ha comenzado de cero, lamentablemente el Gobierno no tiene políticas públicas, no las ha tenido y no las tiene hoy en día de apoyo al emprendimiento” El emprendedor peruano se ha hecho por necesidad, ha gestionado su propia oportunidad de hacer empresa, ha comenzado de cero, lamentablemente el Gobierno no tiene políticas públicas, no las ha tenido y no las tiene hoy en día de apoyo al emprendimiento” (citado por Bardales en Gestión, 2015).

2.2.2.1 Características del Emprendedor

Según el índice del GEM, “cuatro de cada 10 peruanos entre 18 y 65 años realiza alguna actividad emprendedora. Los emprendedores peruanos son 19 veces superiores que sus pares japoneses en cuanto al emprendimiento por oportunidad y 11 veces superiores en cuanto al emprendimiento por necesidad” (Boletín Empresarial, s.f.).

Sin embargo, aquí es necesario preguntarse ¿Qué es lo que hace emprendedor a una persona?, para responder a esa pregunta es necesario definir las características que los diferencia de las demás personas.

Según una página web mexicana (www.trabajo.com.mx, s.f.), menciona que los emprendedores de éxito suelen tener las siguientes características:

- a) **Invertir en sí mismo.** Los emprendedores más exitosos compran y leen libros, revistas, periódicos, sitios Web y publicaciones de su industria, sabiendo que estos recursos mejorarán su entendimiento del negocio. También hacen networking con empresarios exitosos, asisten a seminarios y toman cursos. Hacen esto porque saben que el aprendizaje es continuo y nunca dejan de invertir para crecer.
- b) **Organizarse.** La clave para mantenerte organizado no está en qué tipo de archivos tengas o qué tan limpio esté tu escritorio, sino en cómo administras tu negocio. Es establecer una rutina mediante la cual puedas conseguir lo mayor posible durante la jornada laboral. De hecho, debes desarrollar sistemas y rutinas para todas tus tareas. Pequeñas cosas como tener una agenda actualizada o una lista de pendientes pueden ayudarte.
- c) **Honestidad.** Ser honesto con tus clientes, con tus proveedores, con tus empleados, pero sobre todo ser honesto contigo mismo, es la cualidad más importante. No establezcas metas y plazos que no son puedas alcanzar. La mejor manera de acercar gente a tu negocio es decidir lo que tu empresa puede hacer por ellos y luego hacerlo.

- d) **Pasión.** Es el rasgo más importante de un empresario exitoso. Ellos realmente aman su trabajo. Están dispuestos a hacer cualquier cantidad de horas extras con tal de que el negocio tenga éxito, porque hay un disfrute en su negocio que va más allá del dinero. Ya sea que les apasione las tareas o actividades que realizan diariamente, el área o campo en el que trabajan, o simplemente el hecho de emprender o crear negocios, una cualidad común en los emprendedores exitosos es la pasión con que hacen las cosas.
- e) **Tolerancia a la incertidumbre.** Asume riesgos, tolera la incertidumbre y contempla la posibilidad de fracasar. Ellos saben que toda oportunidad de negocio conlleva un riesgo por más análisis o planificación que se haga, por lo que ante una oportunidad tratan de minimizar todo el riesgo posible, y luego actúan pesar del riesgo que aún pueda existir.
- f) **Visión.** Otra cualidad que se suele encontrar en los emprendedores exitosos es la visión para los negocios. Ellos tienen la habilidad para detectar oportunidades de negocios que otros no pueden ver, y la capacidad para diferenciar las verdaderas oportunidades de las simples posibilidades de negocios. Para emprender es necesario tener esa habilidad de descubrir una oportunidad donde nadie lo ha hecho.
- g) **Confianza en ti mismo.** Habiendo emprendido, es muy importante que tengas la seguridad de que tú producto o servicio es necesario para el mundo, lo que te ayudará a resistir a las burlas de los detractores, que nunca faltan. Ellos están totalmente convencidos de que alcanzarán el éxito sin importar los problemas o

dificultades que puedan surgir en el camino, pues confían en su capacidad para sortearlos y salir adelante.

- h) **Liderazgo.** Tienen la habilidad para identificar y convocar a las personas indicadas, para inspirarlas y hacer que lo sigan con entusiasmo, y para dirigir las y motivarlas hacia el cumplimiento de los objetivos.
- i) **Adaptación a los cambios.** Estar siempre atentos a lo que sucede en el mercado y, en cuanto detectan o prevén un cambio que podría significar una amenaza o una oportunidad, tienen la suficiente flexibilidad como para aprovecharlo o hacerle frente.
- j) **Perseverancia.** Es demasiado habitual ver personas con muchas ilusiones y proyectos al comienzo, pero que poco a poco los van abandonando y dejando a medias. Los emprendedores exitosos tienen la suficiente perseverancia como para sortear todo obstáculo o imprevisto que pueda aparecer en el camino, seguir adelante pase lo que pase, y no rendirse hasta haber agotado todas las posibilidades.

2.2.3 Teoría del Financiamiento.

El financiamiento de las empresas se da a todo nivel y existe para todos los tamaños de empresas, la diferencia radica en el monto o requerimiento de recursos de cada organización. Sean micro, pequeñas o grandes empresas sus necesidades y destino del financiamiento por lo general son los mismos, es así que lo invierten en capital de trabajo, activo fijo, implementación de un proyecto, lanzamiento de un nuevo producto, campañas publicitarias, capacitación etc.

2.2.3.1 Definición de financiamiento

Para entender la teoría del financiamiento es necesario definirlo, es por ello que se presenta algunos conceptos:

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio (Definición ABC).

De acuerdo a Lerma, A. Martín, A. Castro, A. y otros. (2007) el financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido.

De los conceptos mencionados, se puede inferir que el financiamiento es aquel recurso que el empresario necesita para poder poner en marcha sus proyectos tanto presentes como futuros.

2.2.3.2 Fuentes de financiamiento de las MYPES

En la actualidad las fuentes de financiamiento para las MYPES son variadas y existen de acuerdo a la medida de las necesidades de cada empresario, es por ello que aquí se presenta algunas fuentes de financiamiento existentes.

Antes de recurrir a las fuentes de financiamiento, el empresario debe definir cuál es el objetivo del financiamiento y conocer cada una de las fuentes existentes para que haga una elección óptima de una de ellas, es por ello que es importante conocer de cada una de ellas lo siguiente:

- a) Monto máximo y el mínimo que otorgan
- b) Tipo de crédito que manejan y sus condiciones (tasa de interés)
- c) Tipos de documento que solicitan
- d) Políticas de renovación de créditos (flexibilidad de reestructuración)
- e) Flexibilidad que otorgan al vencimiento de cada pago y sus sanciones
- f) Los tiempos máximos para cada tipo de crédito

Sabiendo cada uno de estos puntos el empresario podrá tomar una decisión más acertada con respecto a elegir el crédito que más le conviene.

Dentro de la gama de fuentes de financiamiento que existen en el mercado para las empresas en general existen variados y estos se clasificarán en fuentes internas y externas.

1) **Fuentes internas.** Estos recursos se generan dentro de la empresa como resultado de sus operaciones en el mercado, entre ellas se tiene.

a) Aportaciones de los socios. Por lo general la aportación de los socios se da al inicio de las actividades de la empresa, cuando esta se constituye, sin embargo cuando la empresa tiene necesidad de recursos, los socios pueden aumentar su capital y de esta manera la empresa se autofinancia con los aportes de ellos.

b) Utilidades reinvertidas. esta práctica es muy común en las empresas que recién están en formación y muy recomendable para las micro y pequeñas empresas. Consiste en que el empresario o los socios toman la decisión de reinvertir las utilidades que genera la empresa bajo un plan o una programación de compra de activos, mercadería entre otros elementos que necesita la empresa.

c) Depreciaciones y amortizaciones. Esta es otra forma de autofinanciarse, en el primer caso se refiere a la pérdida de valor que experimentan los activos con el uso y el paso del tiempo, la empresa debe considerar una depreciación por este motivo, éste dinero es como un ahorro para la compra de nuevos activos y que pueden ser utilizados por la empresa para gastos inmediatos, pero luego se tienen que reponer. En el segundo caso, se trata de la depreciación que se hace al activo intangible, en ambos casos se imputan o se descuentan a las utilidades, generando de esta manera un ahorro en el pago de impuestos.

d) Venta de activos (desinversiones). Esto se refiere a la venta de terrenos, vehículos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

2) **Fuentes externas.** Este tipo de fuentes se refiere a aquellas que provienen de terceros y son variadas de acuerdo al objetivo y la cantidad que se requiere.

a) Proveedores. Este tipo de fuente de financiamiento es muy utilizado en la actualidad por los empresarios y se utiliza para abastecerse de mercadería o insumos, en tal sentido se encuentra supeditado a la demanda de la empresa. Sin embargo es necesario revisar las condiciones que otorgan los proveedores por pronto pago y las condiciones del crédito. En todo caso, resulta menos costoso que realizar un préstamo al banco.

b) Créditos bancarios. Las principales operaciones crediticias que ofrece el mercado financiero son a corto, mediano y largo plazo. En el Perú, los bancos debido a la alta competencia de las EDPYMES y Cajas de Ahorros, han implementado un producto exclusivo para las empresas y sobre todo para las micro empresas, los cuales se han acondicionado para la compra de maquinaria a través del leasing o arrendamiento financiero, así también existe créditos para capital de trabajo, crédito hipotecario, crédito de consumo en algunos casos, etc.

c) COFIDE. Esta institución es un banco de desarrollo de segundo piso que canaliza los recursos que administra a través de otras instituciones financieras. Esta institución.. tiene diferentes programas en apoyo de la MYPE, de las cuales se puede mencionar algunas.

a. Probid. Consiste en el financiamiento a mediano y largo plazo de

proyectos de inversión que sean dirigidos al establecimiento, ampliación y mejoramiento de las actividades que realiza el sector privado.

- b. PropemBid. Impulsar el desarrollo de la pequeña empresa peruana, que se desarrolle en las diferentes actividades económicas, mediante el financiamiento del establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus plantas y equipos así como sus costos de diseño y servicios de apoyo relacionados, y además, como capital de trabajo.
 - c. Multisectoriales Nuevos soles. Impulsa el desarrollo del sector empresarial para el establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus actividades.
 - d. Cofigas. Promueve activamente el proceso de transformación productiva y de consumo de la economía nacional en base al uso intensivo del Gas Natural, por medio de productos financieros que faciliten el acceso al crédito de los diferentes agentes económicos.
 - e. Coficasa. Atender los requerimientos a largo plazo para financiar la compra, construcción, ampliación o remodelación de vivienda.
 - f. Programa de crédito rural. Fomentar un acceso sostenible al crédito para las micro y pequeñas empresas rurales, poniendo a disposición de las Instituciones Financieras Especializadas –IFIE-, una línea de crédito para préstamos de mediano y largo plazo.
- d) CMAC. Cajas Municipales de ahorro y crédito han logrado a lo largo de sus 30 años de creación, posicionarse como las entidades expertas en el sector de las microfinanzas, trabajando por el desarrollo de la micro y pequeña empresa

(MYPE), así como lograr la inclusión de más peruanos de escasos recursos en nuestro país. El Sistema CMAC constituye una alternativa financiera para atender las necesidades de los sectores de menores recursos, contribuyendo a hacer realidad sus emprendimientos y, con ello, dinamizar la economía y contribuir a disminuir la pobreza local (FEPCMAC, 2012).

