



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Tesis de grado para optar el Título Profesional de Contador
Público; denominada:

**INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS EN EL
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO JOSÉ QUIÑONES
GONZALES DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2015.**

AUTOR:

BACH. MARIA CRISTINA BENITES RAMON

ASESOR:

MBA. ALFREDO BUENAVENTURA DÍAZ JAVE

PIMENTEL – PERÚ

2015

DEDICATORIA

La presente investigación de manera muy especial a Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y facilitándome fortaleza para continuar.

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi sustento en todo momento, poniendo su entera confianza en cada desafío que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A mis profesores, que gracias a su ayuda y motivación, estoy adquiriendo habilidades necesarias para mi desarrollo profesional.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Una eterna gratitud a DIOS, por la vida, la salud y el amor que todos los días me ha facilitado, por ser la luz en mi camino y porque me ha dado la fuerza para no desistir.

A mi familia, gracias por estar conmigo todos los días y por ser mi apoyo en todo momento.

A la Universidad Señor de Sipán por proporcionarme una formación de calidad e inculcarme la doctrina del servicio a la sociedad.

Y un agradecimiento especial a mis asesores, quienes tuvieron la paciencia y dedicación para apoyarme en la culminación del presente trabajo de investigación.

La Autora

ÍNDICE

	Pg.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. Situación Problemática:	4
1.2. Formulación del Problema.....	13
1.3. Justificación e Importancia.....	13
1.4. Delimitación de la Investigación.....	14
1.5. Limitaciones de la Investigación.	14
1.6. Objetivos.	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de estudio	17
2.2. Sistemas Teórico - Conceptuales.....	28
2.3. Definición de Términos Básicos:.....	58
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1. Tipo y diseño de la investigación:	62
3.1.1. Tipo de la investigación:	62
3.1.2. Diseño de la investigación:	62
3.2. Población y muestra.	62
3.2.1. Población.....	62
3.2.2. Muestra.	63
3.3. Hipótesis.....	64
3.4. Variables.	64
3.5. Operacionalización:	65

3.6.	Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos.	68
3.7.	Procedimientos para la recolección de datos:.....	69
3.8.	Análisis estadístico e interpretación de los datos.	69
3.9.	Principios éticos:.....	70
3.10.	Criterios de rigor científico:	70
CAPÍTULO IV:ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		
4.1.	Análisis de Fiabilidad.	73
4.2.	Resultados en tablas y gráficos.	74
4.3.	Discusión de los resultados.	96
CAPÍTULO V:PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN		
CAPÍTULO VI:CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
6.1.	Conclusiones.....	109
6.2.	Recomendaciones.....	111
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....		113
ANEXOS.....		120

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1:	Análisis FODA de las Instituciones Microfinancieras	37
Cuadro N° 2:	Empresas formales, según estrato empresarial.....	52
Cuadro N° 3:	Microempresas formales según regiones	53
Cuadro N° 4:	Evolución de las Mipymes formales..... ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 5:	Mipymes formales según regiones	55
Cuadro N° 6:	Proporción de empresas formales por estrato	56
Cuadro N° 7:	Análisis de Fiabilidad.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Sector al que pertenece su negocio	74
Tabla N° 02: Antigüedad del negocio.....	75
Tabla N°03: Motivos para formar su negocio	76
Tabla N° 04: Recursos con los que inició el negocio.....	77
Tabla N° 05: Monto con el que inició su negocio.....	78
Tabla N° 06: Negocio está ganando o no.....	79
Tabla N° 07: Entidades financieras otorgan préstamos o microcréditos.....	80
Tabla N° 08: Solicitud de microcréditos	81
Tabla N° 09: Entidad financiera a la que acudió para solicitar un microcrédito	82
Tabla N° 10: Requisitos al otorgar microcréditos	83
Tabla N° 11: Aprobacion del préstamo o crédito solicitado	84
Tabla N° 12: Razones por las que no lo atendiero	85
Tabla N° 13: Destino del financiamiento obtenido.....	86
Tabla N° 14: Problemas para devolver crédito más carga financiera	87
Tabla N° 15: Influencia de los microcréditos en las ventas del negocio	88
Tabla N° 16: El microcrédito en su situación económica.....	89
Tabla N° 17: Optar por solicitar nuevamente un microcrédito	90
Tabla N° 18: Entidad financiera que apoye a las microempresas	91
Tabla N° 19: Los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial	92
Tabla N° 20: Entidades financieras deben visitar el mercado José Quiñones G.....	93
Tabla N° 21: Prueba de Hipótesis.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01: Sector al que pertenece su negocio.....	74
Gráfico N° 02: Antigüedad del negocio	75
Gráfico N°03: Motivos para formar su negocio.....	76
Gráfico N° 04: Recursos con los que inició el negocio	77
Gráfico N° 05: Monto con el que inició su negocio	78
Gráfico N° 06: Negocio está ganando o no.....	79
Gráfico N° 07: Entidades financieras otorgan préstamos o microcréditos	80
Gráfico N° 08: Solicitud de microcréditos.....	81

Gráfico N° 09: Entidad financiera a la que acudió para solicitar un microcrédito	82
Gráfico N° 10: Requisitos al otorgar microcréditos	83
Gráfico N° 11: Aprobacion del préstamo o crédito solicitado	84
Gráfico N° 12: Razones por las que no lo atendiero	85
Gráfico N° 13: Destino del financiamiento obtenido	86
Gráfico N° 14: Problemas para devolver crédito más carga financiera	87
Gráfico N° 15: Influencia de los microcréditos en las ventas del negocio	88
Gráfico N° 16: El microcrédito en su situación económica	89
Gráfico N° 17: Optar por solicitar nuevamente un microcrédito	90
Gráfico N° 18: Entidad financiera que apoye a las microempresas	91
Gráfico N° 19: Los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial	92
Gráfico N° 20: Entidades financieras deben visitar el mercado José Quiñones	93

RESUMEN

Las microfinanzas constituyen una herramienta necesaria para el desarrollo económico y empresarial de las MYPE, debido a ello, un grupo de microempresarios que laboran en el mercado José Quiñones Gonzales, han dedicado recurrir al sector microfinanciero, con el fin de mejorar su situación económica. Por eso se formuló la siguiente pregunta: ¿Cuál sería la influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo – 2015?, el mismo que tiene como objetivo determinar la influencia de las Microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes de este mercado. Esta investigación es de tipo descriptiva, correlacional no experimental, bajo un enfoque cuantitativo, aplicado a una población de 125 comerciantes, de donde se extrajo una muestra probabilística de 83, utilizando los instrumentos de investigación como la guía de observación, cuestionario y el fichaje documental correspondiente. La información recopilada de estos instrumentos fue procesada en un ordenador utilizando el Programa Estadístico SPSS versión 23, en donde los datos fueron tabulados, graficados e interpretados. Los resultados revelaron que las Microfinanzas influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes de este mercado, ya que a través de los microcréditos obtenidos, los comerciantes están creciendo de manera económica e integral, logrando un cambio favorable en sus vidas y la de sus familias. Sin embargo es necesario que el Estado y las Instituciones Microfinancieras promuevan y ejecuten programas de capacitación empresarial para las MYPE de manera constante, para educarlas y sensibilizarlas en cuanto a temas de gestión empresarial.

Palabras clave: microfinanzas, microcréditos, Instituciones Microfinancieras, desarrollo empresarial.

ABSTRACT

Microfinance is a necessary tool for economic and business development of MYPES, because of this, a group of entrepreneurs who work in José Quiñones Gonzales market, have dedicated to resort to the microfinance sector in order to improve their economic situation. For that reason, the following question was asked: What would be the impact of microfinance in the business development of traders of José Quiñones Gonzales market, Chiclayo - 2015? The same that has as an objective: to determine the influence of Microfinance in business development traders in this market. This research is descriptive, not experimental and correlational under a quantitative approach, applied to a population of 125 wholesalers, where a random sample of 83 were extracted, using research tools such as observation guide, questionnaire and documentary signing corresponding. The information collected from these instruments was processed on a computer using the Statistical Program SPSS version 23, where the data were tabulated, graphed and interpreted. The results revealed that Microfinance positively influence in the business development of the traders of this market. Since they obtained microcredit, traders are growing economic and comprehensive manner, achieving a favorable change in their lives and their families. However it is necessary that the state and microfinance institutions promote and implement business training programs for MYPES steadily, to educate and sensitize them, regarding issues of corporate governance.

Keywords: microfinance, microcredit, microfinance institutions, business development

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación: influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo-2015, ha sido elaborado con el fin de analizar si las microfinanzas realmente permiten mejorar la situación económica y el nivel de vida de sus beneficiarios, tal como lo señala Vásquez (2014), quien manifiesta que las microfinanzas son una herramienta muy eficaz para los microempresarios, no solo porque les permite acceder a un financiamiento, generando mayores ingresos y mejorando de esta manera sus condiciones de vida y las de sus familias, sino que además, les brinda una oportunidad para desarrollar todo su potencial y habilidades en la creación de nuevos negocios o proyectos, lo que influirá en su autoestima, y en poder establecerse una proyección futura.

Es por ello que se formuló el siguiente problema: ¿Cuál sería la influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo – 2015?, teniendo como objetivo determinar la influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de estos comerciantes, el mismo que nos permitió plantear la siguiente hipótesis: Las microfinanzas influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes de este mercado.

Para una mayor comprensión del trabajo de investigación, éste ha sido desarrollado bajo la siguiente estructura:

Capítulo I: denominado Problema de Investigación, contiene la situación problemática, formulación del problema, delimitación de la investigación, justificación e importancia, las limitaciones y los objetivos.

El capítulo II: Marco Teórico, contiene los antecedentes de estudio, las bases teóricas científicas, y definición de términos básicos (marco conceptual).

En el capítulo III: llamado Marco Metodológico, se estableció el tipo y diseño de investigación, se determinó la población y muestra, se planteó la hipótesis con sus respectivas variables; se explicaron los métodos, técnicas e instrumentos de investigación utilizados, así como los procedimientos para la recolección de datos y su análisis estadístico, concluyendo con el desarrollo de los principios éticos y el establecimiento de los criterios de rigor científico.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de los Resultados; en este capítulo se analizaron los resultados en tablas y gráficas, y se efectuó la discusión de los resultados.

El capítulo V: Propuesta de investigación; se desarrolló como aporte del presente trabajo de investigación una propuesta que va a permitir a las instituciones microfinancieras conocer algunos aspectos en los que deberían mejorar para seguir brindando un apoyo a las microempresas.

En el capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones; se desarrollaron las conclusiones a las que se llegó en la investigación, acompañada de sugerencias útiles tanto para los microempresarios como para las instituciones microfinancieras.

Pongo a disposición del público lector el presente trabajo de investigación para que se realice las críticas constructivas que considere necesaria, las mismas que ayudarán a mejorar el tema investigado.

La Autora

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Situación Problemática:

Internacional.

La Organización de las Naciones Unidas – ONU. (2010). Menciona que el microcrédito y su impacto en la economía ha sido objeto de amplio debate a lo largo de los últimos años y sobre éste se han hecho numerosos estudios acerca del impacto generado en las economías de los países que lo han implementado como uno de los mecanismos para reducir los niveles de pobreza y la inequidad social. La erradicación de la pobreza es precisamente el eje fundamental sobre el que se creó el modelo del microcrédito el cual proporciona oportunidades de acceso al crédito a personas que por su situación económica no estaban siendo atendidas por el sistema financiero tradicional.

En diciembre de 1998 la ONU declaró al 2005 como el año internacional del microcrédito, buscando con ello que los gobiernos implementaran programas para la erradicación de la pobreza y fomentaran el trabajo por cuenta propia y la generación de ingresos, mediante el acceso a créditos y otros servicios financieros.

Las definiciones sobre el microcrédito, son variadas y dependen mucho de la normatividad de cada país, en muchos países, principalmente en vía de desarrollo, es un crédito especial destinado a apoyar a las pequeñas y medianas empresas y han puesto todas sus expectativas de lograr crecimiento económico en el fomento y fortalecimiento del sector microempresarial, facilitando el acceso al crédito, ya que se considera que una de las causas de la pobreza, es la imposibilidad que tienen las personas de más bajos ingresos de acceder a los mercados financieros y a las nuevas tecnologías que faciliten el fortalecimiento de sus procesos productivos y los coloque en mejores condiciones de competencia. (La Organización de las Naciones Unidas – ONU, 2010).

Sin embargo, es importante anotar que la sola colocación de recursos no es suficiente para fortalecer el sector microempresarial, se requiere de una serie de

servicios complementarios de capacitación y asesoría que le permitan al microempresario llegar a un nivel de formalidad tal que le proporcione mayores posibilidades para su futuro desarrollo. Si bien el microcrédito ha tenido una amplia aceptación y son muchísimas las personas que lo ven como una de las principales herramientas de lucha contra la pobreza, aún no se ha determinado el impacto real que los programas de microcrédito han tenido en sus beneficiarios y en las economías de los países que lo han implementado. Por lo que actualmente existe un creciente interés en medir el impacto y en determinar la viabilidad financiera de los programas de microcrédito.

La revista *El entorno de las Microfinanzas* (2011). Informa que las microfinanzas han surgido en las últimas décadas en respuesta a la falta de acceso a servicios financieros formales para la mayoría de pobres del mundo. Las instituciones de microfinanzas (IMFs) atienden a un número cada vez mayor de clientes de escasos recursos, pero la demanda de dichos servicios es aún muy superior a la capacidad de esas instituciones. Para satisfacer esa demanda, la mayoría de las IMFs hace planes para ampliar la cobertura de sus servicios.

En las últimas dos décadas la microfinanciación ha sido considerada un importante instrumento para luchar contra la pobreza, ya que al facilitar el acceso de los hogares pobres a servicios financieros formales puede contribuir a mejorar sus condiciones de vida y promover el desarrollo económico. Además, muchos consideran que es eficiente, dado que algunas instituciones creadas por la conversión de organizaciones no gubernamentales en microbancos (upscaling) han mostrado que es posible dar servicio financiero a esos hogares y a la vez cubrir los costos, e incluso, lograr una moderada rentabilidad.

Las microfinancieras de América Latina cargan con un “legado” de problemas que se hicieron evidentes hace cinco años y aún no se resuelven en forma definitiva. El principal de ellos es la falta de servicios microfinancieros, precisamente en aquellos lugares donde habita el mayor número de pobres de la región. Este “problema de país grande” es característico de Argentina, Brasil y Venezuela, donde hay siete millones de usuarios potenciales de las

microfinanzas, cuando éstas sólo llegan a 300.000 personas. Estos países donde habita el 70% de los pobres no cuentan con un modelo para prestar estos servicios en gran escala. En cambio en países de tamaño mediano (Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Perú, Paraguay y la República Dominicana), de 2,4 millones de clientes potenciales, las IMFs atienden a 1,5 millones de clientes activos. Y en la mayoría de países más pobres de la región (Bolivia, El Salvador, Honduras y Nicaragua), las microfinancieras exhiben un desempeño superior, pues atienden a 01 millón de personas cuando la cifra potencial de clientes es de 600.000 (se explica porque clientes toman créditos en más de 01 institución). (El entorno de las Microfinanzas, 2011).

La revista El Boom de las Microfinanzas. (2007). Menciona que el valor fundamental de las microfinanzas reside en su capacidad de estimular el espíritu de iniciativa y de generar la posibilidad de una mejor vida para millones de individuos con gran espíritu de trabajo, que en la actualidad carecen de acceso al sistema financiero formal. Así, trascienden los parámetros de ingresos y balances: convierten la esperanza en ganancias, las ganancias en oportunidades y las oportunidades en un crecimiento económico sostenible para las familias y las comunidades en que estas se insertan.

La demanda de servicios financieros entre los clientes ha sido uno de los motores principales de las microfinanzas latinoamericanas desde sus comienzos. Hasta cierto punto, las instituciones de microfinanzas especializadas del mundo comparten esta característica, dado que todas tienen como misión subyacente mejorar el bienestar del grupo destinatario. En respuesta a la demanda de los clientes y a sus propias capacidades, la mayoría de estas instituciones en América Latina comenzó por ofrecer créditos y luego amplió la gama de servicios, tras perfeccionar la tecnología crediticia.

Actualmente, ofrecen una gama de productos para micro y pequeñas empresas: crédito individual y colectivo, préstamos para inversión, hipotecarios y de consumo, y líneas de crédito. Las operaciones de depósito incluyen varios tipos de cuentas: cuentas de ahorro con libreta, depósitos a plazo fijo en distintas

monedas y cuentas corrientes. Algunas también ofrecen otros tipos de servicios, tales como transferencias y remesas nacionales e internacionales, cambio de divisas, cobro de servicios públicos (agua, electricidad y teléfono, de prestadores privados o públicos), cobro de impuestos locales e incluso documentos hipotecarios, tales como pagarés e instrumentos de deuda.(El Boom de las Microfinanzas, 2007).

Uno de los secretos de las microfinanzas de América Latina y de otras partes del mundo es la lealtad del cliente. Las instituciones tienen en claro que, para las entidades financieras, el tiempo dedicado a la interacción más un buen servicio es sinónimo de confianza, y eso se traduce en lealtad. Conocen bien a sus clientes y hacen sus tareas de modo tal que los productos que ofrecen satisfagan sus necesidades y los hagan sentirse valorados.

La Guía sobre Microfinanzas en América Latina (2011).Menciona que en América Latina, las microfinanzas surgieron con un enfoque distinto: otorgar crédito para satisfacer las necesidades de los empresarios de pequeña escala. En este contexto, las reformas financieras de los años noventa fueron esenciales ya que crearon un entorno de negocios adecuado, gracias al cual las microfinanzas se convirtieron en un negocio sostenible y próspero que podía asumir diferentes operaciones.

No obstante, las reformas del sector financiero no fueron los únicos elementos necesarios ya que el público objetivo de las microfinanzas en América Latina suelen ser los pobres, quienes no llevan registros comerciales y no cuentan con garantías reales y confiables. Las reformas necesitaron ser adaptadas a las instituciones que ofrecen microcrédito, especialmente en cuanto a gestión del riesgo, productos ofrecidos y aspectos institucionales. La capacidad de los países para implementar estas reformas creó un sólido contexto institucional que permitió la expansión de las microfinanzas.

La adaptación de metodologías, productos y servicios fue importante para el éxito de las microfinanzas. Las técnicas y los productos crediticios ofrecidos varían según la zona y los clientes de esa jurisdicción. El enfoque que predomina

es el préstamo individual, pero también hay otros enfoques como préstamos grupales (Brasil, Colombia) y banca comunal (México, Perú). La tecnología también fue clave para facilitar la sostenibilidad financiera de las microfinanzas. Los agentes de crédito están capacitados para abordar las necesidades de los clientes de la mejor manera posible y reciben incentivos para el fortalecimiento de sus capacidades. El nivel de confianza alcanzado entre el personal y los clientes, conjuntamente con una serie de tecnologías que reducen los costos de transacción, hacen que el monitoreo sea eficiente en cuanto a costos y mejoran el acceso al financiamiento. Todo esto es lo que ha contribuido a que las microfinanzas sean una actividad rentable en América Latina. (Guía sobre Microfinanzas en América Latina, 2011)

Nacional.

La revista El microfinanciero (2013). Menciona que en el Perú, las Instituciones Microfinancieras (IMF) tienen un rol importante en la economía, pues son las que constantemente incrementan la oferta de recursos financieros -principalmente créditos-, hacia segmentos medios y pobres de la población, permitiéndoles de esta manera el aprovechamiento de oportunidades de negocios y mejoramiento de sus niveles de vida.

Alrededor de hace doce años, el sector microfinanciero intermediaba menos de S/. 4,000 millones de nuevos soles, y actualmente la cifra bordea los S/. 28,000 millones en créditos. De este monto, el 40% de las colocaciones corresponden a las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), de acuerdo con información de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) a junio de este año. La cifra da cuenta de la importancia de estas entidades en la mencionada oferta financiera, que permite una manera efectiva de lograr la inclusión y obtener ese acceso a capital que requieren las familias para salir de la pobreza.

Los beneficiarios de las microfinanzas son principalmente las personas de bajos ingresos y microempresarios, tanto en áreas urbanas como rurales. Esto implica la verdadera descentralización financiera, porque brindan créditos que

posibilitan el mejoramiento de las condiciones de vida de gran parte de la población y de las posibilidades de desarrollo de actividades productivas no atendidas por los bancos en provincias y en las zonas rurales. Esta afirmación se comprueba porque el 91% de sus colocaciones directas de las CMAC (S/. 10,140 millones de nuevos soles) se realizan en el interior del país como parte del proceso de descentralización financiera que representan actualmente las CMAC en el Perú. (El microfinanciero, 2013).

La revista Microscopio Global (2014). Nos da a conocer que el Perú ocupa por séptimo año consecutivo el primer lugar en la clasificación global entre 55 economías emergentes dedicadas a brindar el mejor contexto para las microfinanzas. Nuestro país alcanzó un puntaje de 87 sobre 100, seguido por Colombia con 85 puntos y Filipinas con 79 puntos, manteniendo su liderazgo gracias a su avanzado marco legal y regulatorio, así como por su competitividad en el sector de las microfinanzas.

Perú registró puntajes destacados en capacidad de regulación y supervisión para la inclusión financiera, regulación prudencial, regulación y supervisión de carteras de crédito, regulación y supervisión de actividades de captación de depósitos, requisitos para entidades de crédito no reguladas, sistemas de información crediticia y mecanismos de reclamación y de resolución de controversias en microfinanzas.

Perú sigue siendo líder en el desarrollo de estrategias innovadoras y coordinadas en la promoción de la inclusión financiera con objetivos como una creciente penetración bancaria, una mejora de la educación financiera, la reducción de costos de transacción y el fomento del uso de la tecnología. (El Microscopio Global, 2014).

La revista El Microfinanciero (2014). Informa que el Perú es el país con las mejores condiciones para las microfinanzas en América Latina, siendo las mismas un gran mecanismo en este país para combatir la pobreza y la informalidad empresarial. La industria de las microfinanzas se muestra sólida, lo que impide

que se generen problemas graves en cuanto a su sostenibilidad y viabilidad institucional. El éxito del sector microfinanciero en este país se corresponde a que se han desarrollado diversas estrategias crediticias para la captación de microdepósitos y la provisión de servicios de manera directa o con la intervención de terceros, junto con un marco jurídico estable, órganos de regulación sofisticados y un compromiso claro del gobierno por hacer uso de las microfinanzas para ampliar el acceso al financiamiento de la población más vulnerable.