En el mismo documento de FEPMAC, nos dice que actualmente, con la finalidad de apoyar la descentralización financiera y ampliar el acceso de crédito, el Sistema CMAC desarrolla diversos tipos de operaciones financieras entre las que se incluye: crédito a la micro y pequeña empresa; crédito personal; crédito prendario o pignoraticio; crédito hipotecario; crédito agrícola; operaciones en moneda extranjera; fideicomisos; transferencias de fondos; giros; y cobros, pagos. Todos estos servicios están orientados hacia el desarrollo de características propias de los productos crediticios, a fin de coincidir con las necesidades de los clientes.

Este sistema que manejan estas instituciones son tan útiles e importantes para las micro empresas, que a diciembre de 2012 las micro y pequeñas empresas recibieron un total de S/. 18,684 millones distribuidos en 2 millones 209 mil clientes, (FEPCMAC, 2012, p. 14).

Es así, que las micro y pequeñas empresas tienen varias opciones para que puedan decidir y elegir por la opción que mejor les convenga.

De acuerdo a Gestión (2016), el total de créditos colocados por las Cajas Municipales a las MYPES, el 35% están dirigidos hacia las microempresas, lo que representan S/. 3117 millones de soles.

En el subsector del total de créditos colocados por las Cajas Municipales a las MYPES, el 35% están dirigidos hacia la Microempresa, lo que representa S/ 3,117 millones.

El 41.2% de los créditos a MYPES en el sector microfinanzas fueron emitidos por Cajas Municipales (S/ 8,874 millones), el 31.1% a Mibanco (S/ 6,707 millones), el 21.7% a Financieras (S/4,665 millones), el 1.8% a Cajas Rurales (S/ 380 millones), el 3.5% a EDPYMES (S/ 750 millones) y 0.8% a la Caja Metropolitana (S/ 167 millones), lo que totalizan S/ 21,542 millones.

Ello confirma que las Cajas Municipales son la mejor opción para el microempresario que no puede acceder a préstamos bancarios. Finalmente se tiene que el número de clientes de MYPES de las Cajas Municipales ascendió a poco más de 762,000 a marzo, lo que representó el 34% del total del sector microfinanciero a nivel nacional.

A continuación se muestra las CMAC y Cajas Rurales en el Perú de acuerdo al Banco Central de Reserva del Perú:

- e) EDPYMES. Son Empresas para el desarrollo de pequeña y mediana empresa orientadas a satisfacer la permanente demanda de servicios crediticios. Conforme se expresa en la Resolución SBS N° 847-94 las EDPYMES tienen por objeto otorgar financiamiento a personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades calificadas como de pequeña y micro empresa, utilizando para ello su propio capital y los recursos que provengan de donaciones. Así como también, bajo la forma de líneas de crédito de instituciones financieras y los provenientes de otras fuentes, previa la autorización correspondiente.

Las EDPYMES son consideradas las empresas más accesibles del abanico dirigido a las PYME. Surgieron para promover la conversión de Organizaciones no gubernamentales ONG (que no toman ahorros) en entidades reguladas (Biblioteca UDEP).

De manera general los productos que ofrecen las EDPYMES en el Perú de acuerdo a InfoMYPE (s.f.) son los siguientes:

- **Capital de trabajo:** Son aquellos créditos que se otorgan a los clientes independientes (personas naturales o jurídicas) y cuyo destino es el mejoramiento o la ampliación de sus actividades económicas, preferentemente de corto plazo y destinados principalmente a atender las oportunidades de comercialización, producción o prestación de servicios.
- **Activo fijo:** este es un producto ofrecido por las EDPYME, el cual consiste en hacer préstamos para la compra de activos fijos muebles e inmuebles en un plazo de 36 a 60 meses.

f) Prestamistas. Son el grupo generalmente asociado con los préstamos informales, aun cuando su cobertura por lo general es muy reducida. Este tipo de créditos se caracteriza por una alta tasa de interés y muchas veces es otorgado contra la prenda de algún bien. (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, Gonzales, E., Galarza, F. & Venero, H. 2001).

2.2.4 Teoría de la Rentabilidad

La rentabilidad es la razón de ser de la existencia de una empresa, de hecho las empresas se crean para generar rentabilidad a sus propietarios, de no ser así estas no existirían. En este acápite se definirá el concepto de rentabilidad.

Se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según el análisis realizado sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2002).

Por otro lado el diccionario nos dice que la rentabilidad “es la capacidad que tiene una inversión para generar o no un beneficio neto. Es la relación existente, generalmente expresado en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen”. (Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 1999, p. 236).

2.2.4.1 Niveles de Rentabilidad

Los empresarios y administradores de la empresa, son conscientes de que los ingresos de la empresa son fundamentales en el crecimiento y desarrollo de la empresa. El rendimiento de una empresa se puede medir a través de indicadores y se expresa en la tasa de crecimiento de las ventas, en la cuota de mercado, en la competitividad de la empresa y en los beneficios que obtiene el empresario.

En la rentabilidad se puede distinguir la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica, para ello es necesario definir también los conceptos de eficiencia y eficacia.

La eficacia es la capacidad de una empresa para alcanzar sus objetivos empleando los recursos que sean necesarios, en cambio la eficiencia y conseguir los objetivos optimizando los recursos o haciendo uso de la menor cantidad de recursos. En tal sentido, la rentabilidad puede analizarse a través de dos puntos de vista; la del empresario (rentabilidad económica) y el punto de vista del accionista (rentabilidad financiera).

La **rentabilidad económica** mide la rentabilidad de los capitales invertidos y sólo se determina antes de impuestos. La **viabilidad** es lo que nos indica desde el punto de vista económico si es rentable la empresa. La viabilidad económica de un negocio varía con el nivel de actividad, una mejor gestión de inventario, reducción de plazos de pago de clientes o un permiso de renovación del capital mejoran la rentabilidad.

La **rentabilidad financiera** mide la rentabilidad del capital propio. Interesa generalmente a los accionistas y está determinada después de impuestos. La rentabilidad financiera varía en función del nivel de endeudamiento de la empresa. Las formas de mejorar esta rentabilidad pueden venir por el aumento de los ingresos de explotación de la empresa o por la modificación de la estructura de su financiamiento y el aumento de la proporción de préstamos de su inversión (aumentar su ratio de deuda).

Cuando la rentabilidad económica es más alta que la tasa de interés que cobran los bancos (préstamos), este endeudamiento permite aumentar la rentabilidad financiera. Esto significa que es más ventajoso para la empresa financiar una parte de su inversión con préstamos en lugar de recurrir a las aportaciones de los accionistas (patrimonio). Esto se conoce como apalancamiento de la deuda.

Sin embargo cuando la rentabilidad es más baja que la tasa de interés, la deuda da como resultado una disminución de la rentabilidad. En este caso, es preferible utilizar el patrimonio en lugar de préstamo bancario (Celdran, 2012).

2.2.4.2 Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad también denominados de rendimiento o lucratividad sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Los empresarios o inversionistas utilizan este ratio para analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

a) Rentabilidad neta del activo

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

$$\text{Rentabilidad neta del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

b) Margen bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

En el caso $\text{Margen bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$ de las empresas industriales, el costo de ventas corresponde al costo de producción más el de los inventarios de productos terminados. Por consiguiente, el método que se utilice para valorar los diferentes inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede incidir significativamente sobre el costo de ventas y, por lo tanto, sobre el margen bruto de utilidad. El valor de este índice puede ser negativo en caso de que el costo de ventas sea mayor a las ventas totales.

c) Margen operacional

La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

$$\textit{Margen operacional} = \frac{\textit{Utilidad Operacional}}{\textit{Ventas}}$$

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

d) Rentabilidad Neta de ventas (Margen Neto)

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos

tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio. Puede suceder que una compañía reporte una utilidad neta aceptable después de haber presentado pérdida operacional. Entonces, si solamente se analizara el margen neto, las conclusiones serían incompletas y erróneas.

$$\textit{Margen neto} = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Ventas}}$$

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.

e) Rentabilidad operacional del patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

$$\textit{Rentabilidad operacional del patrimonio} = \frac{\textit{Utilidad Operacional}}{\textit{Patrimonio}}$$

Este índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.

f) Rentabilidad financiera

Cuando un accionista o socio decide mantener la inversión en la empresa, es porque la misma le responde con un rendimiento mayor a las tasas de mercado o indirectamente recibe otro tipo de beneficios que compensan su frágil o menor rentabilidad patrimonial. De esta forma, la rentabilidad financiera se constituye en un indicador sumamente importante, pues mide el beneficio neto (deducidos los gastos financieros, impuestos y participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo. Si bien la rentabilidad neta se puede encontrar fácilmente dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, la fórmula a continuación permite identificar qué factores están afectando a la utilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} \times \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} \times \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{UAI}}$$

Bajo esta concepción, es importante para el empresario determinar qué factor o factores han generado o afectado a la rentabilidad, en este caso, a partir de la rotación, el margen, el apalancamiento financiero y el efecto fiscal que mide la repercusión que tiene el impuesto sobre la utilidad neta. Con el análisis de estas relaciones los administradores podrán formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa. Debido a que este índice utiliza el valor de

la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo (fuente. Supercias. S,f.).

2.3 Marco conceptual

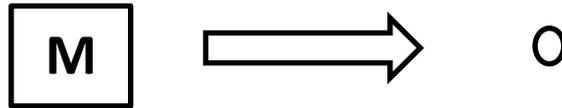
- **Activos intangibles.** Son recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias, así como los derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil.
- **Amortización.**La amortización se lleva a cabo para establecer la pérdida de valor de los activos que sufren por el paso del tiempo o por cambios en el valor en el mercado.
- **Capital.** Desde el punto de vista financiero anual y mensual, también denominado capital financiero es toda suma de dinero, que no ha sido consumido por su propietario, sino que ha sido ahorrada y trasladada a un mercado financiero con el fin de obtener una renta al capital.
- **COFIDE.** Corporación Financiera de Desarrollo.
- **Depreciación.** Pérdida de valor de un activo por el uso o el paso del tiempo.
- **Financiamiento:**Es la contribución de dinero que se requiere para concretar un proyecto o actividad, como ser el desarrollo del propio negocio. Generalmente las maneras más comunes de obtener la financiación es a través de préstamos o de créditos.

- Leasing. Sistema de arrendamiento de bienes de equipo mediante un contrato en el que se prevé la opción de compra por parte del arrendatario.
- Liquidez. Es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. La liquidez se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.
- MYPE. Las micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o persona jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta ley se hace mención a la sigla MYPES, se está refiriendo a las Micro y pequeñas empresas.
- PBI: Producto bruto interno es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (normalmente un año).
- Proyecto. Es el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada y planificada.
- Rentabilidad. Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho;

III. METODOLOGIA

3.1 Diseño de la Investigación

Para elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño descriptivo, porque sólo se describió la realidad tal como se presentó, sin manipular las variables, es decir se describió el fenómeno tal y como se presentó.



Donde:

M : Representa la muestra

O : Representa lo que observamos

3.2 El Población y Muestra

3.2.1 Población

La población estuvo constituida por las ferreterías especializadas en la venta de artículos de telecomunicaciones, electrónicos y eléctricos ubicadas entre los pasajes del 1 a 10 del Centro Comercial Nicolini, en el Distrito de Cercado de Lima, en la cual se halló una población total de 20 ferreterías especializadas.