Perú posee un mercado dinámico gracias a las diversas organizaciones microfinancieras que existen en el mismo, Entidades de Desarrollo de la Pequeña y la Mediana Empresa (EDPYME), Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), cooperativas de ahorro y crédito, y bancos comerciales; actualmente según el MIX MARKET cuenta con setenta instituciones microfinancieras en el país. La gran diferencia entre las EDPYME y las CMAC y CRAC es que estas últimas pueden captar depósitos, y las tres constituyen una opción para la formalización de las Organizaciones No Gubernamentales (no supervisadas por la SBS).

La norma legal fundamental que regula el sistema bancario y financiero, incluyendo las microfinanzas en Perú, es la Ley del Sistema Financiero y de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, Ley N° 26702. Según el artículo 345 de la mencionada ley, la Superintendencia de Banca y Seguros es una institución constitucionalmente autónoma y con personería de derecho público, cuyo objeto es proteger los intereses del público en el ámbito de los sistemas financiero y de seguros. Ejerce en el ámbito de sus atribuciones, el control y la supervisión de las empresas conformantes del Sistema Financiero y Sistema de Seguros y de las demás personas naturales y jurídicas incorporadas por esta ley o por leyes especiales, de manera exclusiva en los aspectos que le corresponda. (El Microfinanciero, 2014).

Parte del éxito del desarrollo de las microfinanzas en Perú se debe a los requisitos exigidos por la SBS para las entidades microfinancieras reguladas; auditorías externas, publicación de los estados financieros, tasas de interés efectivas y las comisiones.

La Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (2015). Comenta, que en el año 2000 a las instituciones microfinancieras les iba muy bien. Para las cajas municipales, EDPYMES y Mi banco, los primeros años de la década fueron de rápido crecimiento. Entre 2000 y 2002 la clientela combinada de estas entidades creció en 39%, y la cartera combinada de créditos se incrementó en 67%. Las cajas rurales mostraron una expansión sostenida de su cartera del 23%, pero su base de clientes disminuyó en 28% con respecto al año 2001.

Cuando empezó el boom de la economía peruana en el año 2003, las instituciones de microfinanzas acumulaban un comprobado récord de éxitos, el crecimiento del PBI alcanzó el 6% en 2005, 7.5% en 2006 y 9% en 2007 y 2008. La banca múltiple retomó el creciente mercado de las pequeñas y microempresas durante este período de bonanza, y se desató una fase de marcada competencia en el campo de las microfinanzas que duraría a lo largo de toda la década.

El Perú exhibe un inusual número de instituciones microfinancieras reguladas, en comparación con otros países en desarrollo. En el año 2000, el sector de las microfinanzas estaba integrado por 43 instituciones reguladas: dos bancos, 14 cajas municipales, 12 cajas rurales, una empresa financiera y 14 EDPYMES. Los ahorros se convirtieron en la fuente principal de recursos de las microfinanzas y en el motor de la expansión del crédito en el nuevo milenio.

El desarrollo de las microfinanzas en el Perú es desde el año 2000 cualitativamente diferente en cuanto a evolución, diversificación y expansión de las instituciones microfinancieras de los años 90. Hay relativamente poco cambio en el conjunto de instituciones activas en el nuevo siglo. Por el contrario, el hito del desarrollo de las microfinanzas en los años 80 y 90 fue la creación de docenas de entidades microfinancieras y sus instituciones facilitadoras. Desde comienzos de esta década, las reglas del juego estaban dadas: dominio de las fuerzas de mercado sobre el sector microfinanciero y un predominio de la competencia. La manera de administrar las microfinanzas cambió, y en el Perú se volvieron total y abiertamente comerciales. (La Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2015).

A diciembre 2014, existen en el Perú 40 instituciones microfinancieras que se distribuyen de la siguiente manera: 1 empresa de la Banca Múltiple; 7 empresas financieras especializadas en el sector de las microfinanzas; 12 cajas municipales; 9 cajas rurales; y finalmente 11 EDPYMES. Estas 40 instituciones especializadas representan el 61% de las 66 instituciones financieras que existen en nuestro país, tomando en cuenta las dos empresas de arrendamiento financiero, el Banco de la Nación y el Banco Agropecuario. Al cierre de 2014, la cartera de créditos alcanzada por las instituciones microfinancieras ascendió a S/. 30 044 millones, lo que representa el 13.3% de las colocaciones totales del sistema financiero peruano.

Las microfinanzas son, sin duda, innovaciones importantes, tanto para las instituciones que las ofrecen como para los clientes que las reciben, sus comunidades locales y la sociedad en general. Deben estar basadas en una motivación éticamente correcta reflejadas en acciones moralmente buenas, de modo que, si se aplican con prudencia, honestidad y sensatez, merecen una valoración ética positiva; juzgadas por sus efectos, tanto a nivel personal como social y económica, parecen también positivos.

Local.

En la provincia de Chiclayo, se vive una realidad de constante crecimiento y desarrollo que se ha visto generado por el sector micro empresarial que día a día viene consolidándose. Hoy en día se cuenta con microempresarios que con su ímpetu emprendedor han sabido administrar sus recursos con el deseo de crecer económicamente, entre ellos encontramos a 125 comerciantes que vienen laborando día a día en el mercado José Quiñones Gonzales.

Estos comerciantes, con el fin de seguir cubriendo sus principales necesidades económicas y/o expandir sus recursos para seguir creciendo en el mercado y así lograr que tanto ellos como sus familias puedan disfrutar de una buena y mejor calidad de vida, han decidido, luego de conversaciones, investigaciones y consultas con las diversas entidades financieras, recurrir a las microfinanzas para ampliar y mejorar sus negocios, o en otros casos, para

emprender nuevos negocios en otros sectores y generar nuevos puestos de trabajos.

Es por ello que se decidió investigar, si es que realmente las microfinanzas han sido muy útiles para estos comerciantes y sobre todo conocer cómo es que éstas han contribuido a su desarrollo empresarial.

1.2. Formulación del Problema.

¿Cuál sería la influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo – 2015?

1.3. Justificación e Importancia.

Justificación Teórica.

El microcrédito es un instrumento indispensable para mejorar las condiciones de vida de las familias carenciadas y contribuir a su integración social. Actualmente, varias personas estos sectores están informándose sobre los beneficios de los microcréditos y por eso están accediendo a estos con el fin de obtener financiamiento destinado a la creación de microempresas, y usarlos también para el fortalecimiento de su trabajo diario. Por esta razón, es de gran importancia el presente estudio, debido a que, mediante esta investigación las personas que han accedido a microcréditos, y la sociedad en general, podrán estar informados sobre cómo las microfinanzas pueden influir en su desarrollo empresarial, logrando obtener un conocimiento más amplio sobre este tema.

Además será importante para las mismas instituciones financieras, que mediante los resultados podrán diseñar mejores políticas crediticias que permitan ampliar sus servicios a las pequeñas y micro empresas; y de esta forma, contribuir al bienestar de la población usuaria de las microfinanzas.

Justificación metodológica.

La presente investigación está orientada a proporcionar valiosos aportes en el ámbito de las microfinanzas en nuestro país, pues reúne una serie de datos, conceptos y fuentes en relación a este tema. De esta forma, este trabajo de investigación podrá servir de apoyo a otras tesis o como material de consulta para investigadores, estudiantes y todos los interesados.

Justificación Práctica.

Esta investigación nos permitió conocer el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado José Quiñones, mediante la influencia de las microfinanzas, logrando que la investigación sea útil para el fortalecimiento de los microempresarios, y también para fomentar su crecimiento en el sector micro empresarial, mediante la toma de acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio.

1.4. Delimitación de la Investigación.

La investigación se llevó a cabo en el Mercado José Quiñones Gonzales, el cual alberga a 125 comerciantes. El mercado está ubicado en la Calle Iquitos N° 111. Urbanización Quiñones, ciudad de Chiclayo.

El lapso para la realización de este estudio fue de setiembre del 2015 a julio del 2016.

1.5. Limitaciones de la Investigación.

Las limitaciones presentadas en la investigación fueron las siguientes:

El factor Tiempo: por mi horario de trabajo me era imposible visitar a los comerciantes del mercado José Quiñones, pues sólo laboran en las mañanas, sin

embargo haciendo un esfuerzo pude acudir a éste mercado los fines de semana, logrando superar esta limitante de manera satisfactoria.

Recurso Económico: el mercado en donde se realizó la investigación está muy distante a mi domicilio, por lo que tuve que utilizar parte de mis ahorros para mi traslado y copias del material a utilizar (encuestas), siendo esto un obstáculo superado.

La obtención de la información: ha sido muy limitada pues los comerciantes fueron muy cautelosos al proporcionar la información necesaria, sin embargo esta limitante ha sido superada con la confianza ganada a lo largo de la investigación y también gracias a la información que pudo encontrarse en Internet.

1.6. Objetivos.

Objetivo General.

Determinar la influencia de las Microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo.

Objetivos Específicos.

- Identificar el número de comerciantes que se benefician con la recepción de los microcréditos.
- Conocer los motivos por los que los comerciantes solicitan microcréditos.
- Identificar a qué entidades financieras los comerciantes acuden para solicitar microcréditos.
- Definir el nivel de satisfacción de los comerciantes al obtener los microcréditos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Para la presente tesis se realizó un estudio y análisis de diferentes investigaciones ya concluidas, de las que se obtuvo los antecedentes del problema para la misma, permitiendo una coherente comprensión y desarrollo a indagar en este trabajo de investigación.

2.1.1. A nivel internacional.

Rodríguez, M. (2010). En su tesis para optar el título de Máster en Economía denominada: “Las microfinanzas una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia”, analiza cuáles serían las mejores prácticas a implementarse para desarrollar un modelo de microcrédito eficiente, partiendo desde el concepto con el que fue creado, el cual está dirigido a mitigar la pobreza en aquellas poblaciones de bajos ingresos, mediante la inclusión de esta población en los servicios financieros en los que anteriormente no tenían acceso debido a su condición de vulnerabilidad. De esta manera, se busca promover una opción de financiamiento para la creación o fortalecimiento de unidades productivas que les permita generar ingresos y mejorar su situación de pobreza, de acuerdo al enfoque teórico de fomentar el desarrollo desde lo local.

El autor luego de su análisis llegó a las siguientes conclusiones:

En Colombia, así como muchos de los países de América Latina y el Caribe, opera un sistema basado en actividades productivas informales que coadyuvan a la supervivencia de gran parte de la población. Millones de personas buscan superar la exclusión social y económica mediante el desarrollo de actividades productivas y comerciales de pequeña magnitud, rurales y urbanas, fuera de los circuitos de la economía formal, en donde dan inicio a iniciativas de pequeña producción y pequeño comercio que valorizan recursos no utilizados, representan esfuerzos de integración

económica, social, política y cultura, y tienen elementos de solidaridad; por tanto es fundamental promover la innovación tecnológica y productiva.

El microcrédito y la microfinanciación son herramientas financieras importantes en la lucha contra la pobreza, fomentan la creación de patrimonio, de empleo y la seguridad económica, da autonomía a las personas que viven en pobreza, en particular a las mujeres, contribuyendo a crear una economía en la que todos y todas participen sin exclusión y pueda verse reflejado en desarrollo económico para un país.

El microcrédito y la microfinanciación contribuyen a generar lazos de solidaridad, la participación comunitaria democrática, la cohesión e integración social, a dinamizar las economías locales y a fomentar la colaboración entre personas e instituciones implicadas en el desarrollo económico.

Deberán desarrollarse aún más técnicas que permitan desarrollar los procesos más eficientemente en cuanto al conocimiento de los clientes, la evaluación de los créditos, la recuperación de cartera, la capacitación y la oferta integral de servicios a los microempresarios asegurando que la operación sea sostenible.

Comentario: Los microcréditos en Bogotá son herramientas financieras que fomentan el empleo y la seguridad económica de las personas que son de bajos recursos; sin embargo deben seguir desarrollándose técnicas que permitan otorgar servicios de manera continua a los microempresarios que lo deseen.

Campoverde, B. (2010). En su tesis para optar por el título en Economía denominado: “Desarrollo de las microfinanzas en el Sistema Financiero Ecuatoriano durante el periodo comprendido entre los años el 2005 y 2009”; menciona los conceptos importantes de las microfinanzas, su impacto social y económico en la economía ecuatoriana y analiza el desarrollo de las

microfinanzas en el Sistema Financiero Ecuatoriano durante el periodo comprendido entre los años el 2005 y 2009, para evaluar las características y tendencias de su evolución; llegando a las siguientes conclusiones:

Las microfinanzas constituyen un mecanismo para dinamizar la economía mediante la inclusión de las personas de escasos recursos, a quienes la banca tradicional no les brindaba servicios de acuerdo a sus necesidades, pero no se le debe considerar como última alternativa para erradicar la pobreza.

En el Ecuador hablar de microfinanzas es referirse a los microcréditos, pues otros servicios microfinancieros no han tenido un gran desarrollo en nuestro mercado, además que no existe información suficiente que permita realizar su análisis.

El microcrédito en nuestro país se ha incrementado a lo largo del período de estudio, teniendo un crecimiento tanto en el número de entidades dedicadas a este tipo de servicios como el volumen de créditos que se ha otorgado a los microempresarios; disminuyendo así la brecha existente entre microempresarios y el sistema financiero.

El microcrédito ha evolucionado positivamente durante el periodo de análisis en los diferentes subsistemas del sector financiero nacional, aunque en términos desiguales, configurando así un esquema definido de nichos de mercado específicos para cada segmento. La Banca privada y pública se dedican mayormente a los créditos comerciales; las Mutualistas a créditos de vivienda y las Sociedades Financieras a la cartera de consumo; siendo las Cooperativas las instituciones que más se han dedicado a los microcréditos, aunque los Bancos constituyen el subsistema que más inyecta recursos a la microfinanzas, convirtiéndose estos últimos en los mayores proveedores de microcréditos dentro del Sistema Financiero Ecuatoriano. El Banco del Pichincha y la Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista son las líderes en su respectivo mercado.

La calidad de la cartera de crédito para la microempresa varía entre las diversas instituciones que conforman el sistema financiero, es así que los Bancos y Cooperativas presentan las carteras de mejor calidad con bajos niveles de morosidad. Lo contrario sucede con la Banca Pública, que no muestra eficacia en la gestión del microcrédito. En general, el sistema financiero presenta una disminución de la morosidad, demostrando mejoras en la calidad de su cartera.

Las tasas de interés para los microcréditos son las más altas del mercado aunque han disminuido a lo largo del período de estudio, lo que indica que el mercado de las microfinanzas ha madurado y la experiencia adquirida por las entidades financieras les permite ajustar sus costos con una eficiencia creciente, pese al esquema regulado que todavía persiste en este ámbito.

Comentario: el mercado de las microfinanzas en el periodo de investigación ha madurado y las instituciones del Sistema Financiero han logrado adquirido mayor experiencia en la gestión, especialmente en el desarrollo y aplicación de una tecnología crediticia adecuada.

Bucheli, G. (2011). En su tesis para optar por el título profesional de Economista, denominada “Análisis del impacto de las microfinanzas en el Ecuador. Caso: PROYECTO COOPFIN-CREAR”., estuvo orientado a evidenciar si la implementación de servicios microfinancieros favorece a regiones geográficas del Ecuador en específico y conocer el impacto de esta situación, así como, estudiar las dificultades que existen al momento de acceder a servicios financieros por parte de comunidades rurales. Para esto se evaluaron 4 cooperativas: 4 de Octubre de la Provincia de Chimborazo, San José de la Provincia de Bolívar; CACPECO de la Provincia de Cotopaxi y Jardín Azuayo de la Provincia del Azuay, llegando a las siguientes conclusiones:

El proyecto COOPFIN-CREAR ha fomentado el acceso a los servicios financieros en el área rural andina, ha logrado facilitar un camino a las familias campesinas a un sistema financiero rural, adaptado a sus necesidades.

Han ocurrido diferentes cambios como resultado de la presencia de las entidades de ahorro y crédito como por ejemplo en sus hábitos de ahorro, en sus capacidades de asociación, mejores condiciones materiales, comerciales y productivas y en la incorporación de la mujer a las economías locales, como sujetos de crédito y sobretodo como cabeza de iniciativas, de pequeños negocios y emprendimientos, en sus caminos de enfrentar, muchas veces solas, la pobreza.

Se ha podido apreciar que las cooperativas han crecido 14 veces en la cartera de microcrédito pasando de US \$ 36 millones a US \$ 526 millones y que el monto mensual de créditos concedidos en las cooperativas ha crecido 10 veces, claro que también se debe considerar que en este período el número de cooperativas reguladas ha aumentado en 11 comparado con el 2003.

En la población beneficiada se detectaron efectos positivos en el nivel de ingreso. Asimismo, se detectó un aumento en los niveles de participación de los usuarios en organizaciones socio-comunitarias, financieras y productivas que permitió atacar la pobreza desde otros ángulos.

Cada vez más gente en el área rural prefiere a las cooperativas, por su ubicación geográfica y sus imágenes institucionales menos formales que las hacen más accesibles para muchos usuarios. El hecho de que son de propiedad compartida también provoca mayor sentimiento de identificación entre los socios.

Comentario: Los servicios microfinancieros otorgados en comunidades rurales del Ecuador tienen un impacto positivo sobre el bienestar económico y familiar de

los beneficiarios lo que implicaría un aporte al desarrollo local, al facilitar un camino a un sistema financiero rural, adaptado a sus necesidades.

2.1.2. A nivel nacional.

Hinojosa, C. (2012). En el VIII Congreso Iberoamericano de Administración Empresarial y Contabilidad presentó su tema de investigación titulado “Impacto de los créditos otorgados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura S.A.C. en el desarrollo socio – económico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas”; en donde se investigó el impacto de los créditos otorgados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura S.A.C. (CMAC Piura) en el desarrollo socio-económico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas.

Para su investigación seleccionó una muestra de 146 prestatarios mediante muestreo aleatorio simple, se empleó un diseño no experimental, de corte transversal y de tipo correlacional, aplicándose una encuesta de 15 preguntas. Las conclusiones fueron:

El comercio es el giro de negocio más frecuente, mientras que la producción, el menos frecuente a los que se concede préstamos.

La mayor cantidad de créditos de 1,000 a 50,000 nuevos soles se destinan al capital de trabajo, mientras que la mayor cantidad de créditos de más de 50,000 nuevos soles se destinan a la adquisición de activo fijo.

Una cantidad apreciable de prestatarios, en proporción directa al monto de los créditos obtenidos, logra un mayor volumen de compras, volumen de ventas, monto de utilidades, porcentaje de inversión y generación de empleos, así como efectúa un mayor ofrecimiento de una o más promociones, en comparación con la época en que no obtiene crédito alguno.

La CMAC Piura ofrece más ventajas y facilidades que el Banco de Crédito del Perú para las MYPES de Chachapoyas, en lo que concierne a monto

de los créditos, cantidad de requisitos, exigencia de la garantía, tiempo para otorgar el crédito, plazo de devolución del préstamo y confianza en la entidad financiera.

Comentario: el impacto de los créditos otorgados por la CMAC Piura es favorable para el desarrollo socio-económico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas. Gracias al financiamiento obtenido, estas Mype están logrando incrementar sus ventas, elevar sus utilidades y generar puestos de trabajo.

Berberisco, J. (2103). En su investigación para obtener el título de Contador Público denominada “Los créditos de las cajas municipales y el desarrollo empresarial de las Mype del sector metalmecánica en el distrito de Independencia período 2007-2011”, tuvo como objetivo determinar la influencia de los créditos de las Cajas Municipales en el desarrollo empresarial de las Mype del sector metalmecánica en el distrito de Independencia, teniendo en cuenta que el punto crítico es el acceso al crédito por un número razonable de micro y pequeñas empresas del sector metalmecánica.

Este trabajo de investigación se desarrolló bajo el enfoque de investigación descriptiva, explicativa y cuantitativa El universo estuvo conformado por 31 empresas de metalmecánica del distrito de Independencia. En esta investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Las elevadas tasas de interés de los créditos, influyen negativamente en las decisiones de financiamiento para el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.

Los elevados costos administrativos de los créditos influyen negativamente en la limitada capacidad financiera para el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.

Un fuerte crecimiento de los sistemas de garantía de los créditos influye negativamente a tener acceso a créditos que beneficien el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.

Comentario: las Mype tienen enormes dificultades para cumplir con los requisitos que les son exigidos. Estas dificultades se centran en la falta de garantías suficientes, a los elevados costos del financiamiento y a las exigencias de las entidades financieras.

Vásquez, G. (2014). En su tesis para optar el título de Contador Público, denominada “Influencia de las microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación Sinergia del Distrito de La Esperanza 2010-2012”, tuvo como objetivo general, determinar la influencia de las microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación Sinergia en el Distrito de La Esperanza 2010-2012. La investigación es de tipo descriptivo y diseño no experimental. La recolección de datos se realizó, de una base que proporcionó la entidad; utilizando técnicas de encuesta, análisis de contenido y los instrumentos como cuestionario y guía de análisis. Este investigador llegó a las siguientes conclusiones:

Las microfinanzas son vistas más como una alternativa de solución a la pobreza. Su impacto es positivo, ya que a través de esto, las mujeres microempresarias pueden desarrollarse no solo económicamente sino de manera integral en sus negocios con la ayuda de la Asociación Sinergia, permitiendo desarrollar su potencial, llegando así a cambiar sus vidas y las de sus familias.

Se determinó que la Asociación Sinergia otorga microcréditos a mujeres pobres emprendedoras que realizan actividades económicas y no tienen acceso al sistema financiero formal, a través de sus programas, brinda créditos diferenciados para los clientes, de manera grupal e individual.

De la muestra analizada, se obtuvo que los clientes obtienen créditos de manera consecutiva durante periodos mensuales (4 meses), semestrales y anuales, cuyos montos empiezan desde S/.200 hasta S/. 5,000, según como lo requiera su negocio. Los requisitos son los mismos para ambos.

La Asociación Sinergia brinda créditos con educación, de tal manera que todos los clientes son capacitados en jornadas de mejora de su autoestima, su valoración personal, su estado de salud, y talleres de gestión empresarial, en pro de lograr la mejora de sus negocios y lograr clientes empoderados y con equidad de género.

Los microcréditos permiten generar ganancias las cuales se utilizan para incrementar el capital de sus negocios, mejorar su bienestar de vida a través de la mejora de viviendas brindarles una educación a sus hijos y mejorar sus servicios básicos.

Comentario: a través de las Microfinanzas, las mujeres emprendedoras pueden desarrollarse y crecer económicamente con la ayuda de la Asociación Sinergia. Esta entidad además de otorgarles microcréditos, les brinda talleres de gestión empresarial, con el fin de lograr que sus clientes mejoren sus negocios.

2.1.3. A nivel local.

Kong, J. y Moreno, J. (2014). En su tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas denominado “influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del Distrito De San José – Lambayeque en el Período 2010-2012”; se concentra principalmente en determinar la relación que existe entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, por lo que su metodología fue de tipo correlacional

y el diseño de investigación de tipo Ex post facto, ya que el análisis se dio en un tiempo determinado. Así mismo, tuvo como sujetos de estudio a 130 gestores de las Mypes y a 4 representantes de las fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el mercado del Distrito de San José, obteniendo resultados medidos a través de encuestas y entrevistas. Los investigadores llegaron a las siguientes conclusiones:

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

Al evaluar el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José en el período 2010 al 2012, constatamos que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el Distrito.

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

el mercado, actuando como parte esencial en el desempeño de las MYPES.

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

Comentario: las MYPE han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, pero pese a este progreso aún existen algunas limitantes que no permite a estos comerciantes invertir en nuevos servicios financieros.

Ramírez, S. (2012). En su tesis para optar el título profesional de Contado Público denominado: Las Microfinanzas como principal propulsor del desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo-2011, tiene como objetivo Determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo, utilizando una investigación descriptiva y de diseño no experimental, aplicando un cuestionario de 11 preguntas a 105 comerciantes dedicados a la comercialización de repuestos automotrices, donde se llegó a las siguientes conclusiones:

La presencia de las microfinanzas en las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la avenida Leguía de Chiclayo, ha sido sumamente significativo ya que un total de 76% ha accedido a ella para poder trabajar con sus microempresas, siendo básicamente

créditos para capital de trabajo dado la naturaleza del negocio, donde es casi nulo la adquisición de maquinarias.

Las empresas que han accedido a las microfinanzas han experimentado cierta expansión tanto en sus niveles de ingresos, como en el volumen de sus activos generalmente existencias, número de trabajadores y hasta en su rentabilidad.

Existe una estrecha relación entre las microfinanzas en el nivel de desarrollo de las Mypes, ya que una gran mayoría presenta un incremento superior a las empresas que no accedieron a créditos en instituciones microfinancieras o accedieron a sistemas ajenos a las microfinanzas.

El Decreto Ley N° 1086 no ha logrado traer consigo los beneficios esperados en las microempresas dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo, por cuanto una gran mayoría desconoce los beneficios que esta ley puede generarles.

Comentario: las microfinanzas han sido muy útiles para los comerciantes de repuestos en la Avenida Leguía, pues han influido de manera positiva en su crecimiento económico y empresarial.

2.2. Sistemas Teórico - Conceptuales.

2.2.1. Microfinanzas.

Rodríguez, M. (2010). Define a las microfinanzas como la provisión de servicios financieros para personas en situación de pobreza, clientes de bajos ingresos y microempresarios cuyo acceso al sistema financiero tradicional es limitado en virtud de su condición socioeconómica. Estos servicios comprenden el

microcrédito, la prestación de servicios de ahorros, servicios de pago, préstamos para vivienda, etc.

Cuasquer, H y Maldonado, R. (2011). Consideran que las microfinanzas son servicios financieros orientados hacia el desarrollo de las pequeñas economías, en especial de las microempresas.

Para Yunus, M. (2006). Las microfinanzas pueden considerarse como una propuesta de desarrollo económico que intenta beneficiar a los hombres y las mujeres de bajos ingresos.

La Cumbre Global del Microcrédito (2002). Define a las microfinanzas como servicios financieros destinados a personas pobres para proyectos de autoempleo generadores de renta. Estas personas no disponen de las garantías habituales (patrimonio, rentas actuales y futuras, avales) y se sustituyen por medidas de formación, apoyo técnico, préstamos grupales y apoyo de entidades sociales.

2.2.1.1. Importancia.

Según El Microfinanciero (2014), el fortalecimiento de las microfinanzas en nuestro país ha logrado un éxito de tanta importancia que se ha convertido en una de las fortalezas de nuestra economía, por su aporte al crecimiento económico, la generación de empleo y la lucha contra la pobreza.

El gran impacto y expansión que han tenido las microfinanzas en el ámbito del desarrollo ha develado que es posible, sostenible, rentable y necesario ofrecer productos a las personas más vulnerables, lo cual permite a muchas personas emprender actividades comerciales y productivas, mejorar sus ingresos y, tanto o más importante, obtener el beneficio simbólico de la autovaloración a través de una inserción activa en su medio social. La mejora de la economía familiar contribuye, suplementariamente, a resguardar la escolaridad de los hijos y a protegerlos de los peligros de la vida en la calle.

2.2.1.2. Microcréditos.

De acuerdo a Conde, C. (2005). El microcrédito consiste en pequeños créditos otorgados a la gente pobre o muy pobre para crear proyectos de autoempleo como los micronegocios y generar ingresos.

Por su parte Grandes, S. (2012), considera que un microcrédito es un crédito de bajo monto tomado por personas de bajos recursos, que tiene como principal destino ser invertido en un emprendimiento productivo.

Para la ONU (2008), el eje fundamental sobre el que se creó el modelo del microcrédito es la erradicación de la pobreza y crear oportunidades de negocios que mejoren la calidad de vida de los componentes de la familia.

2.2.1.3. Relación entre Microcrédito y Microfinanzas

Álvarez, J. (2013). Comenta que cuando se habla de microcrédito, resulta fácil confundir este concepto con el de microfinanzas. Hay personas que consideran al microcrédito como un producto de las microfinanzas, para otras, los términos son sinónimos y para algunas, se trata de dos cosas totalmente diferentes.

La diferencia entre microcrédito y microfinanzas puede ser un poco confusa, pero es importante. Ambos términos están vinculados y hacen referencia a transacciones de pequeña cuantía, pero el microcrédito se relaciona exclusivamente con la concesión de préstamos; en cambio, las microfinanzas hacen referencia a una amplia gama de servicios financieros, entre los cuales se incluye el microcrédito. Se podría decir que las microfinanzas son una evolución del sistema de microcréditos.

2.2.1.4. Características de los Microcréditos.

Lacalle, M. (2008). Menciona que las principales características del microcrédito provienen de su nombre y son las siguientes:

El objetivo de estos instrumentos es reducir los niveles de pobreza, es decir, mejorar las condiciones de vida de los más pobres. Sacar del círculo vicioso de la pobreza a los más desfavorecidos a través de la financiación de pequeños negocios.

Nacen como repuesta a la falta de acceso al crédito por parte de millones de personas excluidas de los sistemas financieros formales. Por tanto, son una herramienta para reducir las diferencias en el acceso a la financiación. No nos podemos olvidar de que este producto financiero es un préstamo, y como tal, debe ser devuelto el principal junto con los intereses.

Se centran en préstamos de pequeñas cantidades de dinero para los más necesitados. La cuantía media de los microcréditos varía mucho dependiendo del continente donde se preste. (Lacalle, 2008)

Son operaciones de préstamo muy sencillas y con pocos trámites burocráticos. Los periodos de reposición son muy cortos y en cada reembolso las cantidades también son muy pequeñas. Lo más común es que la devolución del principal y los intereses sea semanal o mensual.

Se conceden sin avales ni garantías patrimoniales. El microcrédito se basa en la confianza hacia el prestatario, bien porque su proyecto de negocio constituya el aval por sí mismo, porque exista un aval o garantía solidaria o porque, simplemente, la persona a la que se le concede ofrece una seguridad de reembolso.

Los recursos prestados se invierten en actividades escogidas de antemano por los propios prestatarios.

2.2.1.5. Instituciones microfinancieras.

Pro Inversión (2007). Informa que el sistema microfinanciero en el Perú está constituido por las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), las cajas

Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME), las Empresas Financieras y Mi Banco. Estas instituciones están especializadas en el crédito de pequeña escala o microcrédito, dirigido principalmente a la microempresa y al crédito de consumo.

A continuación se hace una descripción de las instituciones microfinancieras en el Perú, según Conger, Inga y Webb. (2009).

Bancos especializados.

Entidades financieras bancarias que han logrado desarrollar adecuadas tecnologías de crédito para la microempresa y para estratos de menores ingresos, hacia los cuales orientan básicamente sus operaciones.

Cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC)

Una caja es una institución regulada de propiedad del gobierno municipal, pero no controlada mayoritariamente por este. Recibe depósitos y se especializa en préstamos a pequeñas y microempresas. Sus inicios se remontan a los créditos pignoratícios con base en joyas y oro. Antes, podían operar solamente dentro de su región y en aquellas donde no existiese otra caja municipal, pero desde el 2002 están autorizadas para hacerlo en cualquier lugar del país y ofrecen muchos de los servicios bancarios.

Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)

Son instituciones reguladas que están autorizadas a recibir depósitos y a ofrecer todo tipo de préstamos, pero no para manejar cuentas corrientes. Las cajas rurales fueron creadas en 1992 como instituciones especializadas para atender las necesidades de financiamiento de los agricultores. En la práctica, sin embargo, han ofrecido siempre servicios financieros no solo a la agricultura, sino también al comercio y a negocios agrícolas. Actualmente las cajas rurales diversifican sus operaciones al atender a las pequeñas y microempresas.

Entidades de desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYMES)

Institución regulada no bancaria, especializada en otorgar préstamos a la pequeña y microempresa. No reciben depósitos del público. La mayoría de las Edpymes nacieron como ONG microfinancieras, pero más tarde, a fines de la década de 1990, se convirtieron en instituciones reguladas.

Cooperativas de ahorro y crédito.

Supervisadas por la FENACREP (Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú). Se encuentran autorizadas a recibir depósitos y a hacer todo tipo de préstamos a sus miembros.

2.2.1.6. Características de las Instituciones Microfinancieras.

Lacalle, M. (2008). Las características o rasgos comunes de las IMF's, en comparación con las instituciones financieras tradicionales, que denotan y describen con certeza cuál es su función económica y social son:

Enfoque hacia personas de escasos recursos financieros: este es el rasgo o característica común de todas las entidades y programas de microfinanzas ya que el objetivo último y principal es el de reducir los niveles de pobreza de las zonas en vías de desarrollo del mundo, mejorando y atendiendo las necesidades financieras existentes.

Conocimiento del mercado que atienden: los clientes de las IMF's son personas, que a pesar de tener cierta capacidad empresarial, se encuentran en situaciones de precariedad y en consecuencia, no pueden acceder a los servicios financieros de la banca tradicional. En este sentido, las entidades encargadas de las microfinanzas han de conocer, detalladamente, las necesidades, preferencias y limitaciones de sus clientes. Han de saber que los principales motivos por los cuales estos individuos solicitan un crédito son: arrancar una microempresa o

micronegocio para obtener una pequeña fuente de ingresos, satisfacer todas las necesidades de tipo familiar y social y responder en los momentos de crisis más acentuados.

Fruto de este conocimiento, las IMF's comprenderán perfectamente cuáles son las limitaciones de sus clientes y, es por ello, por lo que los créditos se conceden bajo condiciones de:

Préstamo sin garantías reales colaterales.

Transacciones simples y sencillas debido al analfabetismo de la población.

Lugar de transacción cercano a los hogares o donde se desarrollan los negocios.

Procedimientos ágiles y flexibles de evaluación del crédito.

Evaluación del riesgo: con frecuencia, las entidades de microfinanzas evalúan el riesgo crediticio de conceder un préstamo a un determinado cliente.

Reducción de los costes: uno de los objetivos de las entidades de microcrédito es la reducción del coste. Hay que tener en cuenta que la estructura administrativa de estas instituciones es escasamente compleja y burocratizada. El objetivo de la reducción del coste administrativo es una cuestión que se plantea intentando que sean proporcionales al ya reducido tamaño de los préstamos. (Lacalle, 2008)

Autosuficiencia financiera: esta es una característica de las IMF's que hacen que la entidad sea viable a medio y largo plazo. La autosuficiencia hay que entenderla en términos de futuro, tratando de captar una mayor cantidad de clientes con el paso del tiempo.

Según interpreta Lacalle, M. (2008). *“Una institución es financieramente autosuficiente cuando, a través de sus ingresos, cubre no solo los costes de funcionamiento, sino también todos los costes financieros del capital. Por tanto, una operación de crédito es autosuficiente en términos financieros cuando cubre los costes de operación, el coste de los fondos (incluyendo el de oportunidad), las provisiones para incobrables y el coste de la inflación. Si además se quiere asegurar el crecimiento futuro de la institución, será necesario también incluir un margen que asegure dicho crecimiento. Todo ello, en ocasiones, llevará a la imposición de tipos de interés superiores a los del mercado”*. (pg.62)

Escala: se refiere al tamaño que las IMFs han de tener para llegar cada vez a un número mayor de prestatarios aptos para crear un pequeño negocio. Esta característica cobra especial importancia dado el elevado número de microempresarios que no tienen acceso a los servicios financieros que ofrecen las entidades financieras formales.

Importancia del ahorro: el ahorro, entendido como la captación de recursos de los clientes, constituye uno de los aspectos más importantes en la formalización de las IMFs, dado que la prestación de servicios relacionados con el ahorro es necesario para lograr un crecimiento realmente acelerado, a la vez que señala que sus niveles han de ser elevados y con eficacia en su utilización. En numerosos estudios se ha demostrado que las entidades de microfinanzas cumplen, antes y mejor, con sus objetivos manteniendo una relación estrecha entre las actividades de crédito y las actividades de ahorro, disminuyendo, así, la fuerte dependencia a las donaciones y subsidios necesarios para la supervivencia de la organización.

2.2.1.7. Análisis FODA de las Instituciones Microfinancieras.

La matriz FODA fue elaborada con el fin de conocer la situación actual de las instituciones microfinancieras. La conforma cuatro cuadrantes: (a) las Fuerzas-Oportunidades (FO), que generan estrategias para explotar las oportunidades; (b) las Debilidades-Oportunidades (DO), que generan estrategias para buscar oportunidades; (c) las Fortalezas-Amenazas (DA), que generan estrategias para confrontar las amenazas; y (d) las Debilidades-Amenazas (DA), que generan estrategias para evitar las amenazas (D'Alessio, F. 2008). Ésta se presenta en el cuadro N° 1.

Cuadro N° 1:

Análisis FODA de las Instituciones Microfinancieras.

	Fortalezas	Debilidades
	<p>F1. Especialistas en productos microfinancieros para los diferentes sectores económicos</p> <p>F2. Experiencia del mercado de las microfinanzas.</p> <p>F3. El uso eficiente de la tecnología permite mejorar la calidad de atención a los clientes.</p> <p>F4. Buen posicionamiento de las IMFs dentro del sistema financiero (solidez, rapidez, y costo bajo)</p> <p>F5. Personal capacitado con experiencia en microfinanzas.</p> <p>F6. Penetración geográfica rural.</p> <p>F7. La regulación ha obligado a las organizaciones a profesionalizarse y ser más eficientes.</p>	<p>D1. Poca cobertura de IMFs en otros lugares del país</p> <p>D2. Tienen un enfoque de oferta y no demanda, muchos no toman en cuenta las necesidades, gustos y derechos del consumidor.</p> <p>D3. Falta de productos especializados por segmento de mercado.</p> <p>D4. La oferta de servicios y productos es limitado.</p> <p>D5. No existen muchos programas de fidelización.</p> <p>D6. Falta mercadear los beneficios competitivos y las ventajas competitivas de los servicios microfinancieros.</p>
Oportunidades	FO	DO
<p>O1. Crecimiento económico sostenido en Perú.</p> <p>O2. La regulación ha generado confianza en los cooperadores, clientes y público en general.</p> <p>O3. Mercado financiero que cada vez amplía la atención al financiamiento de la micro y pequeña empresa (Mype)</p> <p>O4. Hay sectores que aún no están atendidos con servicios financieros.</p> <p>O5. Incremento en el nacimiento y crecimiento de Mypes.</p> <p>O6. Perú es considerado país atractivo para las microfinanzas</p>	<p>1. Desarrollo de nuevos mercados, captando nuevos clientes en base al asesoramiento de sus planes de negocio. (F1,F2,F4,O1,O2,O3,O4,O5,O8)</p> <p>2. Posible adquisición de otras entidades financieras (adquisición / integración horizontal), para mejorar participación e influencia en el mercado. (F1,F2,F4,F5,O3)</p> <p>3. Penetración de mercado, convirtiendo a la actual fuerza de ventas en un equipo de alto rendimiento mediante el programa de adquisición de competencias. (F1,F2,F4,F5,O1,O2,O3,O4)</p> <p>4. Organizar programas periódicos de proyectos</p>	<p>1. Promover la creación de alianzas estratégicas entre las IMFs, con el objetivo a largo plazo de brindar más servicios a diferentes sectores que aún no han llegado (D1,D2,D3,D4,O1,O2,O3)</p> <p>2. Penetración de mercado, enfocando el esfuerzo comercial en colocación de créditos dirigidos a la microempresa y pequeña empresa (enfoque en costos). (D1,D2,D3,O1,O2,O3,O4,O5)</p> <p>3. Evaluación de la estructura organizacional, con el objetivo de flexibilizar la toma de decisiones. (D5,D6, O1,O2,O3,O4,O8)</p> <p>4. Implementar plan de educación al público sobre</p>

<p>O7. Leyes adecuadas que facilitan la formalización y bancarización de los microempresarios. O8. Acceso a fuentes de financiamiento al ser regulada. O9. Los fondos del gobierno manejados con instrumentos y herramientas adecuadas pueden permitir llegar a mercados de mayor riesgo. O10. Mayor uso de las nuevas tecnologías y acceso a internet. O11. Falta de asociatividad entre los microempresarios, que le impide desarrollar sus operaciones empresariales con mayor ventaja</p>	<p>innovadores, para luego patrocinar los mejores proyectos (F4,O3) 5. Desarrollar nuevos productos con enfoque al cliente a través de banca móvil y por internet (O10, F3)</p>	<p>uso de banca por Internet, banca telefónica y cajero corresponsal a través de canales virtuales. (O10, D5)</p>
<p>Amenazas A1. Variables macroeconómicas en el país (importaciones, exportaciones) A2. Sensibilidad a loa siniestros naturales. A3. Microempresarios están arraigados a la informalidad. A4. Tendencia de los consumidores al sobreendeudamiento financiero. A5. Cambios de gobierno hace que cambien las políticas de atención al sector y la falta de continuidad en los proyectos. A6. Bajo nivel de educación financiera en la población. A7. Crisis financiera nacional que puede derivarse en lo local. A8. Delincuencia, corrupción.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>1. Incrementar la creación de canales de atención, con el propósito de facilitar el acceso a fuentes de financiamiento (F1,F2,F4,F5,A3) 2. Programas de capacitación dirigidos a los clientes para crear cultura de pagos y reducir la informalidad. (F1,F2,F5,A3,A4) 3. Implementar nuevo servicio de capacitación presencial y virtual para clientes, con el fin de promover la cultura financiera. (F3,A3, A6) 4. Desarrollar plan de comisiones, para controlar el nivel de mora (gerencia de procesos). (F2,A4) 5. Desarrollar programas de educación financiera en las escuelas primarias y secundarias (F2, A6)</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>1. Reforzar la evaluación de los créditos, para no tener problemas en cuanto a incumplimiento de cuotas (D5,A4) 2. Desarrollar operaciones donde la experiencia del cliente sea simple y sencilla. (D6,A3)</p>

Fuente: Benavides, F.; Injante, C.; Ramos, C. y Yauri, M. (2013)

Elaboración Propia.

2.2.1.8. Servicios financieros que brindan las instituciones microfinancieras.

Camacho, L. (2010). Dentro de los diversos Servicios financieros que brindan las instituciones microfinancieras encontramos los siguientes:

Microcréditos: Los microcréditos están destinados a determinados agentes, ya sean empresas o familias. Esta asignación de recursos se realiza previa evaluación de las posibilidades de pago del beneficiario.

Microahorro: El microahorro es la captación de recursos por parte de las instituciones microfinancieras, que en gran parte es intermediario que genera microcréditos. Su característica principal radica en los bajos montos y bajas comisiones a que son afectos. En este caso, el microahorro genera adicionalmente la protección de los recursos escasos de sus ahorristas.

Servicios de transferencias y pagos: Servicios asociados directamente con las facilidades de la banca electrónica y el pago de servicios. La recepción de remesas es una situación común en las personas de bajos recursos, ya que no es difícil encontrar un familiar que haya migrado al exterior de manera que parte de los ingresos de las familias están constituidos por los ingresos por remesas. Este servicio tiende a tener menores costos que aquellos ofrecidos por las empresas especializadas en la transferencia de dinero.

Seguros: Es una protección contra determinados riesgos que se brinda a personas de bajos ingresos a cambio de pago regular de una prima. Las personas de bajos recursos son más vulnerables a los riesgos de enfermedad, desempleo, fallecimiento, por lo que el impacto de dichos riesgos es más frecuente. Este es el elemento menos desarrollado en el ámbito de las microfinanzas.

2.2.1.9. Metodologías para el otorgamiento de servicios microfinancieros.

Zelaya, I. (2012). Menciona que las formas en las que las IMF's realizan los préstamos han ido evolucionando en varios países, ya que las características sociales y culturales dan lugar a varias modalidades y lógicas de intermediar recursos. En algunos casos, la forma de otorgar el financiamiento responde a la ausencia de garantías reales.

Préstamos individuales: Las instituciones formales realizan evaluaciones por medio del análisis del negocio, las características del cliente, historia financiera y garantía. Asimismo, la incorporación de codeudores para garantizar el pago de la deuda. Mientras tanto, los préstamos de instituciones informales están basados en el conocimiento del cliente y su experiencia, debido a que el análisis empresarial y financiero desempeña un papel secundario por la dificultad que representa el aporte de información suficiente. El éxito de las instituciones informales consiste en demostrar que las personas pobres son potencialmente sujetos de crédito y que tienen la capacidad y disciplina de repago, tanto del capital como de los intereses.

Préstamos grupales: Los instrumentos financieros grupales involucran a un grupo de personas interesadas en acceder a servicios financieros en un mismo período. Es común que estos broten espontáneamente a partir de un conjunto de personas que usualmente utilizan instrumentos de rotación de ahorros o acceso a crédito, o que realizan la misma actividad o prestan el mismo servicio. Debido a la presión de grupo, los préstamos grupales tienen la ventaja de la sustitución de las garantías reales cuando se realiza el pago de la deuda. El mecanismo principal es que los miembros del grupo no pueden obtener un crédito adicional hasta que todos hayan pagado la deuda.

2.2.2. Desarrollo Empresarial

Varela, R. (2010). Define desarrollo empresarial como un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, las cuales favorecen el manejo eficiente de los recursos de la empresa, y a la innovación de productos y procesos, de tal manera, que estos coadyuven al crecimiento sostenible de la empresa.