3.2.2 Muestra

La muestra es el 100% de ferreterías mencionadas del Centro Comercial Nicolini, en el Distrito de Cercado de Lima, los cuales constituyen 20 ferreterías especializadas.

3.3 Definición y Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables.

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Item
Perfil de los emprendedores de las MYPES	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Edad	Razón: <ul style="list-style-type: none"> De 20 a 30 años De 31 a 40 años De 41 a 50 años De 51 a 60 años
		Estado Civil	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Soltero Casado Conviviente
		Género	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Femenino Masculino
		Grado de instrucción	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Primaria Secundaria Técnica Universitaria
		Cargo que desempeña en la empresa	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Dueño Administrador
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES	Tiempo de funcionamiento en el mercado	Razón: <ul style="list-style-type: none"> 2 a 5 6 a 10 11 a 15 16 a más
		Cantidad de trabajadores	Razón: <ul style="list-style-type: none"> 1 a 3 4 a 6
		Número de empresas por nivel de formalización	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> SUNAT Municipalidad Persona natural Persona jurídica
		Régimen tributario	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Régimen único simplificado. Régimen Especial. Régimen General.
Financiamiento	Consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes y servicios. Este	Número de empresarios que solicitan préstamo Porcentaje de financiamiento según fuente	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> SI NO Nominal: <ul style="list-style-type: none"> Personal Familiar Bancario EDPYME Prestamista

	<p>financiamiento se canaliza a través de créditos o préstamos. Es la forma como el empresario de una MYPE obtiene recursos para iniciar sus actividades comerciales.</p>	<p>Porcentaje de financiamiento según destino</p> <p>Cantidad de préstamo obtenido en soles</p> <p>Escala de tiempo que se otorgó el crédito</p> <p>Número y tipo de inconvenientes al solicitar el crédito</p> <p>Nivel de ventas después del financiamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos generados en el empresa <p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento del local • Mercadería • Publicidad • Capacitación <p>Razón:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1000 – 2500 • 2501 – 5000 • 5001 – 7500 • 7501 – 10000 • 10001 a más <p>Razón:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 meses • 12 meses • 18 meses • 24 meses <p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SI • NO <p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
Rentabilidad	<p>Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.</p>	<p>Número de MYPES que perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento</p>	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		<p>Empresarios que perciben que obtuvieron rentabilidad de su inversión</p>	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		<p>Número de empresas que se consideran rentable</p>	<p>¿Considera su empresa rentable?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1 Técnicas

- La técnica que se empleó para el recojo de la información fue la encuesta.
- Fuentes bibliográficas como libros, tesis y artículos científicos.
- Se ha visitado en el internet páginas web relacionadas al tema de investigación.

3.4.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó para conseguir los datos de la investigación fue un cuestionario estructurado de 19 preguntas distribuidas en cuatro partes, las primeras 05 son referidas a las características de los emprendedores de la MYPE, la segunda parte son 04 preguntas sobre los datos generales de la MYPE, la tercera parte contiene 07preguntas sobre el financiamiento y la cuarta parte consta de 03preguntas relacionadas con la rentabilidad.

3.5 Plan de Análisis

Una vez recabados los datos a través de la aplicación del cuestionario, fueron ingresados a una base de datos en el Programa Informático Microsoft Excel para su respectivo procesamiento.

Los resultados se presentan en Tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales con sus respectivas interpretaciones, lo cual permitió realizar un análisis descriptivo de las variables en estudio en la presente investigación

3.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
<p>Pregunta general:</p> <p>¿Cuáles son las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini (Pasajes 1 -10), distrito de Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro ferretería del Centro Comercial Nicolini (Pasajes 1 -10), distrito de Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015.</p> <p>Objetivo específico 1. Determinar las características de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 2. Determinar las características de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 3. Determinar las características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 4. Determinar las características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio.</p>	<p>Variable 1: Financiamiento</p> <p>Variable 2: Rentabilidad</p>	<p>Población: 20 ferreterías de venta de artículos de telecomunicaciones y eléctricos.</p> <p>Muestra: 20 ferreterías.</p>	<p>Diseño: No experimental 1- Transversal - Descriptivo</p>	<p>Técnica: Encuesta. Fuentes bibliográficas. Internet.</p> <p>Instrumento: Cuestionario de 19 preguntas.</p>

3.7 Principios éticos

- Responsabilidad para asumir el contenido de la tesis.
- Veracidad en los argumentos, cifras y datos citados
- Respeto al derecho de autor, por el uso de citas o ideas de otros autores.
- Confidencialidad de la información brindada por los encuestados.
- Respeto a la dignidad de las personas.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 3. *Sobre el perfil de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Edad del encuestado (años)		
De 20 a 30 años	4	20.00%
De 31 a 40 años	7	35.00%
De 41 a 50 años	5	25.00%
De 51 a 60 años	4	20.00%
TOTAL	20	100.00%
Estado Civil del encuestado		
Soltero	3	15.00%
Casado	9	45.00%
Conviviente	6	30.00%
Divorciado o separado	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%
Género del encuestado		
Femenino	8	40.00%
Masculino	12	60.00%
TOTAL	20	100.00%
Grado de instrucción del encuestado		
Primaria	0	0.00%
Secundaria	9	45.00%
Técnica	6	30.00%
Universitaria	5	25.00%
TOTAL	20	100.00%
Cargo en la empresa del encuestado		
Dueño	20	100.00%
Administrador	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Interpretación.

En la Tabla 3 se tiene que el 20% de los emprendedores de la MYPE tienen entre 20 y 30 años, el 35% entre 31 a 40 años, el 25% tienen de 41 a 50 años y el 20% tienen entre 51 años a 60 años de edad.

En la Tabla 3 se tiene que el 15 % de los emprendedores de la MYPE es soltero, el 45% es casado, 30% conviviente y el 10% divorciado o separado.

En la Tabla 3 se tiene que el 40% de los emprendedores de la MYPE es femenino y 60% masculino.

En la Tabla 3 el 45% de los emprendedores tienen educación secundaria, 30% tienen educación técnica y 25% tienen educación superior.

En la Tabla 3 se tiene que el 100% de los emprendedores es dueño de la empresa.

Tabla 4. *Principales características de las MYPES del área de estudio.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de Funcionamiento en el Mercado		
2 a 5	14	70.00%
6 a 10	3	15.00%
11 a 15	1	5.00%
16 a más	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%
Cantidad de Trabajadores		
1 a 3	17	85.00%
4 a 6	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Nivel de Formalización		
SUNAT	19	95.00%
Municipalidad	20	100.00%
Persona Natural	6	30.00%
Persona Jurídica	14	70.00%
Régimen Tributario		
Régimen Único Simplificado	0	0.00%
Régimen Especial de Renta	18	90.00%

Régimen General	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Interpretación.

De acuerdo a la Tabla 4 se tiene que el tiempo de funcionamiento en el mercado, el 70% tiene de 2 a 5 años, el 15% entre de 6 a 10 años, el 5% es de 11 a 15 años y el 10% de 16 años a más en el mercado.

Respecto a la cantidad de trabajadores se tiene que el 85% de las ferreterías tiene entre 1 a 3 trabajadores, mientras que el 15% tiene entre 4 a 6 trabajadores (Tabla 4).

De acuerdo al nivel de formalización de las MYPES, el 95% esta formalizado ante SUNAT, el 100% en Municipalidad, el 30% es persona natural y 70% es persona jurídica (Tabla 4).

Según el Régimen Tributario, el 90% es Régimen Especial de Renta y el 10% pertenece al Régimen General (Tabla 4).

Tabla 5. *Principales características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Empresas que solicitaron crédito		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Fuente de financiamiento de la MYPE		
Personal	4	20.00%
Familiar	7	35.00%
Bancario	12	60.00%
EDPYME	8	40.00%
Prestamista	3	15.00%

Ingresos generados por la propia empresa	15	75.00%
TOTAL	20	100.00%
Destino del financiamiento		
Mejoramiento de infraestructura del local	5	25.00%
Mercadería	20	100.00%
Publicidad	6	30.00%
Capacitación	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Monto del préstamo		
1000 a 2500	0	0.00%
2501 a 5000	1	5.00%
5001 a 7500	8	40.00%
7501 a 10000	6	30.00%
10001 a más	5	25.00%
TOTAL	20	100.00%
Período de pago del préstamo		
6 meses	1	5.00%
12 meses	15	75.00%
18 meses	4	20.00%
24 meses	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Inconvenientes al momento de solicitar el crédito		
Si	0	0.00%
No	20	100.00%
TOTAL	20	100.00%
Mejoramiento de las ventas después del financiamiento		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Interpretación.

En la Tabla 5 se tiene que el 100% de empresas solicitaron crédito.

En la Tabla 5 muestra las fuentes de financiamiento de la MYPE, el 20% de las ferreterías tuvo como fuente de financiamiento ahorros personales, 35% fue familiar,

60% bancario. 40% EDPYME, 15% prestamista y el 75% tuvo como fuente de financiamiento .ingresos generados por la propia empresa.

En la Tabla 5 se evidencia el destino del financiamiento de la MYPE, el 25 % tiene mejoramiento de infraestructura del local, 100% en mercadería y un 30% en publicidad.

En la Tabla 5 tenemos los montos del préstamo, 5% obtuvo préstamo entre S/.2501 a S/.5000 soles, el 40% entre S/. 5001 a S/. 7500, el 30% entre S/. 7501 a S/. 1000 y el 25% de S/. 10001 soles a más.

En la Tabla 5 respecto al período de pago del préstamo, el 5% canceló en 6 meses, 75% pago en 12 meses y el 20% en 18 meses.

En la Tabla 5, el 100% no tuvo inconvenientes al momento de solicitar el crédito.

De acuerdo a la tabla 5, el 100% de encuestados manifestaron que existió mejoramiento de las ventas después del financiamiento.

Tabla 6. Principales características de la rentabilidad de las MYPES del área de

MYPES que perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Empresarios que perciben que han obtenido rentabilidad de sus inversiones		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Empresarios que perciben que sus empresas son rentables		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

estudio.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 6 se muestra que el 100% de encuestados manifestaron que perciben que el financiamiento mejoró su rentabilidad.

De acuerdo a la tabla 6, el 100% de encuestados percibe que ha obtenido su rentabilidad después de su inversión

En la tabla 6, el 100% de los encuestados manifestaron que perciben que sus empresas (ferreterías) son rentables.

4.2 Análisis de resultados

Sobre el perfil de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.

Se tiene que el 80% de los encuestados tiene entre 31 a 60 años de edad (Tabla 3), esta respuesta demuestra que estos negocios son dirigidos por personas que conocen y tienen experiencia en el rubro. Del mismo modo, Coello (2013) y Villavicencio (2014), nos muestran en su investigación que en el caso del primero el 55 % de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 35 y 44 años y en el caso del segundo se tiene que el 58% tienen 31 años a más

En cuanto al estado civil de los encuestados, se muestra que el 75% es casado o conviviente (Tabla 3), pero también se puede observar que hay un porcentaje de empresarios que es soltero o divorciado.

Se ha encontrado en los resultados de esta investigación, que el 40% de los emprendedores es de sexo femenino y el 60% es masculino (Tabla 3), esto demuestra el protagonismo que tiene la mujer en el ámbito empresarial actualmente. Este resultado se puede contrastar al obtenido por Villavicencio (2014), quien encontró que el 63% son de sexo masculino y el 27% de sexo femenino.

De acuerdo al perfil del empresario, se tiene en la Tabla 3 que el 45.00% tienen educación secundaria y el 30.00% tiene educación superior técnica y sólo el 25.00% tiene educación universitaria (Tabla 3), la cantidad mostrada en estos resultados nos indica que las personas que dirigen estas organizaciones son netamente comerciantes, pues la mayoría sólo tiene educación secundaria o técnica, condición suficiente para

poder ejercer su propia empresa. Villavicencio (2014), encontró un resultado parecido en sus investigaciones, ya que registran que el 31% tienen estudios secundarios completos.

En cuanto a la propiedad de la empresa se tiene que la Tabla 3 nos muestra que el 100.00% es dueño, esto demuestra que siendo los negocios pequeños pero rentables, quienes los manejan son sus mismos dueños, además es coherente con que estas empresas son nuevas y por eso son dirigidos aún por sus dueños. Este resultado es comparable al que obtuvo Dioses (2015), quien registra que el 95% de los encuestados son propietarios del negocio.

Sobre las principales características de las MYPES del área de estudio.

La Tabla 4, muestra que el 70.00% de las MYPES tienen un tiempo entre 2 a 5 años de permanencia en el mercado y el 30.00% tiene entre 6 hasta más de 16 años en el mercado, por lo que puede deducir que estos negocios son relativamente nuevos en su mayoría, pero que se mantienen en el mercado por lo atractivo que es el rubro. Este resultado es similar al hallado por Villavicencio (2014), quien en su tesis de pregrado denominada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”, registra que el 42% tiene entre 1 a 5 años de funcionamiento, el 34% tiene entre 6 a 10 años, y el 24% tiene de 11 años a más. Resultado contrario obtuvo Dioses (2015), quien registra que el 60 % de las MYPES tienen una antigüedad de 4 a 5 años y sólo el 25% de 2 a 3 años de antigüedad, esta diferencia

con la investigación del estudio de esta tesis se refiere a que en el Centro Comercial Nicolini las empresas son relativamente jóvenes.

En cuanto a la cantidad de trabajadores, se tiene que el 85.00% tienen entre 1 a 3 trabajadores y sólo una pequeña parte tienen entre 4 a 6 trabajadores, es decir sólo tres empresas (Tabla 4), esto se debe a que siendo este tipo de negocios de comercialización no se requiere contar con demasiado personal. Un resultado similar obtuvo Ramírez (2014), quien registra en su investigación que el 30% tiene entre 1 a 3 trabajadores y el 70% tienen entre 5 a 10 años.

En cuanto a la formalización, el 95% las MYPES (Tabla 4) de ferreterías se encuentran formalizadas ante SUNAT y el 100% ante la Municipalidad, además de que el 70% son personas jurídicas. Este resultado nos muestra que la formalización en este tipo de negocio es importante sobre todo con el tema de seguridad y defensa civil, sin embargo se encontró una empresa informal, pues cuando se verificó su N° de RUC, está ya se encontraba de baja, pero aún seguía funcionando en el establecimiento. Se puede comparar este resultado al obtenido por Ramírez (2014), quien también encontró en su investigación que el 100% de las MYPES de este sector comercial son formales, ya que están debidamente registradas en SUNARP y con sus documentos en regla. Resultado diferente halló Villavicencio (2014), que registra que sólo el 69% son MYPES formales.

En cuanto al régimen tributario, el 90% está registrado en el Régimen Especial de Renta y sólo 10% está en el Régimen General de Renta (Tabla 4), esto se debe a que en este tipo de régimen el pago de renta es cancelatoria es decir se va pagando

progresivamente de forma mensual tanto el IGV con la renta. En tal sentido, este régimen les da facilidad para que puedan trabajar sin necesidad de que se les acumule el pago de la renta anual al final del año.

Sobre las principales características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.

El 100% de los encuestados manifestó haber obtenido un crédito (Tabla 5), esto demuestra en primer lugar la confianza que ahora tienen e sistema financiero en las empresas, sobre todo de este rubro, pues la rotación de sus mercaderías es alta. Este resultado es comparable al hallado por Ramírez (2014), quien registra en su tesis que también el 100% solicitó y recibió crédito.

En cuanto a la fuente de financiamiento a la que recurrieron los emprendedores, la Tabla 5 nos muestra que el 50% recibió crédito de los bancos, y el 75% fue reinversión de utilidades. Tal como se puede apreciar en la respuesta mencionada, existe un alto porcentaje de empresas que reinvierten sus utilidades, esta práctica es usual tal como se menciona en las bases teóricas en empresas relativamente nuevas y como se vio en la cantidad de años de las empresas, estas son relativamente nuevas y por el hecho de vender o tener alta rotación de mercadería, las ganancias suelen reinvertirse en mercadería. Un resultado parecido obtuvo Villavicencio (2014), quien registró que el 78% tienen un financiamiento ajeno (bancos). Del mismo modo Lezama (2010), nos indica en su tesis que el 50% de las empresas recibieron créditos de bancos. También Dioses (2015), nos muestra en su tesis que el 75% de las MYPES solicitaron crédito al sistema no bancario.

En cuanto al destino del financiamiento, este registró que el 100% fue para compra de mercaderías, el 25% respondió que lo invirtió en mejoramiento de la infraestructura y finalmente el 30% invirtió en publicidad (Tabla 5), un negocio de este tipo no requiere arreglar demasiado su infraestructura pues los espacios donde realizan sus actividades son pequeños (aprox. 10 mt²), es por ello que la mayor cantidad lo invierte en compra de mercadería, en cuanto a la publicidad esta es mínima, pues sólo cuentan con un cartel publicitario y esto se debe a que el Centro Comercial Nicolini está posicionado como marca. Se puede comparar con el resultado de Ramírez (2014), quien también registró que los emprendedores de la investigación invirtieron el financiamiento el 60% en capital de trabajo. Del mismo modo, Dioses (2015), registra que el 75% de los empresarios invirtió el financiamiento obtenido en compras de mercaderías, el 15% en activos fijos y el 10% en mejora del establecimiento.

De acuerdo a la Tabla 5, se tiene que el 95.00% recibió financiamiento por más de S/. 5,000 nuevos soles. Esta cantidad sólo nos indica que los comerciantes de artículos de ferreterías requieren grandes cantidades para compra de mercadería en sus establecimientos, ya que como se dijo anteriormente la rotación es alta.

De acuerdo a la información de la Tabla 5, tenemos que los créditos obtenidos por los empresarios de las ferreterías del C.C. Nicolini han pagado sus crédito en 12 y 18 meses, esto se debe a que como mencionó anteriormente la rotación de la mercadería de este tipo de negocio es alta, aunada al alto costo de los intereses de los bancos, el empresario le conviene pagar lo más antes posible su crédito y solicitar otro o e su defecto reinvertir sus utilidades tal como lo demuestran las respuestas de la encuesta.

En cuanto a los inconvenientes a la hora de solicitar el crédito, el 100% manifestó que no tuvo problemas (Tabla 5). Esta respuesta corrobora lo mencionado en la primera pregunta de financiamiento y deja entrever que el sistema financiero tiene confianza particularmente en este tipo de negocios que como se ha repetido varias veces tienen una alta capacidad de rotación de sus inventarios.

En cuanto a mejorar sus ventas después del financiamiento, la Tabla 5 nos muestra que el 100% ha mejorado el nivel de ventas. Esto responde a que los empresarios de las ferreterías ya tienen una cartera de clientes cautiva que compra constantemente y al aumentar el stock de mercadería con la compra de estas con los recursos del financiamiento, la ferretería tienen más capacidad de abastecimiento teniendo en cuenta que tiene una demanda asegurada.

Sobre las principales características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio.

En la Tabla 6, se tiene que los empresarios manifestaron que el 100% de ellos ha mejorado su rentabilidad después del financiamiento, esto se debe a que siendo una empresa de comercialización de alta rotación de mercadería, obviamente si ingresa un recurso financiero externo, este dinero debe invertirlo rápidamente para poder ganar y devolver inmediatamente. Costos (s.f.), también afirma que en el Centro Comercial Nicolini mensualmente los puestos de venta registran ventas por más de S/. 300,000 nuevos soles, es por ello que se puede además comparar con Villavicencio (2014), quien indica en su estudio que el 88% considera que el crédito financiero mejora la rentabilidad de las MYPES. Quien obtiene igual resultado es

Dioses (2015), quien afirma en su investigación que el 100% de encuestados considera que el financiamiento recibido, mejora la rentabilidad de las MYPES. Resultado similar obtuvo Ramírez (2013), quien menciona en su investigación que los encuestados respondieron al 100% que la rentabilidad de sus empresas mejoró después del financiamiento obtenido. Esta diferencia se debe a la rotación de los inventarios que puedan tener los empresarios de este estudio con los empresarios del C.C. Nicolini.

En cuanto a la percepción que tienen los empresarios de que obtuvieron rentabilidad de sus inversiones, la Tabla 6 nos muestra que el 100% percibe que ha obtenido rentabilidad en sus inversiones. Esto responde a que los empresarios de las ferreterías invierten sus capitales y obtienen rentabilidad casi de manera inmediata pues la rotación de inventarios en este tipo de negocios en este Centro Comercial es alto.

Los comerciantes de las ferreterías, manifiestan que perciben que sus empresas son rentables, esta respuesta se refleja en la Tabla 6. Obviamente un negocio que tiene alta rotación de mercadería por las ventas que experimenta diariamente y aunado al margen de utilidad por producto es rentable. Esto se demuestra en el informe que hace Costos (s.f.) quien manifiesta que en el C.C. Nicolini, existen 2500 empresarios que facturan mensualmente aproximadamente S/. 300,000 nuevos soles mensuales.

V. CONCLUSIONES

Sobre el perfil de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.

- La mayoría de los emprendedores tienen entre 31 a 40 años de edad, es casado o conviviente y la mayoría de quienes dirigen la empresa son hombres y sólo tiene educación secundaria.
- La totalidad de los empresarios es dueño de la ferretería.

Sobre las principales características de las MYPES del área de estudio.

- La mayoría de las MYPES tiene entre 2 a 5 años en el mercado y tiene entre 1 a 3 trabajadores.
- La mayoría de las ferreterías es formal ante SUNAT, la totalidad tiene licencia de funcionamiento y la mayoría es persona jurídica y se encuentra en el Régimen Especial de Renta.

Sobre las principales características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.

- La totalidad de las MYPES ha recibido financiamiento, lo ha obtenido del sistema financiero o ha hecho reinversión de utilidades y la totalidad ha invertido en capital de trabajo (mercadería).
- La mayoría de las ferreterías ha obtenido crédito por más de S/. 5000 nuevos soles, pagaron en 12 y 18 meses y la totalidad no tuvieron inconvenientes a la hora de solicitar el crédito.

Sobre las principales características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio.

- La totalidad de las MYPES perciben que han mejorado su rentabilidad y han obtenido rentabilidad de sus inversiones.
- La totalidad de los empresarios de las MYPES perciben que sus Empresas son rentables.

Referencias bibliográficas

Alvarado, J, Portocarrero, F, Trivelli, C, Gonzáles, E, Galarza, F y Venero, H. (2001). El financiamiento informal en el Perú (1ra edición) Lima, Perú: IEP, COFIDE, CEPES.