2.2.2.1. Etapas de desarrollo empresarial en la empresa.

Varela, R. (2010). Considera que el momento de desarrollo de la empresa impone una interacción específica entre las personas: entre el personal y los líderes, entre el personal y los recursos e incluso, entre la empresa y el entorno. Esta interacción puede apoyar el crecimiento y consolidación del negocio, o bien, frenarlo e impedirlo.

Las diferentes etapas por las que atraviesa una empresa desde su nacimiento hasta su plena madurez poseen características específicas que permiten saber si la interacción entre los diferentes elementos del negocio está apoyando o impidiendo el adecuado manejo de la correspondiente etapa de desarrollo.

I Etapa: previsión y planeación. Con esta etapa inicia todo negocio. Lo que se busca es definir la misión de la empresa, las metas, los objetivos, la ética de trabajo. Se determinan las políticas y procedimientos. Se ajustan los presupuestos, se elaboran los planes y programas de trabajo. Se delimita el mercado, se analiza el entorno. Es decir, se trata de determinar la razón de ser de la empresa. Lo ideal es que esta etapa ocurra antes de echar a andar el negocio.

Si la empresa logra consolidarse en esta etapa obtiene los siguientes beneficios:

- i. Confianza en la empresa. Fe en el proyecto.
- ii. Conocimiento objetivo de la realidad: de su contexto, mercado, recursos, posibilidades, etcétera.

- iii. Definición de la viabilidad del proyecto.
- iv. Congruencia entre posibilidades y recursos.
- v. Compromiso y arranque del proyecto.
- vi. Rumbo para orientarse hacia el logro del objetivo.
- vii. Establecer un ambiente predecible de trabajo.

II Etapa: organización: La segunda etapa es la etapa de organización. En este momento la empresa tiene que definir los límites de su actividad. En ella, las normas y los reglamentos generales deberán quedar claramente establecidos, o sea, se limitan y definen las áreas de trabajo, las jerarquías, los horarios y los espacios físicos. La fijación de límites, es decir, de horarios, lugar de trabajo, jerarquía, roles y normas, crea una estructura que permite medir objetivamente los resultados de las tareas, una vez definidas las diferentes funciones de la organización y ordenado el quehacer de la empresa.

III Etapa: dirección: En esta etapa el líder imprime a la institución su estilo personal de dirigir, estableciendo los parámetros de actuación. El reto es integrar el equipo y lograr el compromiso de los empleados con la organización y sus metas.

El líder habrá de conseguir que su equipo de trabajo se sienta tomado en cuenta, apoyado, conducido, reconocido, valorado y respetado. Se trata de que el líder ejerza un liderazgo congruente, que hable con la verdad, que permita la iniciativa y creatividad de sus trabajadores, y que busque el involucramiento con las tareas sabiendo delegar pero también exigir. Por esto es importante establecer adecuados mecanismos de control.

IV Etapa: integración de recursos humanos y no humanos: En este momento todos los esfuerzos previos cristalizan en una identidad institucional. Se consolida la imagen (y autoimagen de la empresa). Las instalaciones, el equipo tecnológico y las personas que se contratan son congruentes con la misión, organización y dirección de la empresa. Se trata de conjuntar los esfuerzos humanos y los recursos materiales y

tecnológicos con los objetivos, normas y procedimientos así como con las jerarquías de mando establecidas.(Varela, 2010).

V Etapa: ejecución: La producción es el único elemento que justifica la vida empresarial (e institucional). Corresponde al momento en que la energía está concentrada en lograr los objetivos de la empresa y de las personas que la integran. Lo más importante de esta etapa, que por cierto es la más larga, es cumplir con lo previamente programado, con las metas, mediante un constante análisis y el control y supervisión de la actividad empresarial. Dentro de la rigidez de las normas se permite la flexibilidad y la creatividad que facilitan y promueven la acción, transformación y productividad.

VI Etapa: evaluación: La evaluación en la empresa debe ser una actividad continua y permanente. Sin embargo, también la podemos ver como la última etapa del desarrollo de una empresa. En la etapa de evaluación se lleva a cabo un análisis de los resultados de la gestión empresarial. El objetivo de esta evaluación es corregir el rumbo si hay desviaciones o bien, apuntalar los logros. Se tienen que establecer canales y procedimientos de retroalimentación.

2.2.2.2. Variables para medir el desarrollo empresarial

Varela, R. (2010). La gestión gerencial actual ya sea pública y/o privada, registra unos marcos mentales de constantes cambios y transformación institucional y empresarial en un mundo donde se piensa globalmente y se actúa localmente y por ende los criterios de productividad; competitividad y rentabilidad son fines últimos de resultados esperados del desarrollo empresarial y ello obliga a tener un concepto actualizado del entorno y el mercado donde se desenvuelven los negocios, así como el conocer que variables se deben tener en cuenta para medir el desarrollo empresarial. Estas variables se detallan a continuación:

Diagnostico empresarial

Área de producción
Desarrollo tecnológico
Eficiencia de los recursos
Área de personal
Imagen ante el factor humano
Área de mercadeo
Imagen ante los clientes
Área de finanzas
Generación de utilidades
Imagen ante el sector financiero
Imagen ante los propietarios crecimiento empresarial
Aspectos organizativos
Sistema de información.

Diagnostico financiero

Validación de la información contable y presupuestal
Conversión a valores constantes
Análisis de estructura de los estados financieros.
Razones financieras
Estados financieros
Problemas de liquidez, capital de trabajo, endeudamiento y rentabilidad.
Causas, efectos y soluciones.
Debilidades y fortalezas.

Diagnostico externo

Análisis del sector
Fuerzas competitivas
Productos sustitutos

Poder de los clientes

Poder de los proveedores

Nuevos competidores

Análisis macroeconómico

Análisis internacional

Problemas de política cambiaria, crediticia, monetaria, convenios internacionales.

Oportunidades y amenazas.

2.2.2.3. Desarrollo Sostenible.

La Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (1983), definieron el desarrollo sostenible como el "desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades". "Contiene dos conceptos clave:

El concepto de "necesidades", en particular las necesidades esenciales de los pobres del mundo, a la que se debe dar prioridad absoluta; y

La idea de las limitaciones impuestas por el estado de la tecnología y la organización social sobre la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades presentes y futuras.

Así, los objetivos de desarrollo económico y social deben ser definidas en términos de sostenibilidad en todos los países - desarrollados o en desarrollo, orientada hacia el mercado o de planificación centralizada. Interpretaciones variarán, pero deben compartir ciertas características generales y debe basarse en un consenso sobre el concepto básico del desarrollo sostenible y en un amplio marco estratégico para el logro de la misma."

La Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (1983), menciona también que el desarrollo sostenible es un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades en la aplicación del modelo económico, político, ambiental y social, así como en los patrones de consumo que determinan la calidad de vida, satisfacer la demanda de las necesidades básicas como agua, alimento, vivienda, abrigo como de bienestar general.

Trabajar por el desarrollo sustentable implica avanzar simultáneamente en varias dimensiones: económica, humana, cultural, ambiental, ecológica, institucional y tecnológica entre otras:

Dimensión económica: El desarrollo económico desde la perspectiva de la sustentabilidad no puede basarse en la viabilidad de un proyecto sin considerar el impacto social, humano y ambiental. En este esquema lo que cuenta, más allá del aumento sostenido de la producción, es la calidad del servicio o producto que se presenta, la puesta en marcha de procesos de producción más limpias, eficientes y agregación de valor a la materia prima.

Dimensión humana: El desarrollo sustentable se orienta hacia una mejor calidad de vida, satisfacer las necesidades básicas humanas, superar la pobreza y alcanzar la equidad de la distribución de los recursos en función de las necesidades. Esto no necesariamente implica aumento de la producción en bienes dado que esto pudiera derivar en sobreproducción o sobreexplotación de recursos.

Dimensión cultural: La cultura son patrones explícitos e implícitos que definen conductas, prácticas, normas, reglas que regulan el comportamiento humano; como tales tiene un alto impacto en el desarrollo de una sociedad y la adopción de modelos.

Dimensión ambiental: No es posible concebir el desarrollo ni la vida humana sin el sustento de los recursos naturales. El hombre y las

sociedades forman parte de los ecosistemas. Los modelos de desarrollo están inevitablemente vinculados al entorno y lo modifican, el punto radica en integrarse a los ciclos naturales al punto que el mismo pueda ser soportado, garantizando su reposición.

Dimensión institucional: Los sociedades se organizan adoptan sistemas de representación, definen normativas, leyes, políticas que determinan el desarrollo, por ende es fundamental que las mismas se encuentren alineadas al concepto de desarrollo sustentable.

Dimensión tecnológica: en este ámbito es necesario la búsqueda de tecnologías y prácticas más eficientes y limpias que satisfagan la demanda de una demografía en aumento.

En conclusión podemos decir que desarrollo sostenible, requiere manejar los recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población y, al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras. Dependiendo de las prioridades asignadas por los gobiernos, las empresas y la población en su conjunto, cada país aplicará sus propias estrategias para alcanzar el desarrollo sostenible.

En otras palabras, el desarrollo sostenible es un proceso de cambio en el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico; y el cambio institucional están todos en armonía y mejora el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas.

2.2.3. La Micro y Pequeña Empresa.

Según el Art. 2 de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015), una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.2.3.1. Características:

Según el Art. 5 del Decreto Supremo N° 007-2008-TR que aprueba el TUO 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, aprobado el 30 de setiembre de 2008, la Micro y Pequeña Empresa debe reunir las siguientes características concurrentes:

El número de trabajadores:

La microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores.

La pequeña empresa tiene de 1 hasta 100 trabajadores.

Niveles de ventas anuales:

La microempresa: opera hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

La pequeña empresa: opera hasta el monto máximo de 1,700 UIT.

Para Pro Inversión y ESAN (2007) entre las características comerciales y administrativas de las MYPES destacan las siguientes:

Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.

Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.

Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.

Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.

Disponen de limitados recursos financieros.

Tienen un acceso reducido a la tecnología.

Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Así también Pro Inversión (2007). Destaca que hay elementos característicos exitosos de las MYPES.

Poseen una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica que están enfocados en el mercado y, dado su tamaño, tienen flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente.

Tienen la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impida continuar con la normalidad.

Destaca su creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permite diseñar soluciones de negocios que corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos.

Llevan un trabajo duro y persistente, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas.

Buscan apoyo de grupos de referencia, especialmente de familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio.

2.2.3.2. Importancia de las Mype en la economía peruana.

Zúñiga, J. (2015). Informa que las Mype desempeñan un papel fundamental en la economía peruana: contribuyen a la creación del empleo, disminuyen la pobreza e incrementan el Producto Bruto Interno. En lo que se refiere al tamaño empresarial por número de empresas, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99,5% y la gran empresa el 0,5% del total.

El crecimiento del PBI peruano, desde el 2010 hasta el 2014 ha sido del 5,8% y la tasa de crecimiento de las Pymes para el mismo periodo fue del 6,68%. En la participación de los créditos en el sistema financiero en el año 2014, los créditos corporativos representaban un 56%, los de consumo e hipotecarios un 34% y las Pymes un 10%. El Estado Peruano no ha sido ajeno a la importancia que tienen las MYPE para el desarrollo de nuestro país; por ello, las ha dotado de normas para fortalecer su crecimiento y desarrollo.

Tello, S. (2014). En el Perú funcionan numerosos programas públicos y privados de apoyo a la pequeña y mediana empresa (PYME). Dentro del sector público, las iniciativas son ejecutadas por varias entidades, incluyendo el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES) y el Ministerio de la Producción (MP). Estos programas varían extensamente en cuanto a enfoque, alcance e instrumentos de intervención, así como en cuanto a sus capacidades de gestión. Mientras que los del MTPE y el Ministerio de la Producción tienen típicamente un enfoque claro en la mejora de la productividad y la competitividad, los del MIMDES son parte de estrategias de reducción de la pobreza. Esta distinción implica diferentes estrategias de intervención, procesos de selección de beneficiarios y servicios proporcionados.

Es evidente que las Mype, se han convertido en actor importante en la economía peruana, pero es conveniente indicar que nuestras Mype todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus niveles tecnológicos no les permiten actualmente adaptarse a los nuevos flujos de información.

2.2.3.3. Crecimiento de las Mype en el Perú.

El Ministerio de la Producción (2014), menciona que actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de las mype crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno.

Sin embargo, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo. (Sausser, 2005)

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005).

El Ministerio de la Producción (2014), en su informe: Las MIPYME en cifras, menciona que la estructura empresarial peruana del 2014 no presenta cambios sustanciales respecto de lo que ha venido ocurriendo en el pasado: la gran mayoría de las empresas son microempresas (94.9%). El estrato de las

PYME presenta una baja participación, con 4.5% de pequeñas empresas y 0.2% de medianas empresas. Esta estructura, marcada por la ausencia relativa de pequeñas y medianas empresas, representa una debilidad para el desarrollo del sector privado, y de la economía en general, pues las grandes empresas no cuentan con una base sólida para la subcontratación y una oferta de proveedores estable, de calidad y en crecimiento (Villarán, 2000)

Esto quiere decir que existe una estructura que muestra un estrato de microempresas con un mayoritario número de empresas y con una importante contribución al empleo, mientras que en el otro extremo se tiene a la gran empresa que explica el grueso del Producto Bruto Interno (PBI) y contribuye significativamente con el empleo. En el intermedio se observa un sector PYME con pocas empresas que generan poco empleo y aportes al PBI. Por ello uno de los componentes fundamentales para construir un sector privado estable y competitivo es lograr una apropiada armonía entre los diversos estratos empresariales (micro, pequeña, mediana y gran empresa).

Cuadro N° 2

Empresas Formales

Según estrato empresaria, 2014.

Estrato Empresarial	N° de empresas	%
Microempresa	1,518,284	94.9
Pequeña empresa	71,313	4.5
Mediana empresa	2,635	0.2
Total de la Mipyme	1,592,232	99.5
Gran empresa	8,388	0.5
Total de empresas	1,600,620	100.0

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2014.

Elaboración: PRODUCE- Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria (DEMI)

Para una mejor comprensión se presenta el siguiente cuadro, donde se detalla el número de microempresas formales por departamento y su progreso en los últimos 5 años.

Cuadro N° 3
Microempresas formales
Según regiones, 2010-2014

Región	Año				
	2010	2011	2012	2013	2014
Amazonas	6,674	7,129	7,294	8,145	8,368
Ancash	35,118	38,822	39,206	42,555	43,112
Apurímac	7,746	8,729	9,596	11,451	12,950
Arequipa	66,413	70,658	73,123	82,079	87,371
Ayacucho	12,258	13,561	14,229	16,361	18,398
Cajamarca	23,317	26,197	27,293	30,653	31,639
Callao	37,737	39,749	40,329	46,239	48,892
Cusco	40,437	44,850	49,248	56,943	60,886
Huancavelica	4,202	4,895	5,046	5,895	6,315
Huánuco	14,694	16,106	17,040	19,571	20,443
Ica	28,020	30,525	32,654	37,230	40,313
Junín	41,494	44,878	47,135	53,122	55,280
La Libertad	59,920	64,093	67,371	75,846	80,457
Lambayeque	41,157	43,678	45,406	51,021	52,003
Lima	547,067	579,411	597,448	678,536	716,278
Loreto	20,594	22,275	21,853	24,958	25,801
Madre de Dios	6,364	6,873	9,067	9,884	10,978
Moquegua	8,583	9,261	9,262	10,265	10,506
Pasco	7,274	8,186	8,242	9,468	9,525
Piura	43,719	48,447	50,489	56,923	59,927
Puno	21,771	23,869	25,796	29,872	32,080
San Martín	19,590	21,652	23,143	26,365	27,835
Tacna	19,733	21,145	22,254	24,664	25,660
Tumbes	8,724	9,591	9,946	10,835	11,408
Ucayali	15,484	16,763	17,539	20,897	21,859
Total	1,138,090	1,221,343	1,270,009	1,439,778	1,518,284

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010-2014.

Elaboración: PRODUCE-DEMI

Además, el número de Mipyme ha crecido a un ritmo anual promedio de 7.4% entre los años 2010 y 2014. Este crecimiento guarda relación con el avance de la economía, el cual fue en promedio 5.1% en los últimos cinco años (BCRP, estadísticas).

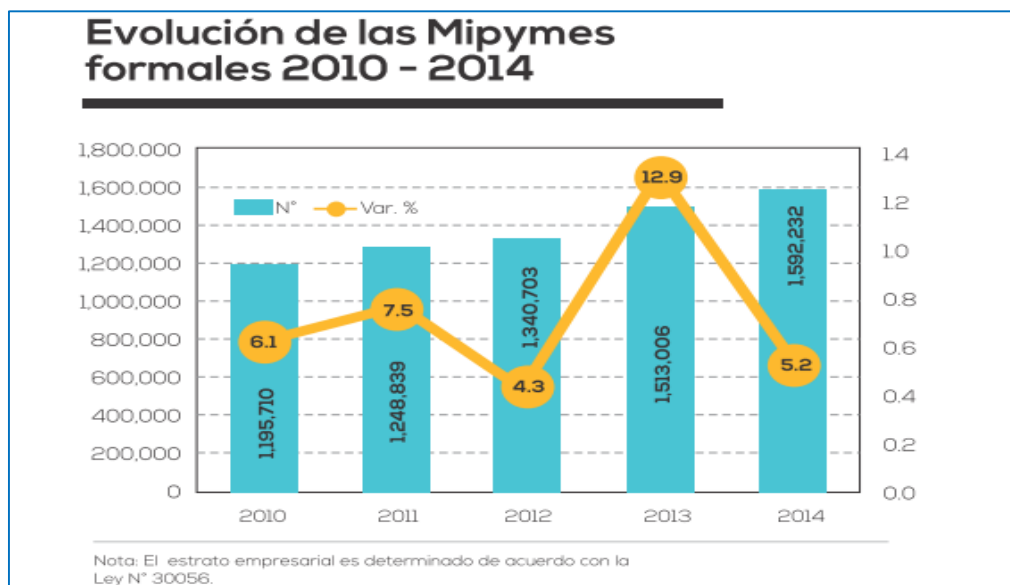
El siguiente gráfico nos muestra la evolución del número de Mipyme y su variación. Durante el periodo de análisis, la tasa de variación fue positiva,

alcanzando el máximo en el 2013 con un incremento de 12.9% en el número de Mipyme respecto al año anterior.

Es importante mencionar que el crecimiento de la economía peruana en el 2013 fue de 5.8% interanual, cifra igual al crecimiento potencial del PBI (BCRP, 2013).

Cuadro N° 4

Evolución de las Mipymes formales 2010-2014



Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010-2014.

Elaboración: PRODUCE-DEMI

Asimismo, durante los últimos cinco años, el número de Mipyme aumentó en 396 mil 522 empresas, equivalente a un crecimiento promedio anual de 7.4%. Es importante mencionar que, durante el periodo mencionado, en todas las regiones se incrementó el número de Mipyme formales, siendo Madre de Dios, Apurímac, Ayacucho y Cusco las regiones que registraron un mayor crecimiento promedio anual, superior al crecimiento promedio anual nacional. Por el contrario, las regiones que tuvieron menor crecimiento promedio anual de Mipyme fueron: Loreto, Amazonas, Ancash y Moquegua.

Cuadro N° 5

Mipymes formales
Según regiones, 2010-2014

Regiones	2010	2014	Crecimiento Promedio anual
Amazonas	6,900	8,666	5.9
Ancash	36,451	44,748	5.3
Apurímac	7,948	13,302	13.7
Arequipa	69,070	90,879	7.1
Ayacucho	12,618	19,010	10.8
Cajamarca	24,185	32,932	8.0
Callao	39,642	51,221	6.6
Cusco	41,484	62,433	10.8
Huancavelica	4,293	6,435	10.6
Huánuco	15,145	21,177	8.7
Ica	29,233	41,861	9.4
Junín	42,617	56,860	7.5
La Libertad	62,160	83,547	7.7
Lambayeque	42,429	53,634	6.0
Lima	582,773	760,819	6.9
Loreto	21,642	27,267	5.9
Madre de Dios	6,669	11,359	14.2
Moquegua	8,816	10,766	5.1
Pasco	7,520	9,856	7.0
Piura	45,524	62,204	8.1
Puno	22,552	33,204	10.2
San Martín	20,331	28,974	9.3
Tacna	20,411	26,395	6.6
Tumbes	8,999	11,754	6.9
Ucayali	16,298	22,929	8.9
Total	1,195,710	1,592,232	7.4

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010-2014.

Elaboración: PRODUCE-DEMI

El siguiente cuadro permite realizar un análisis más detallado de la estructura empresarial en cada región. En el 2014, las regiones con un mayor porcentaje de PYME (pequeñas y medianas empresas) sobre el total de empresas formales son: Lima (5.8%), Loreto (5.4%), Ucayali (4.6%) y Callao (4.5%). Estos resultados reflejan que no existen suficientes PYME en nuestro

país, lo que podría representar una debilidad para el desarrollo del sistema privado, y de la economía en general, debido a que este segmento permite la articulación entre la micro y la gran empresa (Villarán, F. 2000).

Cuadro N° 6

Proporción de empresas formales por estrato
Según regiones, 2014

Región	Estrato empresarial (%)				Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	
Amazonas	96.4	3.3	0.1	0.2	100
Ancash	96.2	3.5	0.1	0.2	100
Apurímac	97.2	2.6	0.1	0.2	100
Arequipa	95.8	3.7	0.1	0.3	100
Ayacucho	96.6	3.1	0.1	0.2	100
Cajamarca	95.9	3.8	0.1	0.2	100
Callao	94.8	4.3	0.2	0.7	100
Cusco	97.4	2.4	0.1	0.2	100
Huancavelica	98.0	1.8	0.0	0.1	100
Huánuco	96.3	3.4	0.1	0.2	100
Ica	96.0	3.6	0.1	0.3	100
Junín	97.0	2.7	0.1	0.2	100
La Libertad	96.0	3.6	0.1	0.3	100
Lambayeque	96.7	2.9	0.1	0.2	100
Lima	93.4	5.6	0.2	0.8	100
Loreto	94.2	5.2	0.2	0.4	100
Madre de Dios	96.3	3.2	0.1	0.4	100
Moquegua	97.4	2.3	0.1	0.2	100
Pasco	96.5	3.3	0.1	0.1	100
Piura	96.1	3.5	0.1	0.3	100
Puno	96.4	3.3	0.1	0.2	100
San Martín	95.8	3.8	0.1	0.3	100
Tacna	97.0	2.7	0.1	0.2	100
Tumbes	96.8	2.8	0.1	0.2	100
Ucayali	95.0	4.4	0.2	0.4	100
Total	94.9	4.5	0.2	0.5	100

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2014.