Bardales, E. (2015, 30 de agosto). El emprendimiento en el Perú: de la necesidad a la oportunidad. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-2141346>

Boletín Empresarial (s.f.). Califican al Perú como el país más emprendedor a nivel mundial. Recuperado de <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=3648>

Cilloniz, F. (2005). MYPQUEÑA EMPRESA CRECE. PROINVERSIÓN. Recuperado de <https://gerenciaempresarial.wikispaces.com/file/view/GERENCIANDO+UN+A+PYME.pdf>

Celdran, D. (2012, 06 de octubre). Análisis de la rentabilidad de la empresa. Recuperado de <http://ambito-financiero.com/rentabilidad-empresa-analisis/>

Coello, R. (2013). Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de nuevo Chimbote, año 2011 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.

Decreto Supremo N° 007-2008-TR (2008, 30 de setiembre). 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 – Ley MYPE.

Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ds008-2008.pdf>

Definición ABC (s.f.). Definición de financiamiento. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

Definición. De. (s.f.). Definición de Emprendimiento. Recuperado de <http://definicion.de/emprendimiento/>

Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (1999). España. Editorial Cultural.

Diez características de un emprendedor exitoso (s.f.). Recuperado de http://www.trabajo.com.mx/10_caracteristicas_de_un_emprendedor_exitoso.htm

Dioses, J. (2015). Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, período 2013-2014 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ancash, Perú.

El Centro Comercial Nicolini se consolida como una marca y anuncia nuevos locales. (s.f.). Recuperado de <http://www.costosperu.com/ap-site-noticias-informacion.php?seccion=¬icia=1268>

Evolución de las EDPYMES. (s.f.). Recuperado de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/bibvirudep/tesis/pdf/1_111_204_70_1031.pdf

FEPCMAC. (2012). Cajas Municipales: Una realidad en microfinanzas con rol social. Recuperado de <http://www.fpcmac.org.pe/files/librofepecmac.pdf>

Gestión. (2016, 19 de abril). Créditos a MYPE en cajas municipales aumentaron 8.4% en marzo. Diario Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/mercados/colocaciones-creditos-mype-cajas-municipales-aumentaron-84-2158904>

Huamán, R. (2014). El financiamiento y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz, 2012 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaráz, Perú.

INEI (2013, 30 de junio). INEI: EL 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas empresas, pero las grandes concentran el 79% de ventas. *Emprende*. Recuperado de <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>

InfoMYPE. (s.f.). Productos financieros EDPYMES. Ministerio de la Producción. Recuperado de <http://www.crecemype.pe/portal/mype/www/productos05.html>

Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. Instituto de Estudios en Educación. ISSN 2011-575X. Recuperado de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

- Lerma, A. Martín, A. Castro, A. Flores, E. Martínez, H. Mercado, C. y Valdés, L. (2007). Liderazgo emprendedor: Cómo se un emprendedor de éxito y no morir en el intento. México: CengageLearning Editores, S.A. Recuperado de <http://books.google.com.pe/books?id=9XCUjcSKhAgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Lezama, M. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro servicios ferretería del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2008-2009. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.
- Panorama Cajamarquino. (2009, 09 de diciembre). Las MYPES: micro y pequeñas empresas. Ráfaga económica. Recuperado de <http://www.panoramacajamarquino.com/noticia/las-mypes-micro-y-pequenas-empresas/>
- Ramírez (2014). El financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la provincia de Piura, 2014 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú.
- Reyes, M., Riquelme, Y., Sotelo, D. y Yáñez, C. (2009). Alternativas de financiamiento para las PYMES en la ciudad de Chillan (Tesis de pregrado). Universidad del BíoBío. Chile.
- Supercias. (s.f.). Tabla de indicadores. Recuperado de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf

Tello, S. (2014). La importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. LEX N° 14- Año XII-2014 – II /ISSN 2313-1861. Lima, Perú.

Villavicencio, J. (2014). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ancash, Perú.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de actividades

Meses	Marzo				Abril				Mayo
	Se m 01	Se m 02	Se m 03	Se m 04	Se m 05	Se m 06	Se m 07	Se m 08	Se m 09
Planteamiento del problema	X								
Presentar antecedentes del estudio		X							
Presentar marco teórico		X							
Elaboración y validación de encuesta		X							
Verificación de procesamiento de información de encuestas		X	X						
Presentar resultados				X					
Presentar Proyecto de tesis						X			
Presentar informe final					X				
Levantar observaciones de informe					X	X			
Presentar artículo científico							X		
Presentar ponencia							X		
Sustentación en salón de clase						X	X		
Sustentación en Prebanca								X	
Sustentación de tesis ante Jurado evaluador									X

Elaboración propia

Anexo 2. Presupuesto

Actividades	Costo S/.
Asesorías	600
Impresiones y copias	200
Compra de material bibliográfico	100
Internet	100
Pasajes	200
Materiales diversos	100
Implementación de encuestas	200
Alimentación	200
Pago de bachillerato	1500
Pago de curso de cocurricular	1700
Pago de Título	1300
Total	6200

Anexo 3. Cuestionario.

Encuesta aplicada a ferreterías del Centro Comercial Nicolini(Pasajes 1 -10), en el distrito de Cercado de Lima.

Sobre el perfil de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.

Nombre de la MYPE

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cuál es su estado civil? Soltero () Casado () Conviviente ()
3. Género : Femenino () Masculino ()
4. ¿Cuál es su grado de instrucción?
Primaria () Secundaria () Técnica () Universitaria ()
5. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la asociación?
Dueño () Administrador ()

Sobre las principales características de las MYPES del área de estudio.

6. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene en el mercado?
7. ¿Con cuántos trabajadores cuenta?
1 a 3 () 4 a 6 ()
8. ¿Qué nivel de formalización tiene?
 - SUNAT
 - Municipalidad
 - Persona Natural
 - Persona Jurídica
9. ¿En qué Régimen tributario se encuentra?
 - Régimen único simplificado.
 - Régimen Especial.
 - Régimen General.

Sobre las características del financiamiento de las MYPES.

10. ¿Ha solicitado crédito?

Si () No ()

11. ¿Cuál fue la fuente de su financiamiento?

- Personal ()
- Familiar ()
- Bancario ()
- EDPYME ()
- Prestamista ()
- Ingresos generados por la empresa ()

12. ¿Cuál fue el destino del préstamo?

- Mejoramiento de la infraestructura del local ()
- Mercadería ()
- Publicidad ()
- Capacitación ()

13. ¿Cuál fue el monto del préstamo?

- 1000 – 2500
- 2501 – 5000
- 5001 – 7500
- 7501 – 10000
- 10001 a más

14. ¿En cuánto tiempo pagó su préstamo?

- 6 meses
- 12 meses
- 18 meses
- 24 meses

15. ¿Tuvo algún inconveniente al solicitar su crédito y de qué tipo?

Si () No ()

16. ¿Mejoraron sus ventas después del financiamiento?

Si () No ()

Sobre las características de la rentabilidad de las MYPES.

17. ¿Mejóro su rentabilidad después del financiamiento?

Si () No ()

18. ¿Percibe que ha obtenido rentabilidad de su inversión?

Si () No ()

19. ¿Considera su empresa rentable?

Si () No ()

Encuesta validada por el Lic. Willy Gastello Mathews.

Anexo 4. Lista de Empresas Encuestadas

N°	NOMBRE DE EMPRESA	RUBRO	Representante	cargo	RUC	DIRECCION
1	Inversiones SanmyPerúEIRL	Venta de pinturas y artículos de limpieza	Ñahue Barreto Silvestre	Titular-Gerente	20555890207	Av. Argentina N° 215 Psje. 38 Bñ-2 .C. Nicolini Lima
2	Importadora Y Distribuidora Jimmy Plast SAC	Distribuidora exclusivo de tubos	Coronel Gavidia JoséAuner	Gerente General	20547962347	Av. Argentina 215-C.C NicoliniPje 1 Pto Au 12 Lima
3	Importaciones & Distribuidora Chelita EIRL	Distribuidora por mayor y menor de cables eléctricos	Barzola Osorio Lisberth Miriam	Titular-Gerente	20549939351	Av. Argentina 215 C.C Nicolini Pasaje 6 Puesto Ba 10-Lima
4	Industrias Nicofer	Pernos y anclajes	HuallpaHuillcasYurima	Gerente General	20557627325	Av. Argentina 327 Psje 4 Secundario Lima
5	Comercial Miguelito	Ventas de tornillos-polea	Sr. Lucila Doralista Hernández	Persona Natural Con Negocio	10108827829	Av. Argentina 327 Int. Q20 Psje 5 Cc Lima
6	Fimare SRL	Fierros y platinas	DyerCulquicondor Ángel Miguel	Gerente General	20101649581	Av. GuillermoDansey N° 441-Lima Lima
7	Juan Carlos & CiaEIRL	Artículos de ferreterías en general	Osorio Pérez Juan Carlos	Titular-Gerente	20549492437	Av. Argentina 339 C.C. Lima
8	Sujeción Y Ajuste	Distribución y venta de productos derivados del fierro	Santiago García García	Persona Natural Con Negocio	10104564815	Av. Guillermo Dansey N! 515 Lima Lima
9	Comercializadora & Importaciones Zósimo SAC	Venta de materiales eléctricos	Medina Peralta Zósimo	Gerente General	20600482794	Av. Argentina 215 Psj 1 Puesto Be-15 Nicolini Lima
10	Comercial Calderón	Venta de pernos,, tarugos plásticos	Calderón Cohagulla Ana	Persona Natural Con Negocio	10095432129	Av. Argentina 215 C.C Nicolini Pasaje 9 Pab. AfPto. 2 Lima
11	Comercial Medina	Ventas de pernos, tornillos, ferretería general	Medina Cercado Grimaniel	Persona Natural Con Negocio	10275578652	Av. Argentina N° 215c.C NicoliniPsje 10 Tda. Ax19 Lima
12	Avancet Olarte EIRL	Ventas de materiales eléctricos, tubo corrugado	Olarte Cucho Walter	Gerente	20492466175	Av. Argentina 215 C.C NicoliniPsje 9 Pab. Ah Psto 1-Lima
13	Inversiones &Ferretería S.J.Y	Venta de materiales eléctricos, tableros eléctricos	Sr. Doris Quispe Borda	Persona Natural Con Negocio	10407084620	Av. Argentina N° 215 Int Ah-1 Lima
14	Implemente Exitos SAC	Tuberías y accesorios, válvulas, materiales de construcción	Córdova Campos Manuel	Gerente General	20549443142	Av. Argentina N° 327 Tienda T-12 Pasaje 3.

15	Industrias Imelin	Tableros eléctricos en general, caja de pase	Sra. Vicuña Quiñones LizethJasmín	Persona Natural Con Negocio	10449297372	Av. Argentina N° 215 Dpto. 46 Int. Bi-10 CcNicolini Lima
16	MatelecPlaimEIRL	Venta de material eléctrico	WilcamangoDiaz Wilmer	Titular-Gerente	20551946615	Av. Argentina N° 215 C.C. Nicolini Pasaje. 4 Tienda A0-24 Lima
17	Almacenes Suarez &Hnos SAC	Ventas de artículos de ferretería en general grifería	Suarez Huamán Didi	Gerente General	20524120055	Av. Argentina N° 215 C CNicoliniInt. K-9 Lima
18	Distribuidora E Importadora RosaluzEIRL	Ventas de tornillos, huachas y clavos	Hernández Leiva Rosa Luz	Titular-Gerente	20600072774	Av. Argentina N° 215- Int. Af-5 Lima-Lima Cc.Nicolini
19	Electro Ferretería D&F EIRL	Ferretería eléctrica alta y baja tensión	Anco Alderete Fredy	Gerente	20510919140	Av. Argentina N° 327 Int. L3-4 Cc. Bello Lima
20	Importaciones & Industriales EIRL	Venta de tubos conduit, soldaduras	Pérez Esteban Saida Liliana	Titular-Gerente	20553387958	Av. Argentina N° 339 Int. E1-6 LA BELLOTA

Anexo 5. Figuras

Sobre el perfil de los emprendedores de las MYPES del área de estudio.

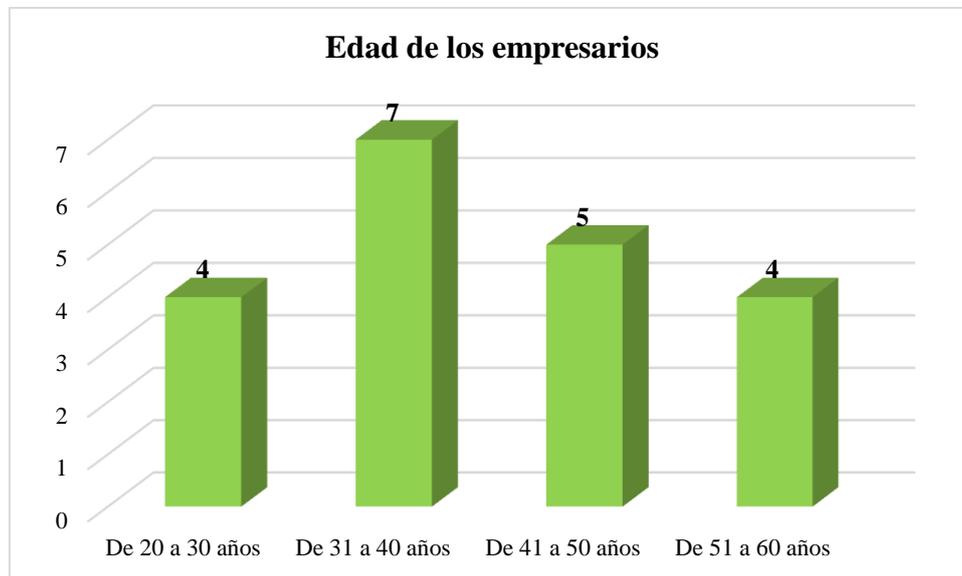


Figura 1. Edad de los empresarios.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

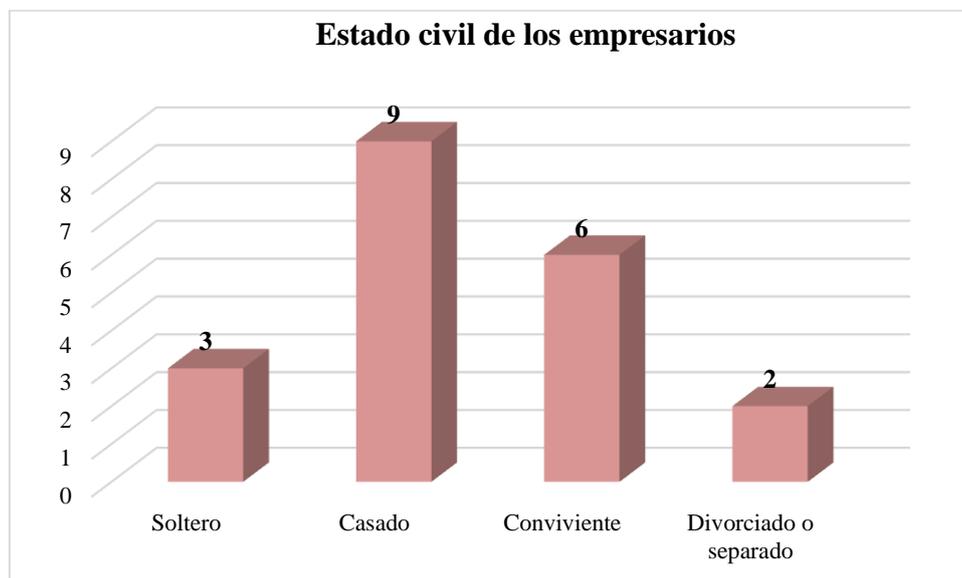


Figura 2. Estado civil de los empresarios.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

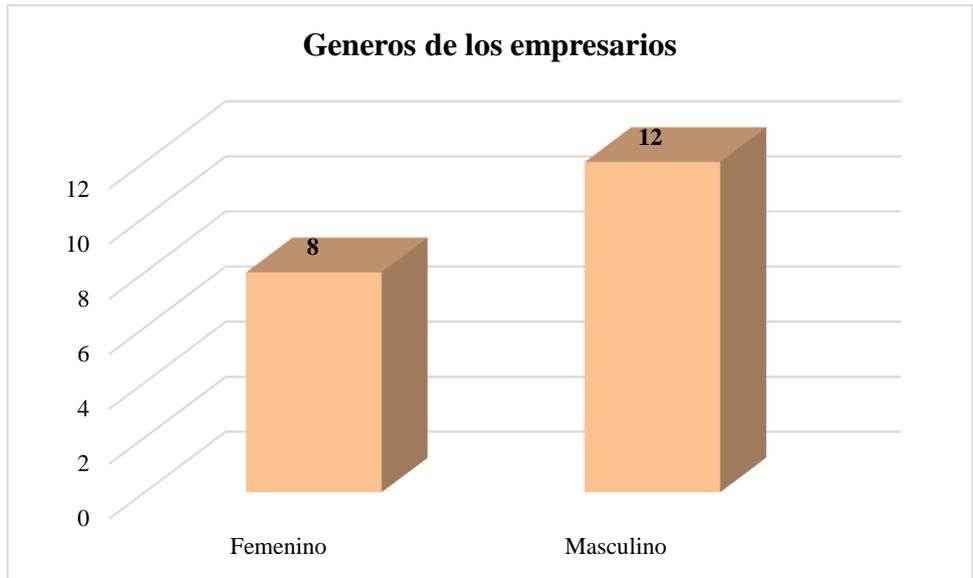


Figura 3. Género de los empresarios.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

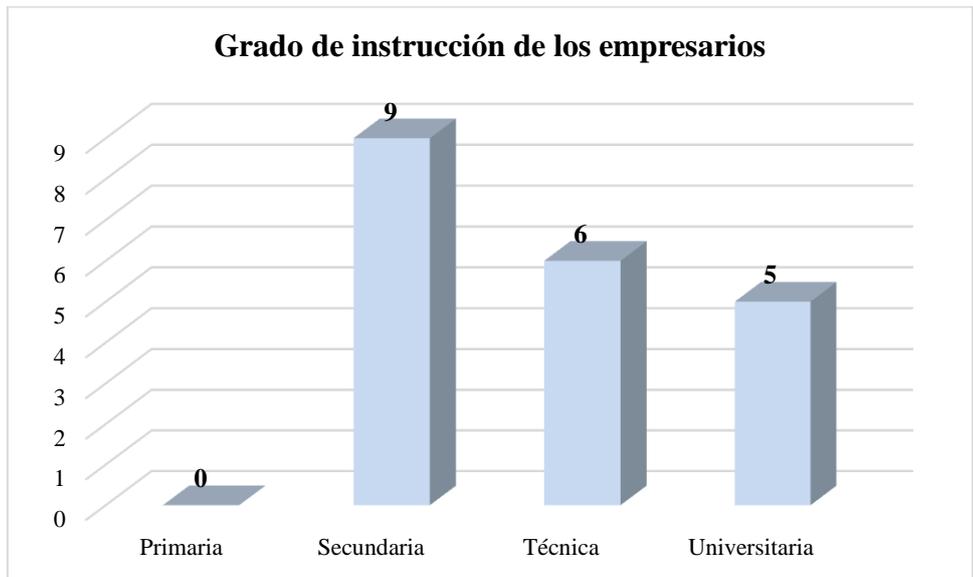


Figura 4. Grado de instrucción de los empresarios.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

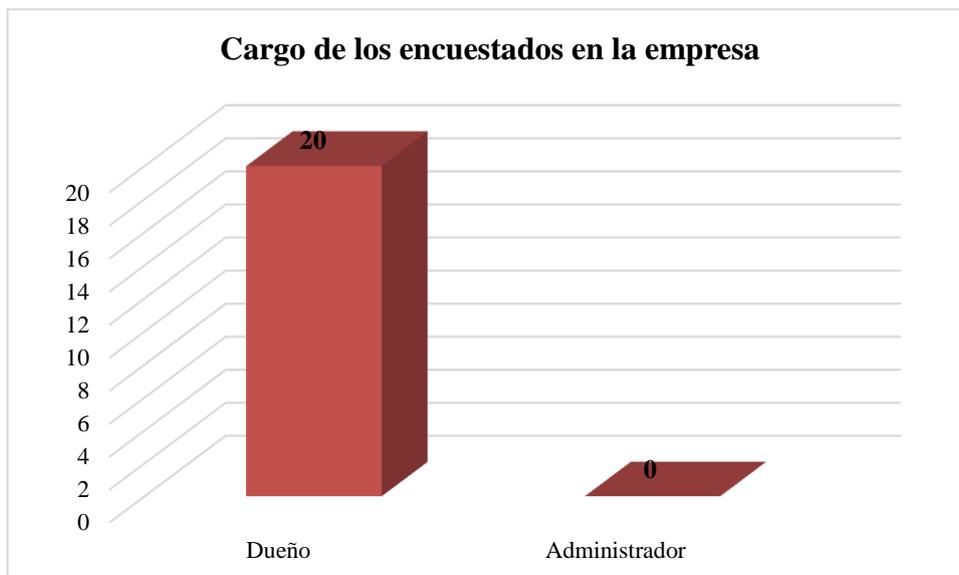


Figura 5. Cargo de los encuestados en la empresa

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Sobre las principales características de las MYPES del área de estudio.