Elaboración: PRODUCE-DEMI

Cabe mencionar que el grupo de comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales forma parte de estas microempresas formales, que día a día se están esforzando por mantenerse activos en el mercado y están contribuyendo con el desarrollo de la sociedad.

2.2.3.4. Nacimiento y fracaso de las empresas en el Perú.

Dioses, C. (2015). En su artículo “En el Perú se crean más de setecientas empresas al día. ¿Cuántas sobreviven?”, menciona que la actividad empresarial en el Perú es impresionante y cada vez hay más iniciativas privadas y públicas que buscan desarrollar *startups*, es decir, emprendimientos exitosos que rápidamente generen valor.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el promedio de altas empresariales –negocios nuevos o que se reactivan– entre el 2013 y junio del 2015 fue de 730 al día. Al cierre del año pasado, el *stock* de empresas fue de 1'876,740 –sin considerar la administración pública–, de las cuales el 95% son microempresas, es decir, negocios que obtienen ingresos al año hasta por 150 UIT o S/.577,500 a su equivalencia actual. En buena cuenta, hay seis empresas por cada cien personas en el país.

Si las cifras anteriores no causan impresión hasta el momento, entonces es necesario ver la otra cara de la moneda: diariamente 426 empresas dejan de operar en el país por cierre o cese definitivo o temporal. Así las cosas, el saldo neto de nuevos negocios al día es en promedio de 304, es decir, el 42% de las altas reportadas.

Dioses, C. (2015). A raíz de lo anterior, plantea la siguiente pregunta: ¿Por qué en promedio sólo el 42% de las empresas permanecen activas? Él responde que existen varios problemas que impiden el éxito empresarial, es decir, la sostenibilidad rentable de un negocio en el tiempo. Muchas veces cuando se analizan los emprendimientos se considera que el principal problema del emprendedor es el capital –tiene de todo menos los recursos para llevar adelante el proyecto– cuando, sin embargo, tan importante como eso es la falta de

experiencia en gestión empresarial, es decir, herramientas que le permitan conducir día a día un negocio.

En efecto, cuando se valoriza un negocio, una parte importante del valor está en el *goodwill*, es decir, la diferencia entre el valor de mercado de la empresa (*fairvalue*) y el patrimonio al costo contable. Ese *goodwill* es el valor generado por los activos intangibles del negocio, como las marcas, los contratos, los modelos de gestión diferenciados, la cartera de clientes, la relación con proveedores, entre otros. El desarrollo de una marca es entonces una forma efectiva de generar valor. No obstante, la mayor parte de los negocios (microempresas) no lo usan, como la gran cantidad de tiendas comerciales (bodegas), talleres de manufactura o fábricas producción de bienes no perecibles. En este caso se incluyen también aquellas marcas que se registran, pero que en la realidad no se invierte en su desarrollo o difusión.

Innovar, por su parte, es un camino eficaz hacia la diferenciación. Cuando se piensa en innovación se tiende a considerar sólo el desarrollo de nuevos productos como lo hizo Steve Jobs en Apple, cuando en realidad se puede innovar de varias maneras: El Manual de Oslo (OCDE y Eurostat) distingue cuatro formas de innovación: en productos, procesos, *marketing* y organización. Hacer cambios que mejoren sustancialmente la rentabilidad –sea por ingreso, por costo– es innovar. Las mismas tiendas comerciales (bodegas), talleres de manufactura o fábricas de producción que no generan marcas tampoco suelen hacer una gestión diferente de la de sus competidores, es decir, no innovan, por eso es necesario que los empresarios conozcan estos aspectos en general para poder seguir trabajando en el mercado por mucho más tiempo.

2.3. Definición de Términos Básicos:

Microfinanzas: Según Rodríguez (2010), las microfinanzas hacen referencia a la provisión de servicios financieros para personas en situación de pobreza o clientes de bajos ingresos y microempresarios cuyo acceso al sistema financiero tradicional es limitado en virtud de su condición socioeconómica. (p.74)

Empresa: Según Pallares (2005), una empresa es un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado. (p.41)

MYPE: Según la Ley N° 28015- Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa (2003), La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p.1)

Financiamiento: Según Gitman (1996), el financiamiento es el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. (p.175)

Desarrollo empresarial: Según Varela (2010), es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que permita el crecimiento sostenible de la empresa, para una mejor finanza y recurso en la empresa. (p.29)

Emprendedor: Según Alcaraz (2011), emprendedor es una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. (p.14)

Microcréditos: Según Begoña (2012), el microcrédito es un pequeño crédito destinado a los sectores pobres que carecen de activos, y por tanto de garantías tal como se entiende en los circuitos financieros convencionales, a fin de que puedan emprender actividades por cuenta propia que generen ingresos y les permitan mantenerse a sí mismos y sus familias.(p.29)

Instituciones Microfinancieras (IMF): Según Lacalle (2010), es toda aquella institución que presta servicios microfinancieros a los sectores más desfavorecidos de la población con el objetivo de reducir la exclusión financiera e incrementar el bienestar de millones de personas pobres en todo el mundo.(p. 24)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación:

3.1.1. Tipo de la investigación:

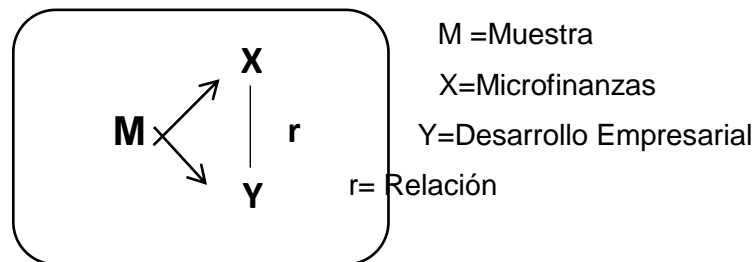
El tipo de Investigación usada fue Correlacional y descriptiva.

Correlacional; porque se evaluó la relación existente entre dos variables, las Microfinanzas y el desarrollo empresarial.

Descriptiva; porque se logró analizar y describir cómo es que las microfinanzas pueden influir en el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado José Quiñones Gonzales.

3.1.2. Diseño de la investigación:

Para la investigación se ha considerado el diseño de tipo NO EXPERIMENTAL, debido a que las variables en la investigación han sido observadas en su condición natural para luego ser analizadas.



3.2. Población y muestra.

3.2.1. Población.

La población ha estado constituida por los 125 comerciantes que laboran en el mercado José Quiñones Gonzales de la ciudad de Chiclayo. Estos comerciantes se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Sector	Número de comerciantes
Pollo	10
Pescado	9
Carne	7
Abarrotes	25
Frutas	11
Verduras	25
Vestuario y accesorios	15
Periódico	2
Comida	17
Librería	3
Agente BCP	1
Total	125

3.2.2. Muestra.

Para determinar la muestra, se utilizó la fórmula de muestreo para poblaciones finitas:

$$n = \frac{z^2(pq)N}{e^2(N - 1) + z^2(pq)}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error aceptado

N = Universo

Al definir los parámetros obtenemos:

z = 1.96 (95%) es el nivel de confianza

p = 0.8 (80%) es la probabilidad de éxito

q = 0.2 (20%) es la probabilidad de fracaso

e = 0.05 (5%) es el margen de error

N = el universo hace un total de 125 personas.

El resultado del tamaño de la muestra fue de: $83.09 = 83$ comerciantes, para determinar la fiabilidad del proyecto.

3.3. Hipótesis.

Hi: Las microfinanzas influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo - 2015.

Ho: Las microfinanzas no influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo - 2015.

3.4. Variables.

Variable Independiente

X: Microfinanzas

Variable Dependiente

Y: Desarrollo Empresarial

3.5. Operacionalización:

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA/ INSTRUMENTO
INDEPENDIENTE Microfinanzas	Son aquellos servicios financieros orientados hacia el desarrollo de las pequeñas economías, en especial a las microempresas.	Microcréditos Financiamiento	<p>Bancos especializados</p> <p>Caja Municipal de Ahorros y Cerditos.</p> <p>Caja Rural de Ahorros y Cerditos.</p> <p>Entidades de desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYMES)</p>	<p>¿Conoce usted si existen entidades financieras que otorgan préstamos o microcréditos a los comerciantes que lo deseen?</p> <p>¿En algún momento usted ha solicitado microcréditos?</p> <p>¿A qué entidad financiera acudió para solicitar un microcrédito?</p> <p>¿Al momento de solicitar el microcrédito reunía los requisitos?</p> <p>¿El microcrédito solicitado fue aprobado?</p> <p>¿Por qué cree usted que las</p>	ENCUESTA - CUESTIONARIO

				<p>entidades financieras no otorgan microcréditos a todos los empresarios que lo solicitan?</p> <p>¿A qué destinó el financiamiento obtenido?</p> <p>¿Tuvo problema una vez aplicado el crédito en la empresa, para devolver el capital más la carga financiera?</p>	
<p>DEPENDIENTE</p> <p>Desarrollo Empresarial</p>	<p>Es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa en forma sostenida.</p>	<p>Negocios</p>	<p>Planificación</p> <p>Organización</p> <p>Dirección</p> <p>Ejecución</p> <p>Control</p>	<p>¿Cómo influyó el microcrédito las ventas de su negocio?</p> <p>¿Cree que los microcréditos le ayudaron a mejorar su situación económica?</p> <p>¿Optaría nuevamente a solicitar un microcrédito?</p> <p>¿Cómo debería ser una entidad financiera que apoye a las</p>	<p>ENCUESTA - CUESTIONARIO</p>

				<p>microempresas?</p> <p>¿Considera usted que actualmente los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial de los negocios?</p> <p>¿Cree usted que las entidades financieras deberían visitar más seguido el mercado José Quiñones para brindar información sobre los diversos servicios que ofrecen a los pequeños negocios?</p>	
--	--	--	--	--	--

3.6. Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.6.1. Abordaje metodológico.

Para el desarrollo de la presente investigación se consideró importante utilizar un enfoque cuantitativo debido a que se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación sobre las microfinanzas y su influencia en el desarrollo empresarial y probar la hipótesis planteada, recurriendo para ello al análisis estadístico.

3.6.2. Técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de datos de la presente investigación, se aplicó la técnica de la observación, la encuesta escrita y el análisis documental.

Observación: en el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la observación directa. Esta nos permitió visualizar de cerca el sujeto de estudio, conocer su actividad económica y verificar aspectos importantes relacionados con este trabajo.

Encuesta: ésta fue aplicada a los comerciantes del mercado José Quiñones con el fin de obtener información útil y complementaria para este trabajo de investigación.

Análisis documental: se buscó información en libros, revistas, tesis, y diversos documentos los cuales estuvieron vinculados a este trabajo de investigación.

3.6.3. Instrumentos de recolección de datos.

Los instrumentos de recolección de datos empleados fueron:

Guía de observación: permitió tomar registro de la información necesaria para su posterior análisis.

Cuestionario: donde se realizó una serie de preguntas claras y precisas, las que se aplicaron a los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales de la ciudad de Chiclayo. El cuestionario fue elaborado por la autora.

Fichaje documental: sirvió de ayuda pues nos permitió identificar ideas vinculadas con las variables de investigación, las cuales tienen información fehaciente y útil. Este instrumento fue útil para conocer a fondo del tema de investigación.

3.7. Procedimientos para la recolección de datos:

El procedimiento para la recolección de datos empezó con la elaboración del instrumento, en este caso un cuestionario que ha contenido 20 preguntas coherentes en base a la investigación.

Después, se procedió a aplicar los cuestionarios a los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, luego los datos obtenidos fueron tabulados y graficados a través del Programa SPSS, los cuales finalmente fueron analizados e interpretados para llegar a las conclusiones.

3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos.

Con toda la información obtenida en base a las encuestas aplicadas, se procedió a ordenar, tabular y graficar la información, mediante el uso del programa SPSS. De esta manera se procesaron los datos extraídos del instrumentos empleado, lo que permitió obtener resultados estadísticos analizados mediante cuadros, gráficas, porcentajes y así mismo llegando a la conclusiones correspondientes

3.9. Principios éticos:

Los criterios éticos que fueron tomados en cuenta para la investigación han sido los siguientes:

Consentimiento informado: los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes y reconocieron sus derechos y responsabilidades.

Confidencialidad: se les informó y aseguró la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.

Observación participante: el investigador actuó con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

3.10. Criterios de rigor científico:

Los criterios de rigor científico que fueron tomados en cuenta para la investigación han sido los siguientes:

Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad:

Los resultados reportados han sido reconocidos como verdaderos por los participantes.

Se realizó la observación de las variables en su propio escenario.

Transferibilidad y aplicabilidad:

Se realizó la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación.

Se procedió a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada la cual fue obtenida en base al cuestionario y la documentación.

Confirmabilidad y neutralidad:

Los resultados fueron contrastados con la literatura existente.

Los hallazgos de la investigación fueron contrastados con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional que tuvieron similitudes con las variables estudiadas de los últimos cinco años de antigüedad.

Se declaró la identificación y descripción de las limitaciones y alcance encontrada por el investigador.

Relevancia:

Se llegó a la comprensión amplia de las variables estudiadas.

Los resultados obtenidos tuvieron correspondencia con la justificación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis de Fiabilidad.

Se diseñó un cuestionario de 20 preguntas, luego se analizó la validez de contenido mediante la valoración de expertos; se evaluó la fiabilidad del cuestionario analizando la consistencia interna por el método del alfa de Cronbach.

Mediante la varianza de los ítems

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Dónde:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de Ítems

V_i = Varianza de cada Ítem

V_t = Varianza total

Cuadro N° 7

ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
<i>Válidos</i>	83	100,0
<i>Casos Excluidos</i>	0	,0
<i>Total</i>	83	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Teniendo como resultado de 0,850 para este instrumento; lo que indica que es altamente confiable.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	20

4.2. Resultados en tablas y gráficos.

En la presente investigación, se aplicó una encuesta a los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, la cual tuvo como objetivo medir el crecimiento y desarrollo de los comerciantes de este mercado, en base al financiamiento que las mismas han adoptado.

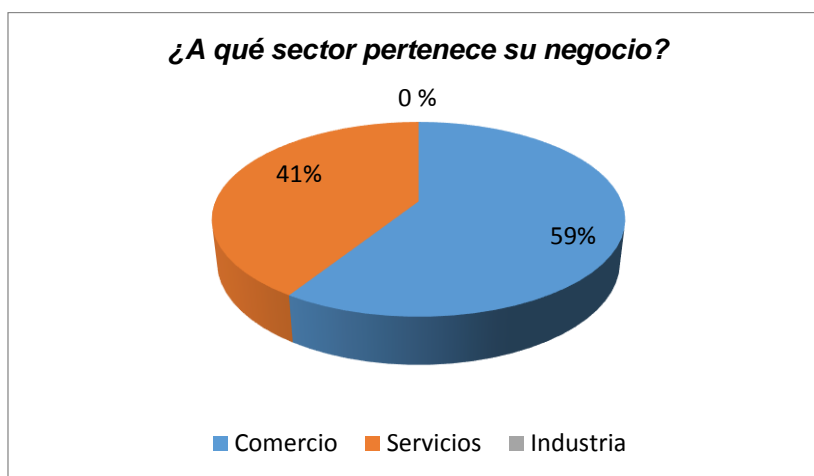
De la encuesta, se obtuvo la siguiente información, la cual se presenta mediante los siguientes gráficos de manera sintetizada, dando lugar a una visión más objetiva de lo que se quiere lograr.

1. ¿A qué sector pertenece su negocio?

Tabla N° 01

Sector	N° de encuestados	Porcentaje
Comercio	49	59
Servicio	34	41
Industria	0	0
<i>Total</i>	83	100

Gráfico N° 01



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

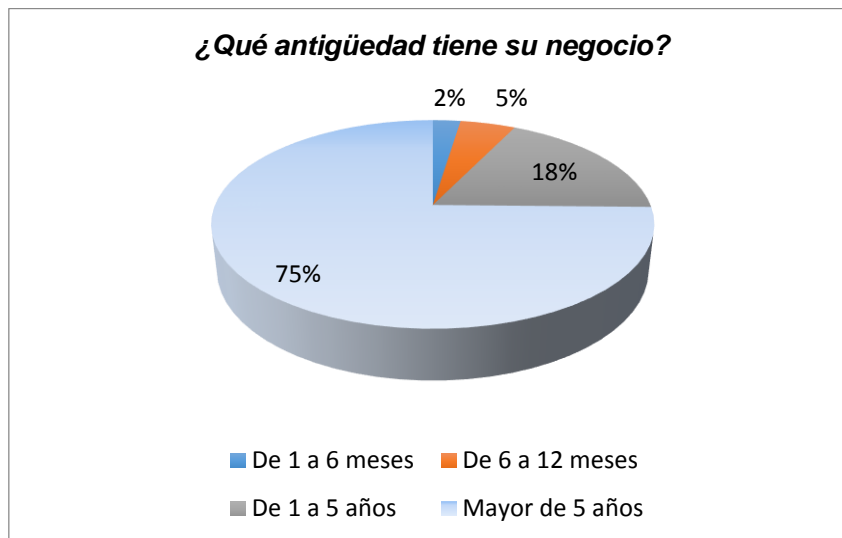
Interpretación. En el gráfico 1 se observa, que del total de los comerciantes encuestados, el 59% representa a aquellos que pertenecen al sector comercio, mientras que el 41% representa a los que pertenecen al sector servicios.

2. ¿Qué antigüedad tiene su negocio?

Tabla N° 02

<i>Antigüedad</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
De 1 a 6 meses	2	2
De 6 a 12 meses	4	5
De 1 año a 5 años	15	18
Mayor a 5 años	62	75
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 02



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

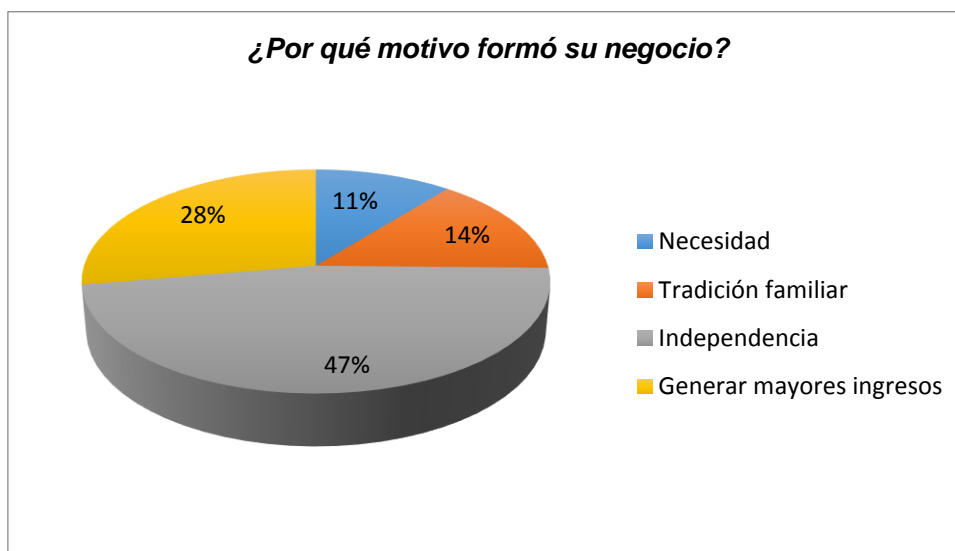
Interpretación. Se observa en el gráfico 2, que el 75% de los comerciantes del mercado José Quiñones llevan laborando en dicho lugar más de cinco años, esto demuestra que han sabido mantenerse activos con el paso del tiempo; el 18% vienen trabajando en este lugar entre 1 a 5 años; el 5% de los comerciantes lleva laborando de 6 a 12 meses y un 2% recién lleva laborando en este mercado de 1 a 6 meses.

3. ¿Por qué motivo formó su negocio?

Tabla N°03

<i>Motivos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Necesidad	9	11
Tradición familiar	12	14
Generar mayores ingresos	23	28
Independencia	39	47
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 03



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

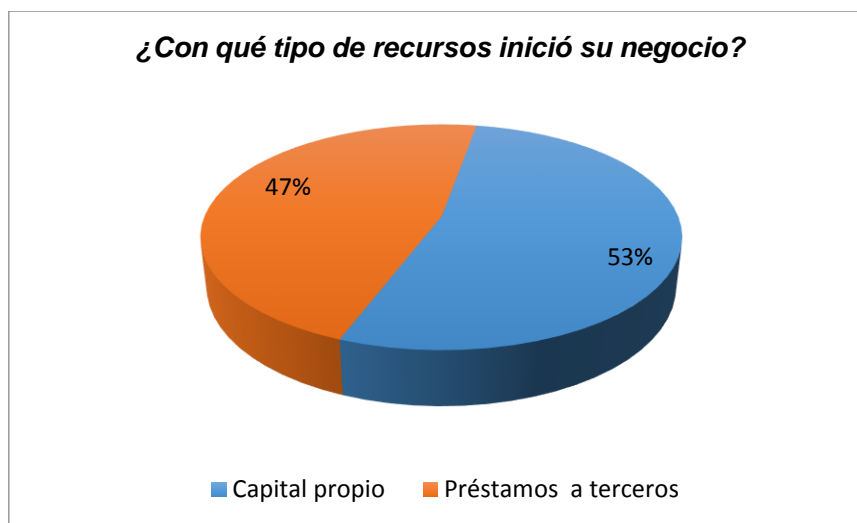
Interpretación. En el gráfico 3, se evidencia que uno de los motivos por el que los comerciantes han decidido iniciar sus negocios es por el deseo de ser independientes, representado por el 47%, demostrando que tienen un espíritu emprendedor de querer salir adelante con sus propios negocios y evitar depender de terceros. Así también, un significativo 28% de estos comerciantes formaron sus empresas por el hecho de generar mayores ingresos o ganancias inmediatas, con el fin de mejorar su nivel de economía. El 14% inició su negocio por tradición familiar y un 11% lo hizo por necesidad.

4. ¿Con qué tipo de recursos inició su negocio?

Tabla N° 04

<i>Recursos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Ahorros personales	44	53
Préstamos a terceros	39	47
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 04



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

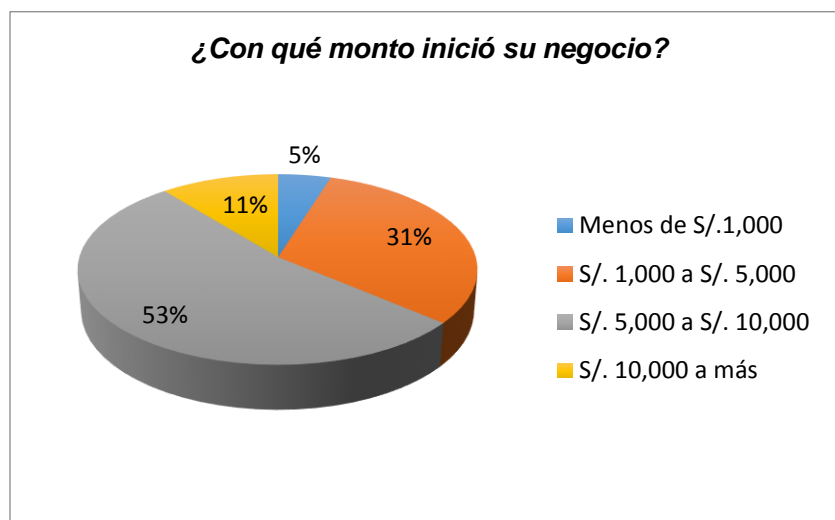
Interpretación. En el gráfico 4 se puede observar que la mayor parte de los comerciantes del mercado José Quiñones han iniciado sus negocios con capital propio representado por un 53%, mientras que el 47% ha iniciado sus negocios en base a préstamos de terceros ya sea por parte de entidades financieras, familiares, o de prestamistas.

5. ¿Con qué monto inició su negocio?

Tabla N° 05

Monto	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/. 1,000	4	5
S/. 1,000 a S/.5,000	26	31
S/.5,000 a S/.10,000	44	53
S/.10,000 a más	9	11
Total	83	100

Gráfico N° 05



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

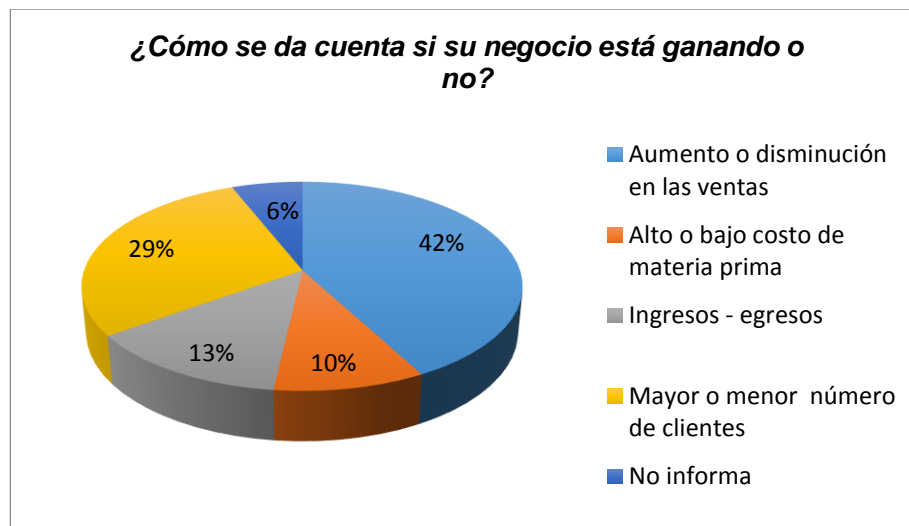
Interpretación. En el gráfico 5 se puede observar que la mayoría de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales han iniciado su negocio con un monto que oscila entre S/. 5,000 a S/. 10,000, representado por un significativo 53%, mientras que el 31% de los comerciantes ha podido iniciar su negocio con un monto entre S/. 1,000 a S/. 5,000. Asimismo el 11% inició con un monto de S/. 10,000 a más y un 5% inició su negocio con un monto menor de S/. 1,000.

6. ¿Cómo se da cuenta si su negocio está ganando o no?

Tabla N° 06

Negocio está ganando o no	N° de encuestados	Porcentaje
Aumento o disminución en las ventas	35	42
Alto o bajo costo de materia prima	8	10
Ingresos – egresos	11	13
Mayor o menor número de clientes	24	29
No informa	5	6
Total	83	100

Gráfico N° 06



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

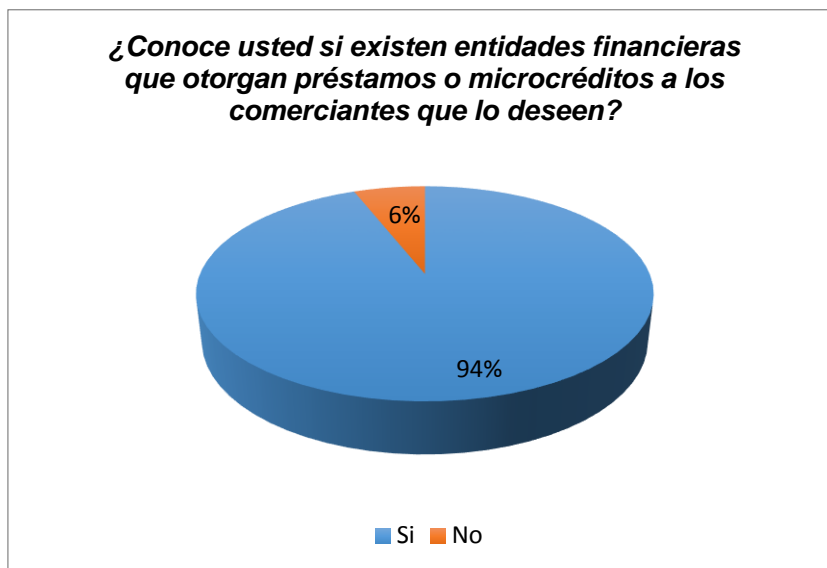
Interpretación: En el gráfico 6 se observa que el 42% de los comerciantes del mercado José Quiñones se da cuenta si su negocio está ganando o no a través del aumento o disminución en sus ventas; el 29% menciona que ellos se percatan de esto a través de un mayor o menor número de clientes; el 13% considera que se da cuenta cuando resta sus egresos de sus ingresos; el 10% considera que sabe cuándo está ganando o no a través del alto o bajo costo de materia prima y un 6% no brinda su opinión al respecto.

7. ¿Conoce usted si existen entidades financieras que otorgan préstamos o microcréditos a los comerciantes que lo deseen?

Tabla N°07

Entidades Financieras Que otorgan microcréditos	N° de encuestados	Porcentaje
Si	78	94
No	5	6
Total	83	100

Gráfico N° 07



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

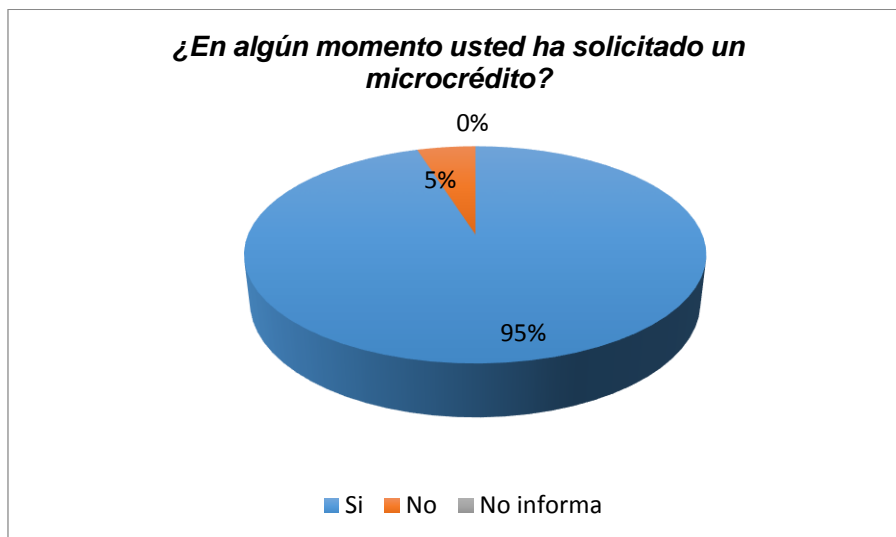
Interpretación. En el gráfico 7 se observa que el 94% de los comerciantes encuestados tienen conocimiento de que existen entidades financieras que brindan préstamos o microcréditos a los pequeños negocios, mientras que el 6% manifiesta que no.

8. ¿En algún momento usted ha solicitado un microcrédito?

Tabla N° 08

<i>Solicitud de microcréditos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	78	95
No	4	5
No informa	1	0
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 08



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

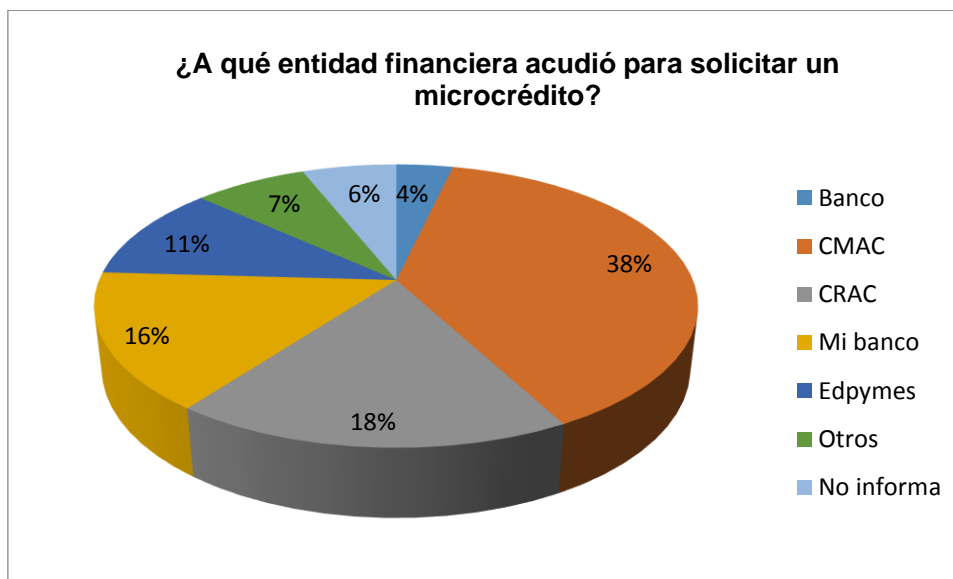
Interpretación. En el gráfico 8 se observa que el 95% de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales ha solicitado en algún momento un microcrédito a una entidad financiera, mientras que un 5% no lo ha solicitado en ningún momento.

9. ¿A qué entidad financiera acudió para solicitar un microcrédito?

Tabla N° 09

<i>Entidad Financiera a la que acudió a solicitar un microcrédito</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Banco	3	4
CMAC	32	38
CRAC	15	18
Mi banco	13	16
Edpymes	9	11
Otros	6	7
No informa	5	6
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 09



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

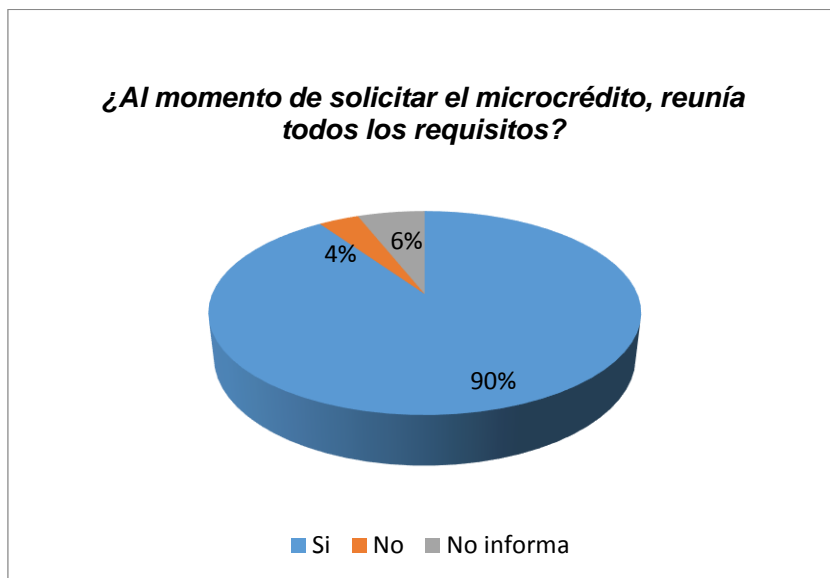
Interpretación. En el gráfico 9 se aprecia que el 38% de los comerciantes encuestados ha acudido a las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito para solicitar un microcrédito; el 18% decidió acudir a las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito; el 16% acudió a Mi banco; el 11% decidió acudir a Edpymes, el 4% acudió a los bancos; en cuanto al 7%, estos acudieron a otras entidades financieras entre ellas a las Cooperativas de ahorro y crédito y un 6% no brinda información.

10. ¿Al momento de solicitar el microcrédito, reunía todos los requisitos?

Tabla N° 10

<i>Requisitos al solicitar microcréditos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	75	90
No	3	4
No informa	5	6
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 10



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

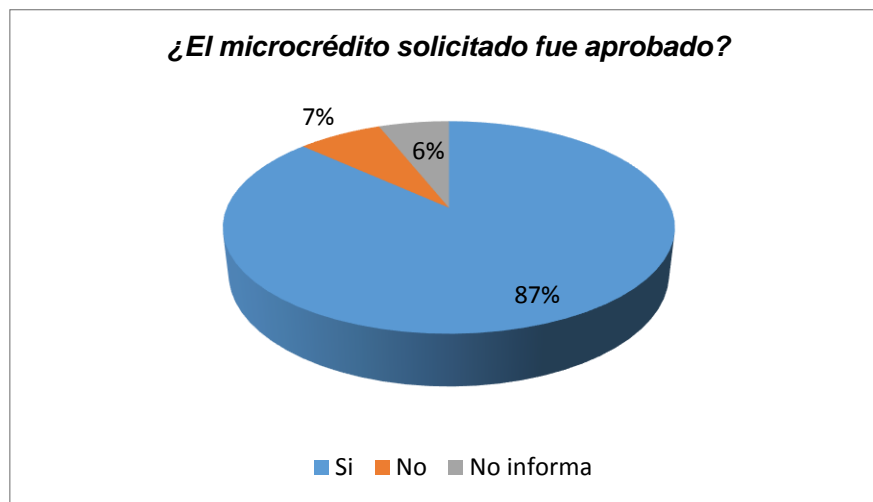
Interpretación. El gráfico 10 nos muestra de que el 90% de los comerciantes del mercado José Quiñones, reunía todos los requisitos necesarios al momento de acudir a una entidad financiera a solicitar un microcrédito; el 4% no contaba con los requisitos necesarios para solicitar un microcrédito y un 6% prefiere no brindar informar al respecto.

11. ¿El microcrédito solicitado fue aprobado?

Tabla N° 11

<i>Aprobación de solicitud de Microcréditos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	72	87
No	6	7
No informa	5	6
Total	83	100

Gráfico N° 11



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

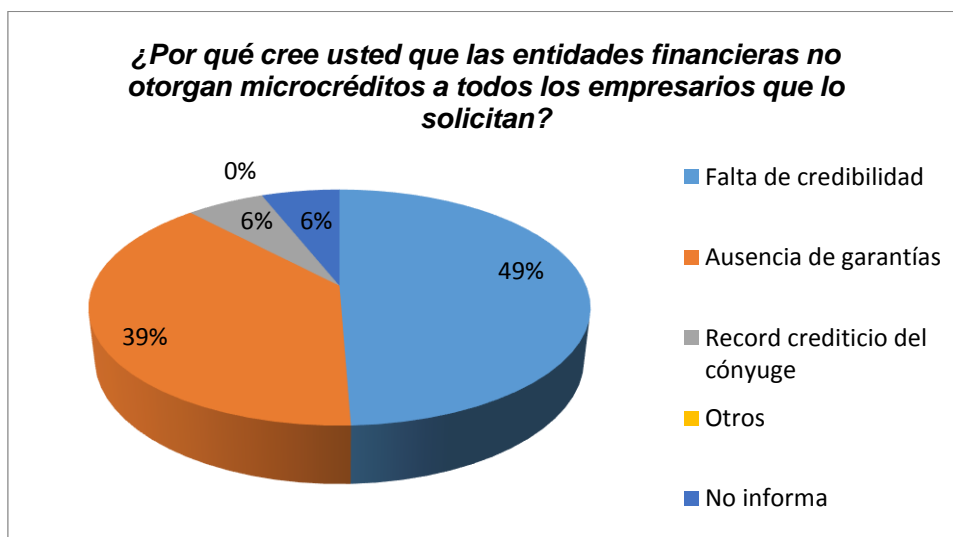
Interpretación. En el gráfico 11 se puede observar que el 87% de los comerciantes han recibido la aprobación para beneficiarse de un microcrédito por parte de una entidad financiera; el 7% no ha podido recibir la aprobación a un microcrédito debido a diversos motivos; y un 6% no informa.

12. ¿Por qué cree usted que las entidades financieras no otorgan microcréditos a todos los empresarios que lo solicitan?

Tabla N° 12

<i>Razones por las que no otorgan microcréditos</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Falta de credibilidad	41	49
Ausencia de garantías	32	39
Record crediticio de cónyuge	5	6
Otros	0	0
No informa	5	6
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 12



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

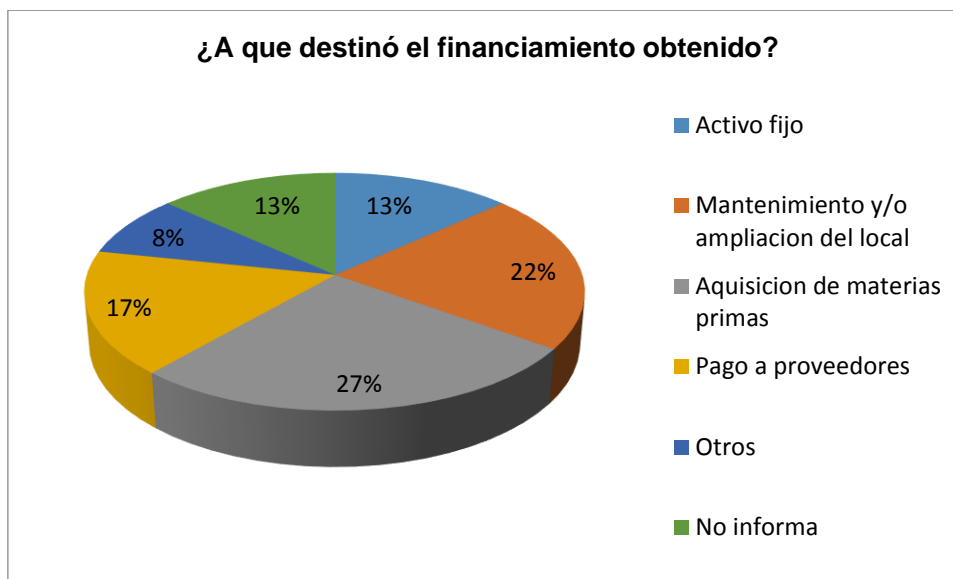
Interpretación. En el gráfico 12 se observa que el 49% de los comerciantes considera que la falta de credibilidad es el motivo por el que las entidades financieras no otorgan microcréditos a todos los empresarios que lo solicitan; el 39% considera que es la ausencia de garantías lo que no les permite acceder a un microcrédito; el 6% cree que esto se debe al récord crediticio del cónyuge, quien al parecer se había beneficiado anteriormente de un préstamo y no logró cumplir con el pago de sus cuotas programadas; y un 6% no brinda información a esta interrogante.

13. ¿A qué destinó el financiamiento obtenido?

Tabla N° 13

<i>Destino del financiamiento adquirido</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Activo Fijo	11	13
Mantenimiento y/o ampliación local	18	22
Adquisición de materias primas	22	27
Pago a proveedores	14	17
Otros	7	8
No informa	11	13
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 13



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

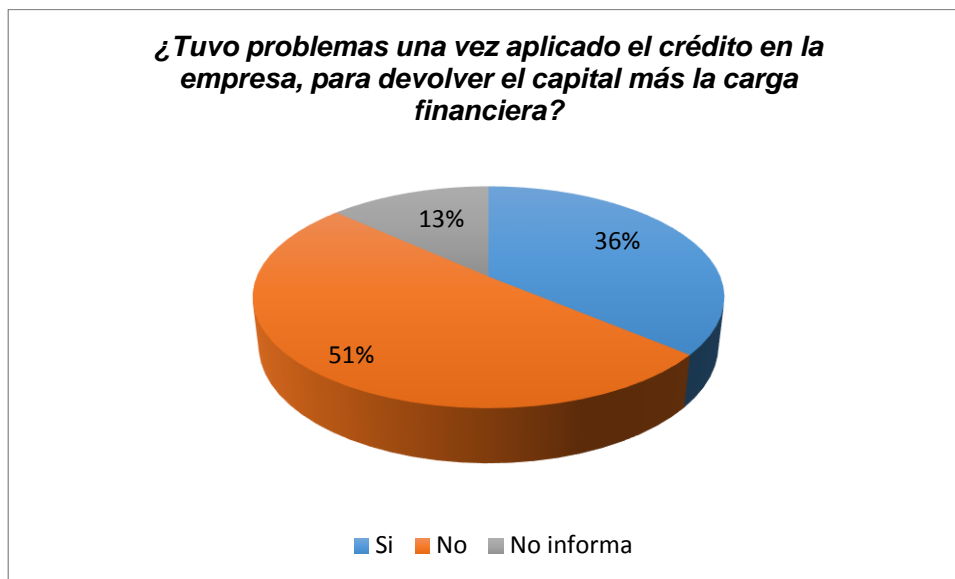
Interpretación. A través del gráfico 13 podemos notar que el 27% de los comerciantes encuestados decidió utilizar el microcrédito obtenido a la adquisición de materias primas; el 22% lo utilizó para efectuar un mantenimiento y/o ampliación de su local; el 17% lo usó para efectuar el pago a sus proveedores; el 13% destinó el monto obtenido para adquirir activos fijos; el 8% lo utilizó para otro tipo de actividades y un 13% no brinda información a esta interrogante.

14. ¿Tuvo problemas una vez aplicado el crédito en la empresa, para devolver el capital más la carga financiera?