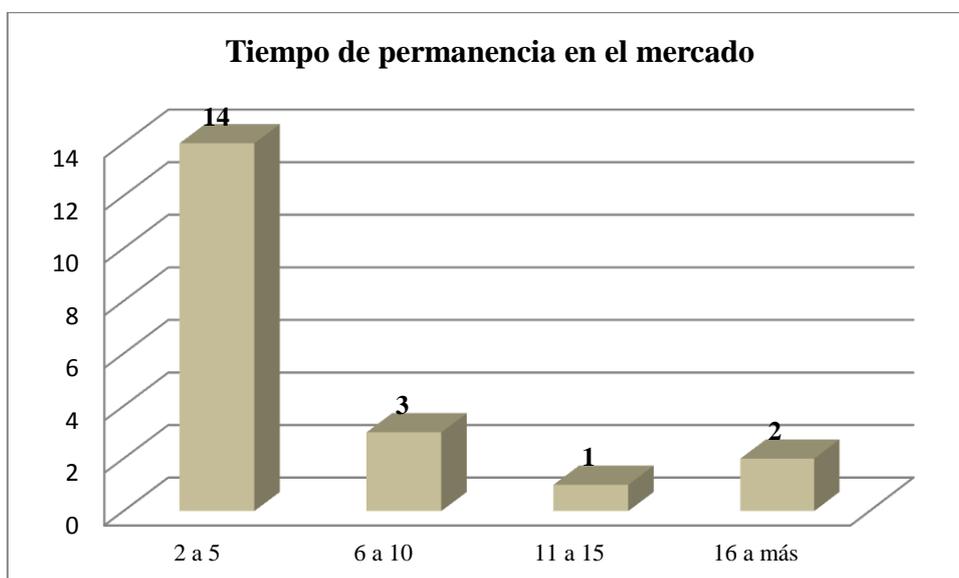


Figura 6. Tiempo de permanencia en el mercado.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

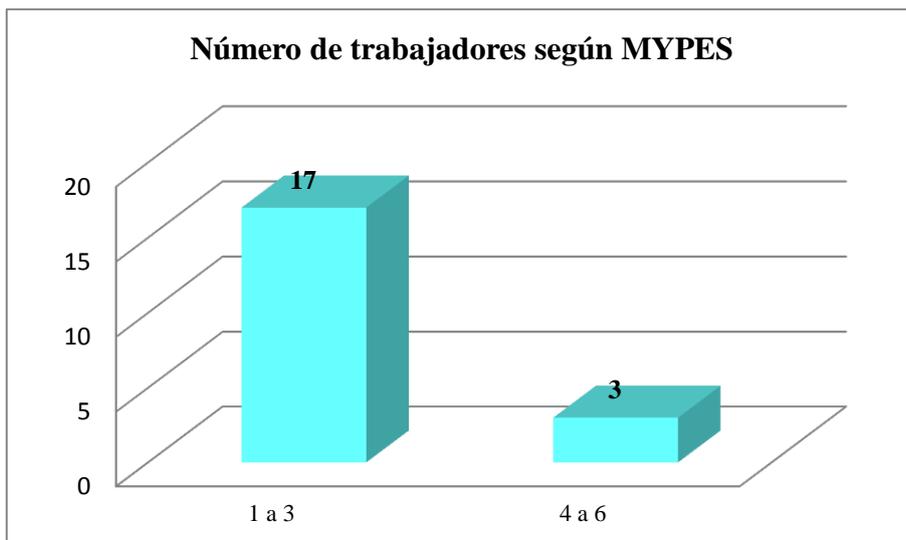


Figura 7. Número de trabajadores según MYPE.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

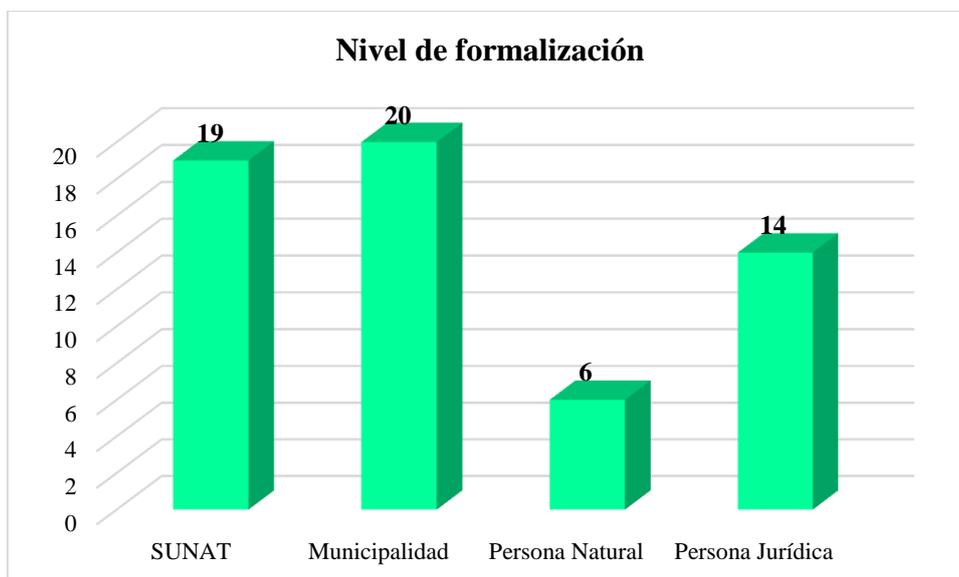


Figura 8. Nivel de Formalización

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

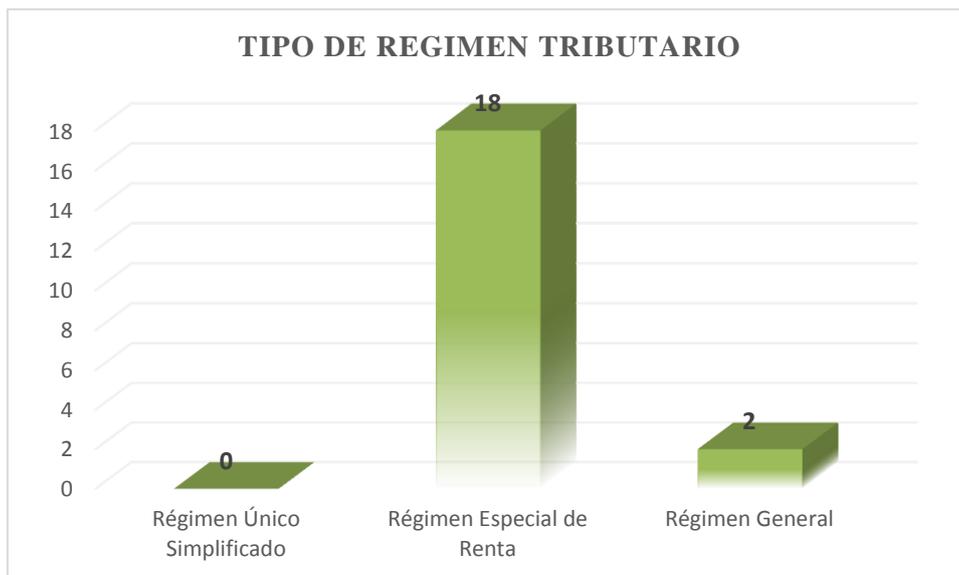


Figura 9. Tipo de Régimen Tributario

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Sobre las principales características del financiamiento de las MYPES.

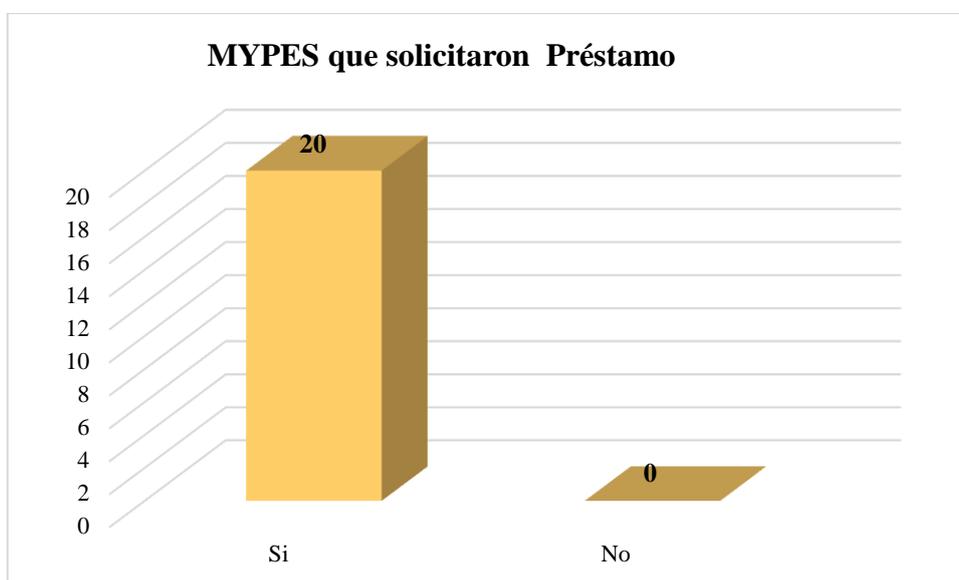


Figura 10. MYPES que solicitaron préstamo.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

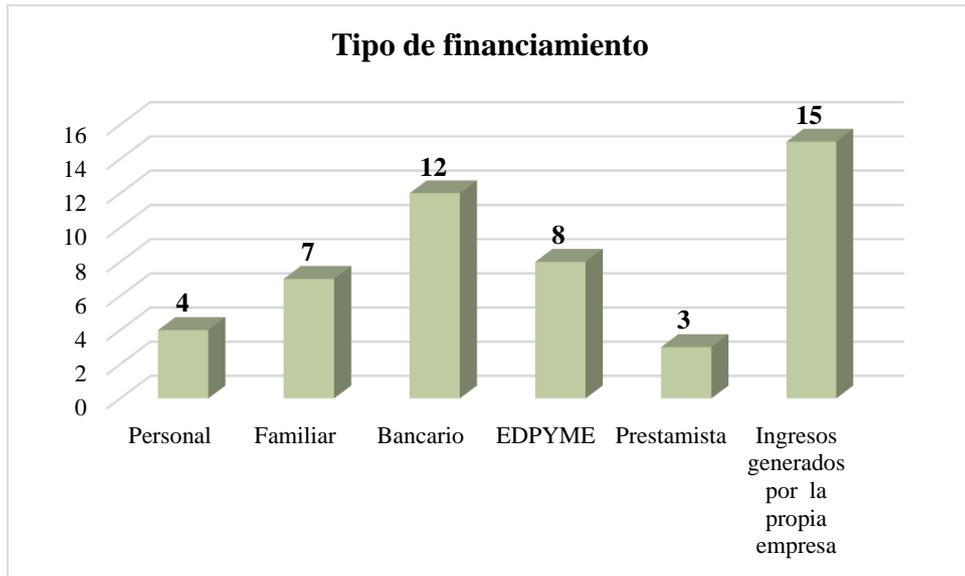


Figura 11. Tipo de Financiamiento

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.