Tabla N° 14

<i>Problemas para devolver crédito más carga financiera</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	30	36
No	42	51
No informa	11	13
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 14



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

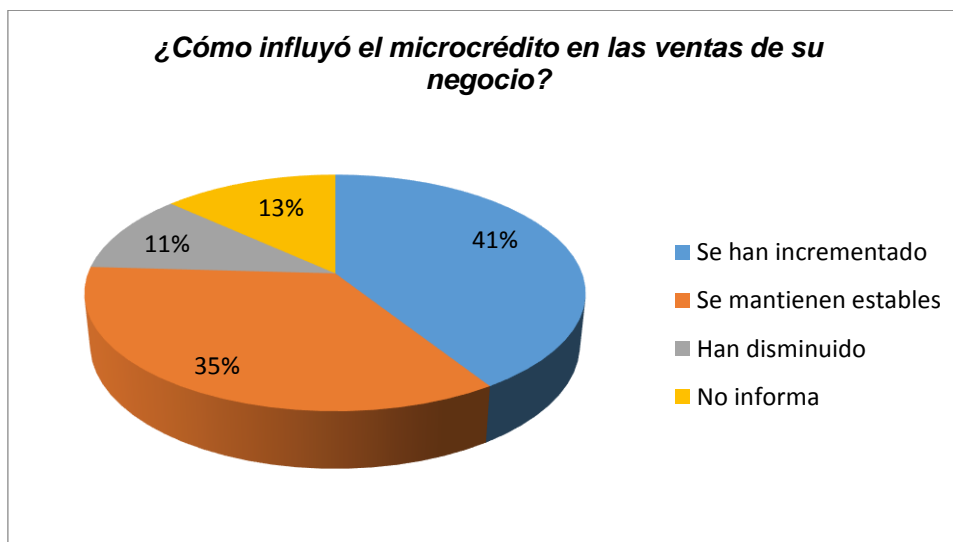
Interpretación: En el gráfico 14, se observa que el 36% de los comerciantes encuestados si tuvo problemas para devolver el capital más la carga financiera una vez aceptado el microcrédito; el 51% menciona que no tuvo problemas y un 13% no brinda información con respecto a esta pregunta.

15. ¿Cómo influyó el microcrédito en las ventas de su negocio?

Tabla N° 15

<i>Influencia de los microcréditos en las ventas del negocio</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Se han incrementado	34	41
Se mantienen estables	29	35
Han disminuido	9	11
No informa	11	13
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 15



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

Interpretación. En el gráfico 15 se puede apreciar que el 41% de los comerciantes considera que sus ventas se han incrementado luego de haber adquirido un microcrédito gracias a una mejor gestión de sus recursos; el 35% considera que las ventas han logrado mantenerse estables; el 11% opina que sus ventas han ido disminuyendo luego de adquirir los microcréditos y un 13% no brinda información al respecto.

16. ¿Cree que los microcréditos le ayudaron a mejorar su situación económica?

Tabla N° 16

<i>El microcrédito en su situación económica</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	59	71
No	13	16
No informa	11	13
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 16



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

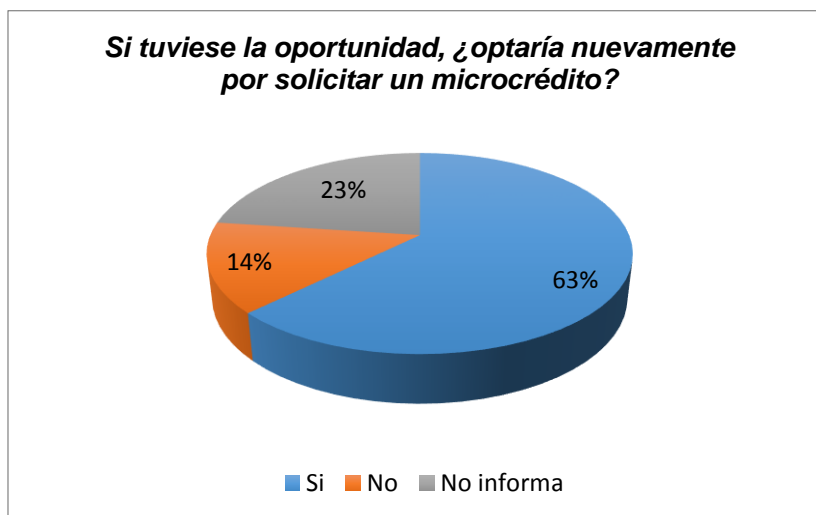
Interpretación. En el gráfico 16 se observa que el 71% de los comerciantes del mercado José Quiñones considera que su situación económica ha mejorado luego de haber recibido los microcréditos; el 16% de los comerciantes encuestados considera que su situación económica no ha mejorado luego de recibir los microcréditos, y un 13 % no brinda información a esta interrogante.

17. Si tuviese la oportunidad, ¿optaría nuevamente por solicitar un microcrédito?

Tabla N° 17

<i>Optar por solicitar nuevamente un microcrédito</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	52	63
No	12	14
No informa	19	23
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 17



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

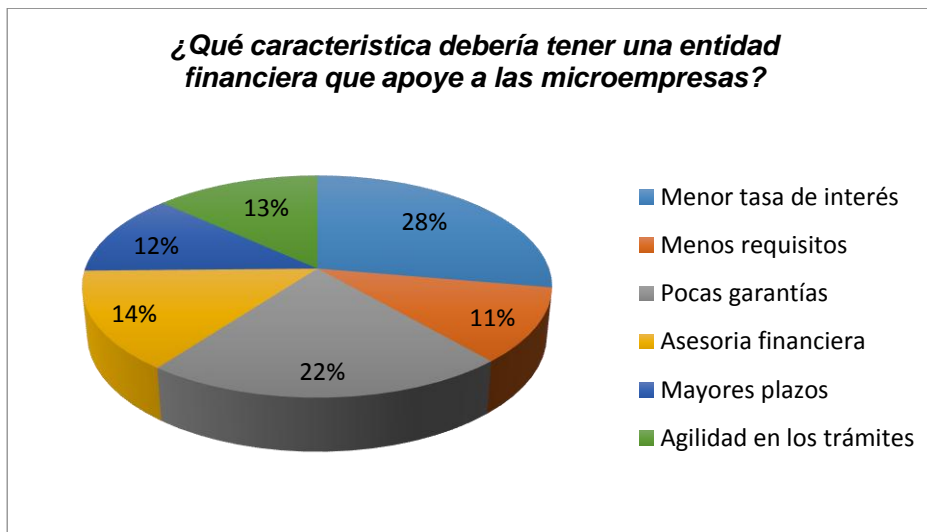
Interpretación. En el gráfico 17 se puede observar que el 63% de los comerciantes encuestados optaría por solicitar nuevamente un microcrédito debido a los diversos beneficios obtenidos; el 23% no brinda información sobre esta interrogante, pues tendría que conocer y analizar los servicios y condiciones que otorgan las entidades financieras; mientras que el 14% prefiere no volver a solicitar un microcrédito, sino más bien recurrir a prestamistas.

18. ¿Qué característica debería tener una entidad financiera que apoye a las microempresas?

Tabla N° 18

<i>Entidad financiera que apoye a las microempresas</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Menor tasa de interés	23	28
Menos requisitos	9	11
Pocas garantías	18	22
Asesoría financiera	12	14
Mayores plazos	10	12
Agilidad en los trámites	11	13
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 18



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

Interpretación. En el gráfico 18 se observa que el 28% de los comerciantes encuestados considera que una de las características que deberían tener las entidades financieras que apoyan a las microempresas es el de tener una tasa de interés menor, con el fin de poder cumplir con sus pagos puntualmente; el 22 % considera que estas entidades deberían solicitar pocas garantías; el 14% piensa que las entidades financieras deberían brindar una constante asesoría financiera; el 13% considera que estas entidades deberían ser más ágiles al momento de

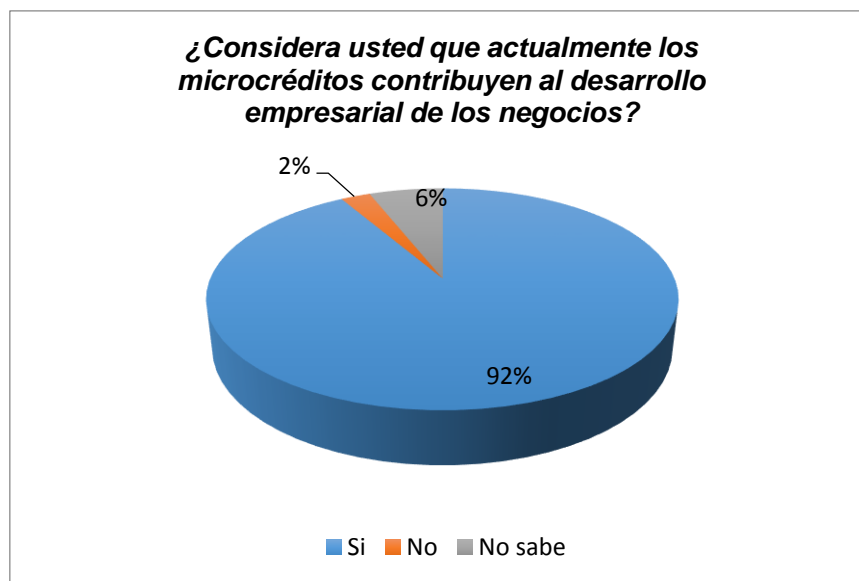
realizar diversos trámites; el 12% opina que estas entidades deben brindar mayores plazos y un 11 % piensa que deberían solicitar menos requisitos.

19. ¿Considera usted que actualmente los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial de los negocios?

Tabla N°19

<i>Los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial de los negocios.</i>	<i>N° de encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	76	92
No	2	2
No sabe	5	6
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 19



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

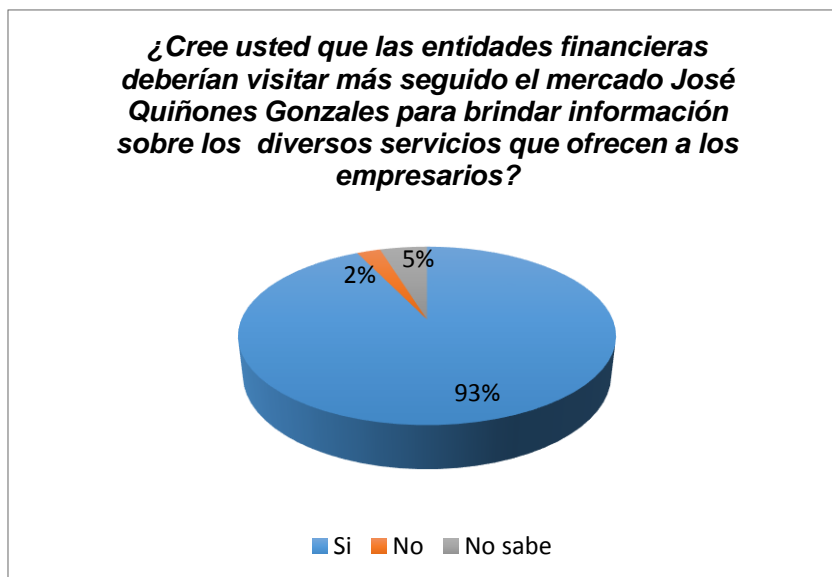
Interpretación. A través del gráfico 19 podemos notar que el 92% de los comerciantes encuestados considera que los microcréditos actualmente contribuyen al desarrollo empresarial de los comerciantes que deseen superarse; el 2% considera que los microcréditos no contribuyen a su desarrollo empresarial, y un 6% no está plenamente seguro de esto.

20. ¿Cree usted que las entidades financieras deberían visitar más seguido el mercado José Quiñones Gonzales para brindar información sobre los diversos servicios que ofrecen a los empresarios?

Tabla N° 20

Entidades financieras deben visitar el mercado José Quiñones Gonzales.	N° de encuestados	Porcentaje
Si	77	93
No	2	2
No sabe	4	5
<i>Total</i>	<i>83</i>	<i>100</i>

Gráfico N° 20



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada.

Interpretación. Finalmente, en el gráfico 20 se puede observar que el 93% de los comerciantes ésta de acuerdo en que las entidades financieras deberían visitar constantemente el mercado José Quiñones Gonzales para informarles continuamente sobre los diversos servicios que ofrecen a los empresarios; el 2% considera que estas visitas no son necesarias, y un 5% no está seguro de esto.

Tabla N° 21: Influencia de la microempresa y el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo - 2015

Tabla N° 21

		Valor	Error típ. asint.	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,302	,188	,008
N de casos válidos		83		

La tabla anterior muestran los resultados con respecto a la influencia entre la microempresa y el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, para esto se aplica la correlación de Pearson resultando igual a 0,302 que representa una relación débil positiva que indica que mientras mayor sea la presencia de la microempresa mayor será el desarrollo empresarial, además se tiene un nivel de significancia es 0,008 <0,05, siendo menor que el valor de significancia considerada, lo que indica que los resultados son significativos.

Prueba de Contrastación de hipótesis

Se tiene la hipótesis siguiente:

Luego se plantea la hipótesis afirmativa

Hi: Las microfinanzas influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo – 2015

Así como la hipótesis nula

Ho: Las microfinanzas no influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo - 2015.

Ahora probaremos que la hipótesis nula cumple con el modelo presentado y se ajusta a las observaciones, para esto aplicaremos la distribución Chi cuadrada, con un nivel de significancia de 0,05:

$$\chi^2_{calculado} = \frac{\sum \sum (O-E)^2}{E}$$

O: Valor observado

E: Valor esperado

Con $k - 1$ grados de libertad.

Obteniendo lo siguiente:

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,173	4	,001
N de casos válidos	83		

En el caso se considera 4 grados de libertad y con un nivel de significancia de 0,001 entonces se tiene que el valor $\chi_{0,95}^2 = 9,4877 < 10,173$, con nivel de significancia de $0,001 < 0,05$ que indica que el valor encontrado se encuentra en la zona de rechazo, por lo que no se acepta la hipótesis nula aceptando la hipótesis afirmativa. Luego podemos concluir que las microfinanzas influyen de manera positiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo – 2015.

4.3. Discusión de los resultados.

En la presente tesis se investigó la influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales, para ello se realizó una encuesta la cual fue aplicada a 83 comerciantes con el fin de obtener información verídica y necesaria para la investigación.

De acuerdo con la pregunta N° 1, el 59% los comerciantes de este mercado pertenecen al sector comercio, figurando en este sector la sección frutas, verduras, abarrotes, carnes, pollos, pescados, etc., mientras que el 41% de ellos se dedican a la venta de desayunos, menús, alquileres de disfraces, Agentes BCP, etc., quienes pertenecen al sector servicios. Se puede observar entonces que el comercio es el sector que predomina en estos microempresarios. Esto guarda relación con el informe presentado por el Ministerio de la Producción (2015), titulado Las Mipyme en cifras 2014, donde menciona que en el último quinquenio, los sectores comercio y servicios han logrado concentrar aproximadamente el 85% de las Mipyme formales. El sector comercio representa el 45.2% de las Mipyme, mientras que el sector servicio representa el 40.0%. Por tanto podemos decir que estos comerciantes se encuentran incluidos en estos porcentajes, al ser microempresarios formales.

Según la pregunta N° 2, el 75% de los comerciantes vienen laborando por más de 5 años en este mercado, lo que indica que estos emprendedores han sabido gestionar eficientemente sus negocios y han sabido ganarse la confianza de sus compradores. Esto, a su vez, le permite seguir desarrollándose y creciendo económicamente, a pesar de que la competencia surja con una variedad de productos y precios más accesibles. Por ello los comerciantes del mercado José Quiñones consideran sumamente importante el trazarse objetivos a largo plazo para mantenerse activos de manera constante en sus negocios.

Con respecto a la pregunta N° 3, un 47% de los comerciantes de este mercado decidieron llevar a cabo su negocio, por el deseo de ser independientes. Esto se debe a que ellos quieren demostrar a su familia y amigos que tienen ganas de salir adelante y superarse por sus propios medios, y así evitar depender de terceros. Esto guarda relación con el artículo de Thomson, I. (2007), en donde

menciona que existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una pequeña empresa, entre ellas el deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

De acuerdo con la pregunta N° 4, son 44 los comerciantes que iniciaron sus negocios con sus ahorros personales. Esto nos demuestra que ellos tuvieron que realizar muchos sacrificios para poder ahorrar y lograr obtener el monto necesario para emprender sus propios negocios. Otros (39 comerciantes) tuvieron que acudir a préstamos ya sea familiares o por parte de los agiotistas para poder emprender sus negocios.

Según la pregunta N° 5, la mayoría de estos comerciantes, representado por un 53%, iniciaron su negocio con un monto entre S/5,000.00 a S/10,000.00, monto destinado al pago y arreglo de su puesto en el mercado, trámites para su funcionamiento, la compra de mercaderías, materias primas, etc.

Con respecto a la pregunta N° 6, el 42% de estos comerciantes comentan que se percatan de que su negocio está obteniendo ganancias o no, a través del aumento o disminución de sus ventas. Sin embargo existe un pequeño número de comerciantes (13%) que a través del cálculo de ingresos menos egresos puede conocer si están obteniendo ganancias o no. Esto demuestra que es necesario que todos los comerciantes en general conozcan un sistema de contabilidad básica de ingresos y gastos para poder determinar su rentabilidad. Este aspecto lo deberían de tener en cuenta las entidades financieras, puesto que ellas podrían seguir contribuyendo al éxito de las microempresas, capacitándolas y orientándolas en este tema.

De acuerdo con la pregunta N° 7, el 94% de los comerciantes encuestados aseguran conocer a las entidades financieras que otorgan préstamos o microcréditos a los microempresarios, por lo que se encuentran informados sobre los requisitos que deben de presentar en caso deseen solicitar un microcrédito en dichas instituciones. Cabe mencionar, que estos comerciantes son los que acudieron a las entidades financieras, debido a que estas no los visitaban de manera continua.

Al conversar con las entidades financieras sobre el porqué no visitaban al mercado José Quiñones, comentaron que hubo un tiempo en que sí visitaban a estos comerciantes, sin embargo, debido al miedo y falta de interés por parte de ellos, dejaron de visitarlos. Ahora como se han dado cuenta de que este sector está optando por los microcréditos para mejorar sus negocios - al tener visitas de estos comerciantes en sus diferentes establecimientos - han decidido comenzar a visitarlos, y no solo a este mercado, sino a otros que se ubican cerca de la Urbanización.

Según la pregunta N° 8, 78 comerciantes se han animado y han solicitado un microcrédito a las diversas instituciones financieras, luego de haberse informado y consultado tanto a estas instituciones como con familiares o amigos que optaron por solicitar préstamos.

Con respecto a la pregunta N° 9, las instituciones más acudidas para solicitar microcréditos son las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (38%) entre ellas la Caja Trujillo, Caja Sullana y Caja Sipan; Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (18%), a Mi Banco (16%) y a Edpymes (11%). Esto concuerda con la investigación de Berberisco, J. (2013), quien menciona que las instituciones microfinancieras no bancarias como las cajas municipales, cajas rurales, EDPYME, etc., han obtenido muy buenos resultados en la incursión del sector Mypes, lo que está ocasionando que la banca tradicional se reoriente hacia el crédito a la microempresa, se descentralice e, incluso, llegue a sectores o negocios a los que antiguamente no ingresaba.

De acuerdo con la pregunta N° 10, 75 comerciantes reunían todos los requisitos al momento de solicitar un microcrédito. Entre los requisitos que se les pide, encontramos los siguientes: copia de DNI del solicitante y del cónyuge, contar con negocio y experiencia en el este (mínimo 6 meses), buena calificación en la Central de Riesgo o mejor dicho, no presentar historial crediticio, copia de recibo de servicios de agua, luz o teléfono y contar de preferencia con domicilio estable, pues si eres inquilino se debe presentar contrato de alquiler.

Según la pregunta N° 11, a 72 de los comerciantes luego de presentar los documentos necesarios, y evaluarlos - visitándolos a sus lugares de trabajo - se le

aprobó el microcrédito, después de 24 horas de haber efectuado la verificación y evaluación respectiva. Para recibir sus montos, tuvieron que ir a las instituciones financieras a firmar la documentación necesaria.

Con respecto a la pregunta N° 12, los comerciantes creen que los motivos por el que las entidades financieras no otorgan microcréditos a todos los empresarios que lo solicitan es debido a la falta de credibilidad, el record crediticio del cónyuge y la ausencia de garantías, pues ahora son realmente muy pocas las personas que aceptan ser garantes de uno y a apoyarte en esta situación. Esto concuerda con la investigación de Granato, L. (2007), donde menciona que entre los obstáculos de las Mypes para acceder al crédito, desde el punto de vista de la demanda, se encuentran: la falta de confianza de los bancos respecto de los proyectos, el exceso de burocracia de los intermediarios financieros, y la petición de excesivas garantías.

Sin embargo este grupo de comerciantes cree que con el tiempo, y debido a que las circunstancias cambian, este problema se solucionará y tendrán la posibilidad de la aprobación más adelante.

De acuerdo a con la pregunta N° 13, los comerciantes han destinado el financiamiento a la compra de activos fijos, adquisición de materias primas para fortalecer sus ventas, pago a sus proveedores, y otros lograron darle un mantenimiento e incluso ampliaron locales, adquiriendo nuevos puestos, donde ahora se encuentran laborando sus familiares. Este punto coincide con la investigación de Forero, D. (2014), donde menciona que el microcrédito en sí, no tiene la capacidad de generar empleo masivo, pero si tiene la capacidad de generar autoempleo y por ende nuevos ingresos a poblaciones no atendidas por el sistema financiero.

Según la pregunta N° 14, el 51% de los comerciantes que se beneficiaron de los microcréditos aseguran que no tuvieron problemas para devolver el capital más la carga financiera. Este punto va de acuerdo con la investigación de Rivera, k. y Bejarano, J. (2014) quienes mencionan que muchas entidades microfinancieras han demostrado que sus usuarios tienen sentido de ahorro y voluntad de pago, a pesar de los costes financieros, de gestión y transacción de

las operaciones de microcréditos que son muy altos. Esto demuestra que los comerciantes de este mercado están en las condiciones de asumir y cumplir con responsabilidad sus obligaciones financieras.

Con respecto a la pregunta N° 15, los microcréditos adquiridos han influido de manera positiva en los negocios, al permitir que sus ventas incrementen, y así tengan más entradas de dinero. Sin embargo, tras el surgimiento de nuevos competidores y productos sustitutos, ciertos negocios mantienen sus ventas en un mismo nivel, y en un número reducido de comerciantes, está disminuyendo. Es por eso que los comerciantes han decidido planear sus actividades comerciales para mejorar esta situación y no verse afectado.

De acuerdo a la pregunta N° 16, la mayoría de los comerciantes considera que los microcréditos han sido muy útiles, pues gracias a estos su situación económica ha mejorado, y su calidad de vida y la de su familia también, pues ya no solo trabajan un solo miembro de la familia, sino varios, cooperando juntos para salir día a día adelante. Esto corrobora el trabajo de investigación de Vásquez, G. (2014), quien menciona que las microfinanzas son una pieza fundamental en el desarrollo de los emprendedores, porque va a permitir su desarrollo económico, desarrollo financiero, mejore su bienestar social y por ende su nivel de vida.