Figura 12. Destino del préstamo

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

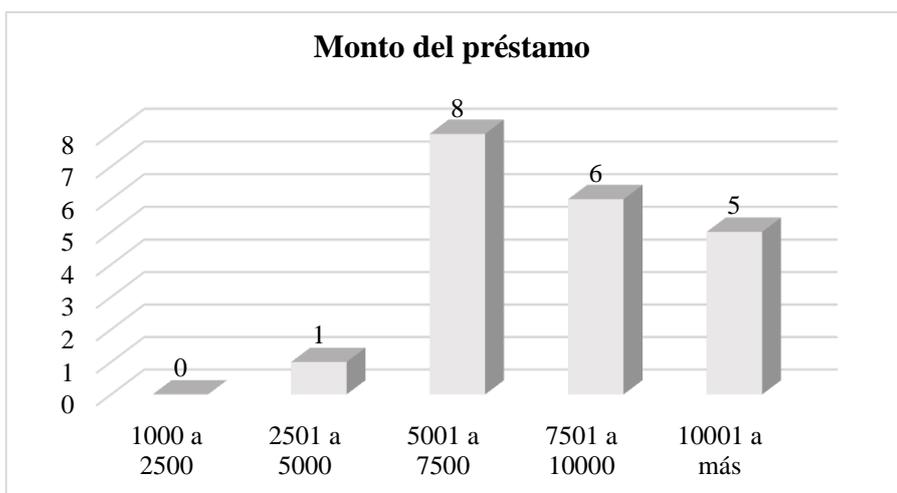


Figura 13. Monto del préstamo

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

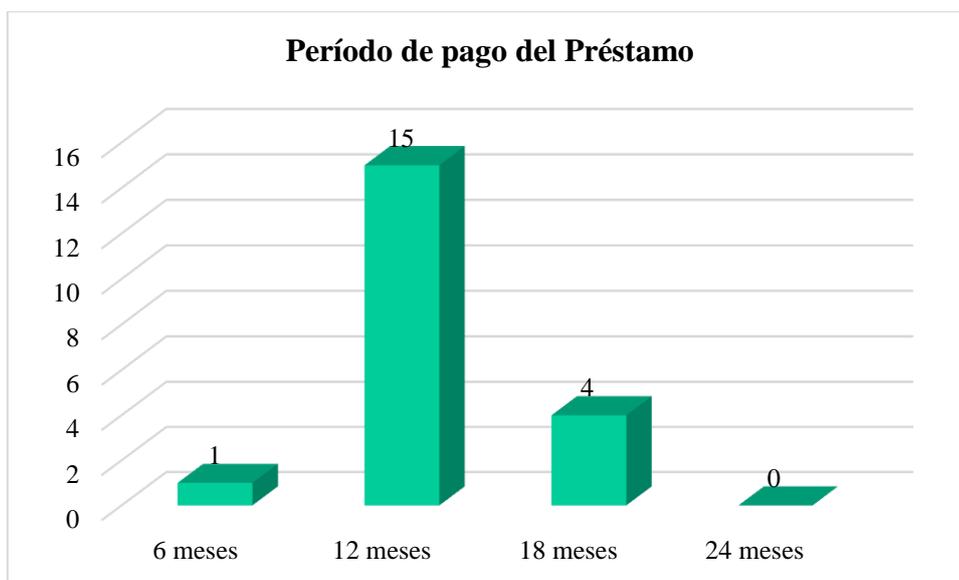


Figura 14. Periodo de pago del préstamo.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

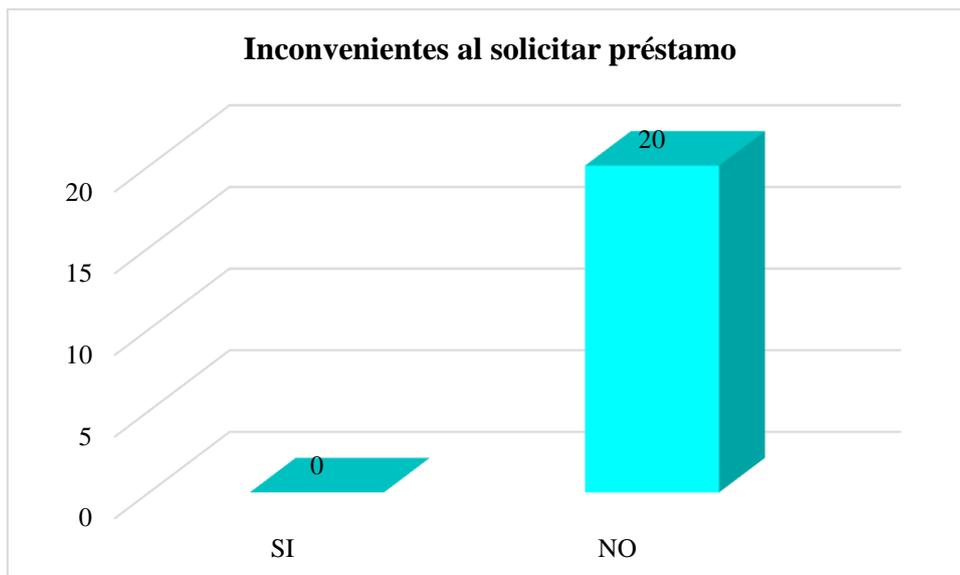


Figura 15. Inconvenientes al solicitar préstamo.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

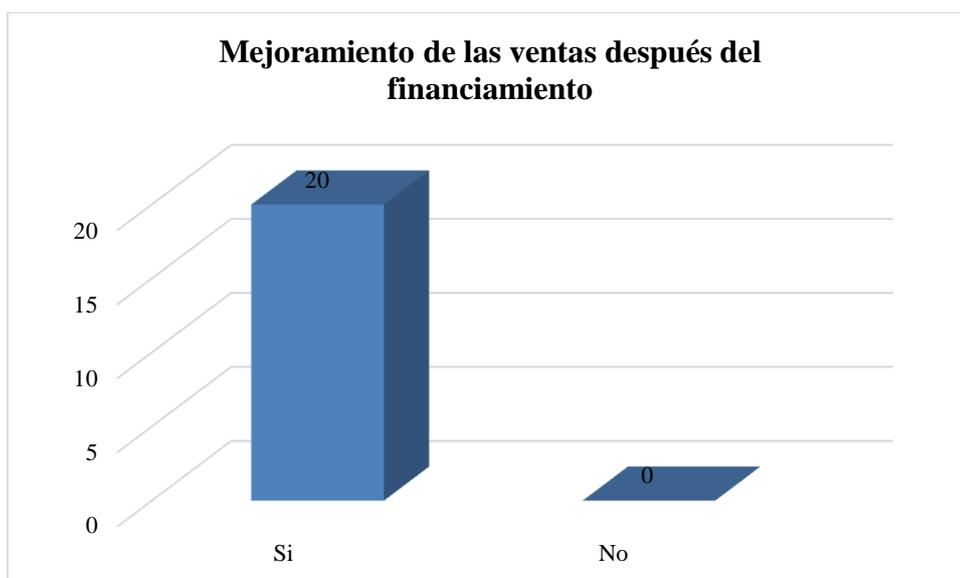


Figura 16. Inconvenientes al solicitar préstamo.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

Sobre las principales características de la Rentabilidad de las MYPES.

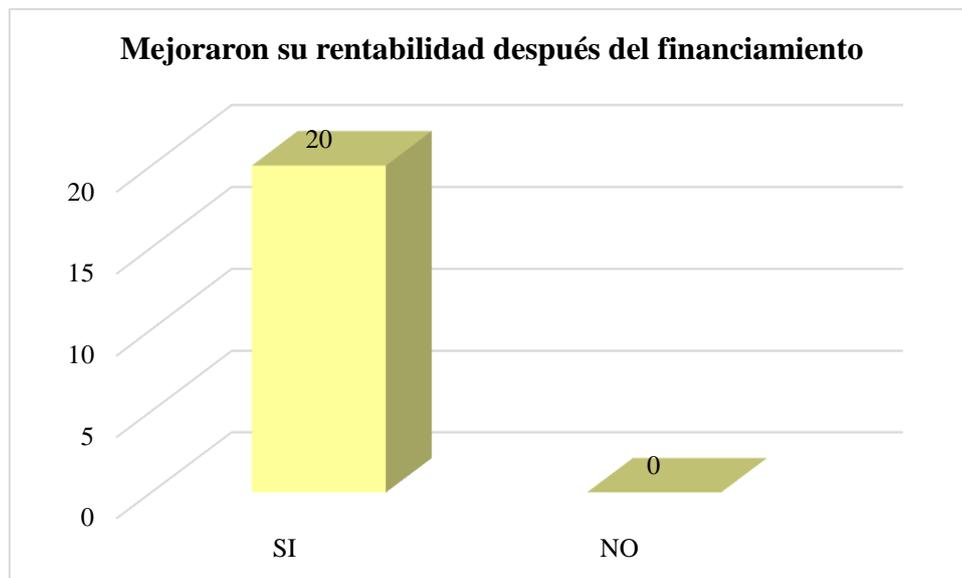


Figura 17. Mejoraron su rentabilidad después del financiamiento

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

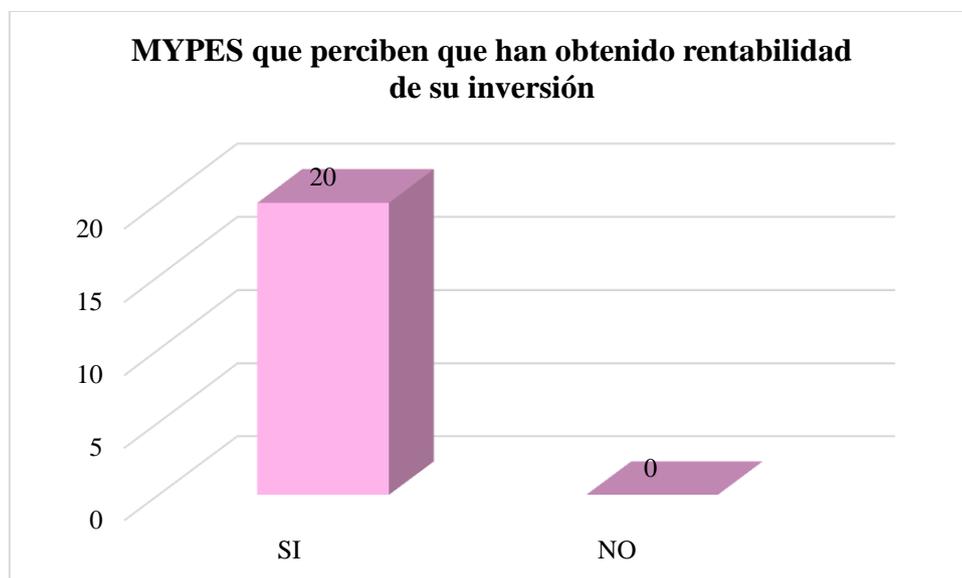


Figura 18. MYPES que perciben que han obtenido rentabilidad de su inversión.

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.

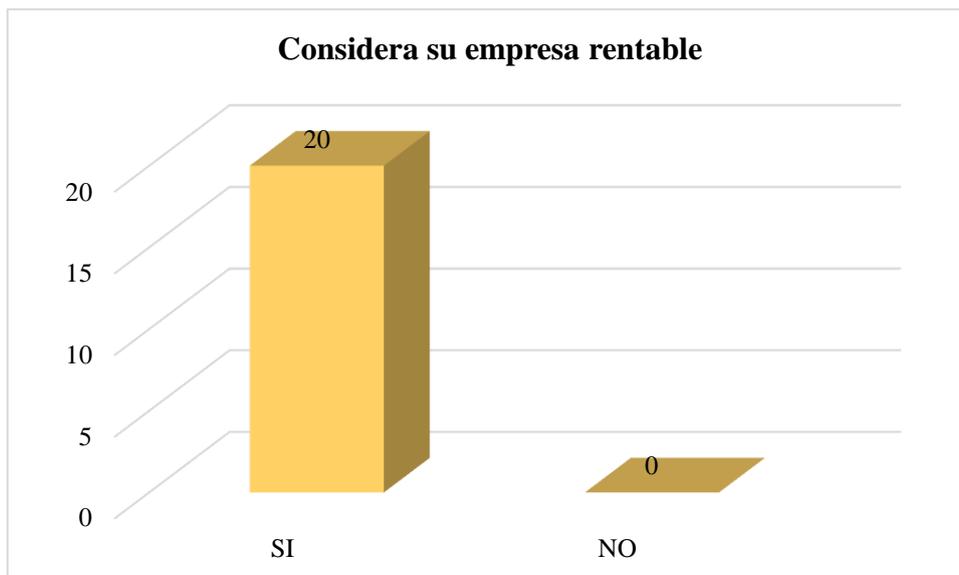


Figura 19. Considera su empresa rentable

Fuente: Cuestionario aplicado a Microempresarios que participan en la investigación, 2015.