Según la pregunta N° 17, los comerciantes que se beneficiaron de los microcréditos, debido a que les ha ido bien y han visto buenos resultados, podrían optar por solicitar un nuevo microcrédito más adelante, si fuese necesario.

Con respecto a la pregunta N° 18, el 28% de los comerciantes considera que las instituciones financieras que quieran apoyar a las microempresas, deberían disminuir su tasa de interés, de esta manera más microempresarios- que por temor de no poder cumplir con los pagos de manera puntual- podrían optar por un financiamiento. Así mismo el requerir pocas garantías (22%) y la asesoría financiera (14%) es algo que los comerciantes consideran importante. Este aspecto también lo deben de tener en cuenta las instituciones financieras para seguir apoyando a las microempresas. Esto concuerda con la investigación de Kong, J. (2014), quien menciona que las MYPES responden favorablemente al

financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; pues estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos.

De acuerdo a la pregunta N° 19, los comerciante consideran que actualmente los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial de los negocios. El financiamiento adquirido les ha ayudado no solo a mejorar su situación económica, y su calidad de vida, sino que los ha animado a tener una proyección futura de sus negocios, para ello consideran importante la planificación, y el control de sus actividades comerciales, pues el hacerlo los ayudará a llegar lejos.

A raíz de esto, podemos decir que la actitud de estos microempresarios ha cambiado, influyendo esto de manera positiva en la formalización, y originando un cambio en las políticas, fomentando un mayor desarrollo en la sociedad. Este punto concuerda con lo que menciona Alonso, P. (2003) quien comenta que la finalidad del microcrédito es mejorar el nivel de vida de la población pobre, pues gracias al mismo, estas personas pueden realizar inversiones para mejorar sus capacidades productivas y generación de ingresos, adquiriendo instrumental para el trabajo, aumentando las posibilidades de acceso al mercado o cualquier otra mejora de economía familiar o de cualquier otra empresa.

Finalmente según la pregunta N° 20, a los comerciantes de este mercado les gustaría recibir constantemente la visita de trabajadores de las diversas instituciones financieras con el fin de que éstas les comuniquen y mantengan informados sobre los diversos servicios que sus entidades ofrecen a los microempresarios. Por lo que se anima a las instituciones financieras a que tengan en cuenta este aspecto, y tomen las medidas necesarias para no abandonar a este y/o cualquier mercado.

En síntesis, de acuerdo con los resultados encontrados y luego de haberlos analizado, se puede decir que existe notablemente una influencia positiva de las

microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

V. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

Debido a los objetivos trazados, el presente trabajo no plantea una propuesta de investigación, sin embargo se ha visto conveniente utilizar este capítulo para redactar algunos aspectos que deberían tener en cuenta las instituciones microfinancieras para mejorar su relación con las microempresas.

En nuestro país, hemos podido notar que los microempresarios resultan más importantes para el sistema financiero y se constituyen como pieza fundamental en el crecimiento económico del país. Sin embargo, ésta tarea no ha sido nada fácil. Las Instituciones microfinancieras han tenido que trabajar arduamente en el desarrollo de una cultura de pago y en la generación de confianza. Esta confianza, ha sido ganada mediante pequeños detalles, por ejemplo al bancarizar al comerciante informal y asesorar cada decisión de los clientes.

Las CMAC en conjunto, por su parte, han logrado que el público, entienda que significa ser “sujeto de crédito”; es decir, el contar con instituciones que crean en ellos y les brinden los recursos necesarios para iniciar proyectos que luego signifiquen su futuro y forma de vida, por otro lado han logrado inculcar la buena y sana costumbre del ahorro.

Las Instituciones Microfinancieras han logrado llegar a nuevos mercados, haciendo posible bancarizar a un mayor número de clientes, insertándolos en el sistema financiero, contribuyendo al desarrollo de su economía familiar y mejorando su calidad de vida. Asimismo, se redujeron los niveles de extrema pobreza, convirtiéndose de esta manera en “los motores de desarrollo económico al interior del país”. En otras palabras, las instituciones microfinancieras están aprovechando toda oportunidad que se les presenta para seguir surgiendo, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y empresarial de la población en general.

Debido a lo antes mencionado, podemos decir que el desarrollo de las microfinanzas ha contribuido con la reducción de la pobreza; ha generado nuevos y mayores puestos de trabajo; ha ayudado a la formalización de miles de negocios; ha contribuido al fisco con sus impuestos y el de sus clientes; ha

acompañado al crecimiento de cientos de empresas hasta las puertas de los bancos; ha enseñado y capacitado mediante la educación financiera a miles de empresarios; ha formado profesionales especializados en microfinanzas (de tal manera que muchos de ellos trabajan en bancos y en el extranjero); ha preparado a los empresarios de las MYPE para que los bancos comerciales puedan ingresar a ese sector que antes no les era atractivo; es decir, ha contribuido a considerar diversas tecnologías crediticias inclusivas que impulsan a su desarrollo empresarial.

El sector de las microfinanzas peruana en estos últimos años, atraviesa un periodo de crecimiento y se ha podido bancarizar a un mayor número de personas, especialmente a las Mype. Sin embargo, estas no deben de quedarse con los brazos cruzados, sino más bien debe buscarse un crecimiento basado en políticas y reglas claras que le permitan al país seguir liderando en el campo de las microfinanzas. Las empresas actualmente, necesitan de entidades con políticas apropiadas que les ayuden a crecer de manera sostenida, que no las ahoguen y atormenten con préstamos de alta probabilidad de impago. Por otro lado, el ente regulador del sistema financiero tiene como responsabilidad orientar a las empresas que están bajo su supervisión para que estas realicen una adecuada gestión y administración de los riesgos que enfrentan.

Así mismo, algo que deben hacer las instituciones microfinancieras es comprender las necesidades del mercado. Las pequeñas empresas tienen necesidades únicas, generalmente diferentes de las de empresas más grandes, pero con frecuencia distintas entre sí. Las IMF deben invertir para conocer bien a este nuevo grupo de clientes así como diseñar y plantear estrategias para este mercado. Las IMF tienen que realizar estudios de mercado, e iniciar una investigación primaria, recurriendo a la observación directa. Para encarar el proceso de segmentación es fundamental contar con un profundo conocimiento de las necesidades de los clientes y las demandas del mercado.

También deben desarrollar métodos específicos de evaluación del riesgo. Es posible que las instituciones financieras que acaban de incorporarse al mercado de préstamos a pequeñas empresas no dispongan de los datos necesarios para desarrollar un sistema sólido de calificación crediticia. Es frecuente entonces que

apliquen sistemas de calificación modificados, en los que se sirven de la experiencia obtenida sobre el terreno para formular rápidamente una serie de parámetros que les permitan evaluar diferentes grupos de préstamos, es por eso que deben tener muy en cuenta este aspecto y capacitarse en una mejor manera de evaluación de riesgos

Las IMF también tendrán que diseñar una capacitación específica para el personal que labora en el área de créditos con el fin de que las decisiones sobre préstamos a pequeñas empresas se basen, en primer lugar, en el flujo de caja y, en segundo lugar, en las garantías o las formas de pago del garante, pensando siempre en el bienestar de los microempresarios y las de sus familias. El mejorar esto, hará posible que los comerciantes que aún no conozcan este tema, se sientan atraídos por las microfinanzas y se animen a solicitar un pequeño financiamiento.

Las IMF podrían aportar ventajas importantes al mercado de las pequeñas empresas. Para ello deben entablar relaciones más estrechas con sus clientes. El usar el portal web, call center, Buzón de Sugerencias y encuestas, así como fomentar concursos de ideas innovadoras, permitirá a las IMF conseguir información relevante y necesaria. Esta información luego de ser analizada, hará posible que se propongan e implementen proyectos de mejora, campañas y/o diseño de productos y servicios que satisfagan directamente las necesidades y requerimientos de clientes.

Las IMF deben proporcionar una atención personalizada y oportuna en el tiempo. Esta última condición es vital en los servicios financieros a la microempresa. En el microcrédito se trata de llevar el banco a la gente y no de traer gente al banco, es por eso que las IMF de manera continua deben visitar a las MYPE con el fin de brindarles la orientación debida con respecto a financiamientos y otro tipo de servicios creados para el fortalecimiento de estas micro y pequeñas empresas.

El gobierno debe también interesarse por este sector y hacer algo para impulsar el desarrollo de las Mype. Éste - integrando esfuerzos de la diversas Superintendencias y Ministerios- debe realizar de manera continua una amplia

campaña informativa y de orientación acerca de: mecanismos de legalización, de financiamiento, de comercialización y de gestión general; debe promover centros de investigación y desarrollo tecnológico destinado a apoyar y fomentar la creación de las Mype.

Asimismo, tanto el estado como los grupos empresariales organizados deben de desarrollar proyectos con el fin de obtener una ayuda financiera internacional sin reembolso dirigida totalmente a potenciar de manera tecnológica a las pequeñas y micro empresas. El desembolso obtenido debe de ser realmente destinado a este sector, que como ya se ha mencionado anteriormente, necesitan el apoyo necesario para seguir desarrollándose continuamente. En pocas palabras el estado, debe contribuir de todas las maneras posibles al crecimiento y desarrollo de las microempresas.

En cuanto a los gobiernos locales (Municipalidades) no deben ver en las Mype sólo posibilidades de recaudación pasajera, sino de contribución permanente previo apoyo de su desarrollo. En este sentido, las municipalidades pueden canalizar actividades de asesoría, de capacitación, de desarrollo tecnológico, de asociación, de comercialización, entre otros, para contribuir con su desarrollo.

Las Universidades también deberían fomentar en sus estudiantes la investigación en el campo de las microfinanzas, con la finalidad de que puedan conocer la influencia que éstas tienen en los microempresarios, de manera que ellos puedan animarse tanto a sí mismo como a sus familiares a organizarse y crear sus propios negocios, optando siempre por la formalidad.

Finalmente, las micro y pequeña empresas por su parte también deben de tomar acciones, y no solo buscar alianzas o hacer pactos con las grandes empresas, sino que lo hagan entre ellas mismas, lo cual les permitiría elevar su capacidad para emprender negociaciones y estar al nivel del mercado. Esto llamará la atención tanto de las Instituciones microfinancieras como el estado, quienes al ver lo que está ocurriendo, se enfocarán más en atender las necesidades de las mype y fomentarán su crecimiento económico y empresarial dentro de la comunidad.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones.

En cuanto a los objetivos planteados, se presentan las siguientes conclusiones derivadas de la investigación.

Objetivo general: Determinar la influencia de las Microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado José Quiñones Gonzales, Chiclayo-2015.

Según los resultados obtenidos, existe notablemente una influencia positiva de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales. Estos comerciantes no solo se han beneficiado de manera económica, sino también han aprendido lo necesario que es planificar sus actividades y el trazarse objetivos a largo plazo, aspectos importantes del desarrollo empresarial que les permitirá mantenerse activos por muchos años más.

Objetivo específico 1: Identificar el número de comerciantes que se benefician con la recepción de los microcréditos.

El número de comerciantes que obtuvieron la aprobación para beneficiarse de un microcrédito es 72. Éstos presentaron los requisitos solicitados por las entidades financieras, los cuales fueron evaluados y luego de 24 horas se les procedió a comunicar su aprobación.

Asimismo, los comerciantes en general consideran que la ausencia de garantías, la falta de credibilidad y el record crediticio del cónyuge son razones que tienen las instrucciones financieras para no aprobar todos los microcréditos solicitados.

Objetivo específico 2: Conocer los motivos por los que los comerciantes solicitan microcréditos.

Entre los motivos por los que los comerciantes solicitan microcréditos, encontramos la compra de activos fijos, la adquisición de materias primas para fortalecer sus ventas, el darle un mantenimiento y/o ampliación de sus puestos de trabajo, y por último el cumplir con el pago a sus proveedores.

Objetivo específico 3: Identificar a qué entidades financieras los comerciantes acuden para solicitar microcréditos.

Los comerciantes han manifestado que las instituciones a las que comúnmente acuden a solicitar microcréditos son las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAR), entre ellas la Caja Trujillo, Caja Sullana y Caja Sipán; Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), a Mi Banco, y a Edpymes. En cuanto a los bancos, estos son los menos visitados, debido a que no otorgan muchos beneficios a los microempresarios.

Objetivo específico 4: Definir el nivel de satisfacción de los comerciantes al obtener los microcréditos.

Los comerciantes beneficiarios consideran que los microcréditos han sido muy útiles, pues gracias a ellos su situación económica ha mejorado, así como su calidad de vida y la de su familia también, es por ello que como les ha ido bien, piensan solicitar un nuevo microcrédito si tuviesen otra oportunidad.

Sin embargo, pese a este progreso, aún existe una carencia de cultura crediticia, y una falta de gestión empresarial en un pequeño número de comerciantes. Estos aspectos lo deberían tener muy en cuenta las instituciones financieras para evitar estas limitantes en los microempresarios.

6.2. Recomendaciones.

Se presentan las siguientes recomendaciones derivadas de la investigación.

Recomendación 1: Tanto las Instituciones Microfinancieras como el Estado deben promover y ejecutar programas de capacitación empresarial para las MYPE de manera constante, para educar y sensibilizar al empresario en cuanto a temas de gestión empresarial tales como: formalización, atención al cliente, abastecimiento y distribución, calidad, seguridad laboral, gestión financiera e instrumentos financieros, innovación y las nuevas tendencias en los negocios, ya que esto ayudará mucho a su desarrollo.

Recomendación 2: Las instituciones financieras, en especial los bancos, deben de redefinir el concepto del crédito de las MYPE, considerando que no solamente las garantías o los bienes hipotecarios pueden ser considerados como relevantes para la seguridad de los desembolsos, ya que es necesario que se considere como prioritario la bondad del proyecto y la calidad de los prestatarios, para su beneficio. Así mismo, deben mejorar los procesos y procedimientos que se emplean para el otorgamiento del crédito, lo cual les permitiría ser más productivos y aumentar el número de clientes en el segmento de microcréditos.

Recomendación 3: Para apoyar adecuadamente a las pequeñas empresas, las IMF deberán crear aún más técnicas que permitan desarrollar los procesos más eficientemente en cuanto al conocimiento de los clientes, la evaluación de los créditos, la recuperación de cartera, la capacitación y la oferta integral de servicios a los microempresarios asegurando que la operación sea sostenible. Esto requiere un compromiso de los niveles más altos de gerencia para crear una estrategia centrada en el cliente, contratar a personal especializado y competente, e invertir en tecnologías adecuadas.

Recomendación 4: Es necesario que la Banca y las instituciones financieras no bancarias, establezcan una Alianza Estratégica con las MYPE Y PYME, no solamente para las operaciones de crédito, sino para otras operaciones reales, como búsqueda de mercado o asesoría tecnológica, lo que en cierta forma coadyuvaría a que este sector empresarial tenga mayores fortalezas para competir en el mercado y a la vez, acumule potencialidades para ir configurándose como un cliente no riesgoso para estas entidades.

Recomendación 5: Las Instituciones Microfinancieras deben de efectuar visitas continuas al mercado para mantener informados a los comerciantes sobre los diversos servicios que se encuentren brindando a los microempresarios, de manera que ellos sepan a qué institución acudir en caso deseen beneficiarse de un microcrédito ya sea por primera vez o nuevamente.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.

- Alcaraz, R. (2011.). *El emprendedor de éxito*. Cuarta Edición. Editorial: Mc. Graw Hill. México.
- Álvarez, J. (2013). *Evaluación del impacto del microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta*. Universidad Nacional De Colombia. Medellín.
- Alonso, P. (2003). *El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado*. Colombia.
- Begoña, O y López, C. (2002). *Antecedentes del microcrédito*. Universidad de Cantabria. España.
- Begoña, O y Sainz, I. (2012). *Guía sobre microcréditos. Lecciones del pasado para las experiencias actuales*. Universidad de Sevilla. España.
- Berberisco, J. (2103). *Los créditos de las cajas municipales y el desarrollo empresarial de las Mype del sector metalmecánica en el Distrito de Independencia periodo 2007–2012*. Perú. Consultado en <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/616>.
- Berger, M y Miller, T. (2007). *El Boom de las Microfinanzas. El modelo latinoamericano visto desde adentro*. Banco Interamericano de Desarrollo. España.
- Benavides, A; Chávez, I; Ramos, C. y Yauri, M. (2013). *Planeamiento Estratégico del Sector Microfinanciero de Cajas Municipales en Arequipa*. Disponible en <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/460>

9/BENAVIDES_CHAVEZ_RAMOS_YAURI_SECTOR_MICROFINANCIERO.pdf?sequence=1

Bucheli, G. (2011). *Análisis del impacto de las microfinanzas en el Ecuador caso: Proyecto COOPFIN-CREAR*. Consultado en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/3607/T-PUCE-3617.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (2015): Informe de Coyuntura de las Microfinanzas en el Perú. Disponible en http://camara-arequipa.org.pe/sites/default/files/publicaciones/informe_de_coyuntura_-_las_microfinanzas_en_el_peru._marzo_2015.pdf

Camacho, L. (2010). *Impacto de las microfinanzas en el bienestar e importancia de las pymes en la economía mundial*. Universidad de Lima. Consultado de: http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/viewFile/240/216.

Campoverde, B. (2010). *El Sistema Financiero Ecuatoriano durante el período comprendido entre los años el 2005 y 2009*. Ecuador. Obtenido de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1539/1/tif58.pdf>

Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1983). *Desarrollo Sostenible*.

Conger, L; Inga, P y Webb, R. (2009). *El árbol de la mostaza. Historia de las microfinanzas en el Perú*. Súper Gráfica S.R.L. Lima.

Conde, C. (2005). *Instituciones e instrumentos de los micros finanzas en México*. México D.F.

- Cuasquer, H y Maldonado, R. (2011). *Microfinanzas y Microcrédito en Latinoamérica. Estudios de casos: Ecuador, El Salvador, México y Paraguay*. Ecuador.
- D'Alessio F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. Lima-Perú. Prentice Hall.
- Dioses, C. (2015). *En el Perú se crean más de setecientas empresas al día. ¿Cuántas sobreviven?* Lima. Perú.
- El Microfinanciero (2013). *Revista de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito en el Perú*. Editorial ENONTRIA S.A. Edición 16.
- El Microfinanciero (2014). *Revista de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito en el Perú*. Editorial ENONTRIA S.A. Edición 19.
- ELLA (2011). *Guía sobre Microfinanzas en América Latina*. Disponible en http://www.grade.org.pe/wp-content/uploads/ELLABRIEF_130410_ECO_Mic_GUIDE_Esp.pdf.
- Fernández, F. (2011). *Gestión Empresarial y El Impacto en El Desarrollo de Las Mypes*. Perú.
- Forero, D. (2014). *El impacto de las microfinanzas en una sociedad Colombiana sin oportunidades*. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá. Colombia.
- Granato, L. (2007). *Las PYME y el acceso al crédito*. Vol1, N° 2. Universidad de Málaga.

- Grandes, S. (2012) *¿Cuál es y cómo se caracteriza la demanda potencial de microcréditos en la Argentina? Nuevas estimaciones. Ensayos de Política Económica*. Vol. I (6). Argentina.
- Gitman, L. (1996). *Administración Financiera básica*. Editorial Karla Tercera. Edición México.
- Hernandez, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Definición del alcance de la investigación: exploratoria, correlacional o descriptiva. Metodología de la investigación*. Fourth Edition. Mexico.
- Hinojosa, C. (2012). *Impacto de los Créditos otorgados por la caja municipal de ahorro y crédito de Piura S.A.C. en el desarrollo socioeconómico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas*. Perú. Consultado en: <http://congreso.pucp.edu.pe/iberoamericanocontabilidad/pdf/038.pdf>
- Kong, J. y Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del Distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012*. Perú. Obtenido en: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
- Lacalle, M. (2008). *Microcréditos y pobreza. De un sueño al Nóbel de la Paz*. Madrid. Ed. Turpial. Madrid
- Lacalle, M. (2010). *Glosario básico sobre Microfinanzas*. Universidad Autónoma de Madrid. España.

Ley N° 28015 - Ley de Promoción y Formalización de Micro y Pequeñas
Empresas (2003)

Martínez, R. (2009). *Manual de contabilidad para PYMES*. Editorial Club
Universitario. San Vicente.

Microscopio Global 2014: *Análisis del entorno para la inclusión financiera*.
Consultado en
[http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=39207
371](http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=39207371)

Ministerio de la Producción (2015). *Las Mipyme en cifras 2014. Gráfica
Publi Industria E.I.R.L.* Perú. Disponible
en:<http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2014.pdf>

Organización de las Naciones Unidas. (2008). *La función del microcrédito y
la microfinanciación en la erradicación de la pobreza*. Nueva York.

Organización de las Naciones Unidas. (2010). *Cumbre sobre los Objetivos
de Desarrollo del Milenio de 2010*. Nueva York.

Pallares, Z; Romero, D. y Herrera, M. (2005). *Hacer Empresa: Un Reto*.
Cuarta Edición. Editorial Nueva Empresa.

Pro Inversión. (2007). *Mi pequeña empresa crece. Guía para el desarrollo
de la micro y pequeña empresa*. Lima: Agencia de Promoción de la
Inversión Privada con el apoyo de ESAN.

Ramírez, S. (2012). *Las Microfinanzas como principal propulsor del
desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de
repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo-
2011*. Chiclayo. Perú.

Rivera, k. y Bejarano, J. (2014). *El Microcrédito: un instrumento de gestión en la solución de la pobreza*. Revista de Investigación Universitaria, Vol. 3.

Rodríguez, M. (2010). *El microcrédito una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia*. Bogotá- Colombia. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/2133/1/Tesis_Maria_Demelza_Rodriguez.pdf

Sanhueza, P. (2011). *Microempresa y Microfinanzas como Instrumento de Desarrollo Local*. Madrid, España.

Tello, S. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Perú.

Thompson, I. (2007). *La Pequeña Empresa*. Boletín de PromoNegocios.net. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>.

Vásquez, G. (2014), *Influencia de las microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación Sinergia del distrito de La Esperanza 2010-2012*. Perú. Consultado en http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/654/vasquez_genesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Varela, R., (2010), *La Situación en Colombia de la Iniciativa Empresarial*. Edición Especial (Edition spéciale). Republica de San Marino.

Vela, L. (2011). *El entorno de las Microfinanzas*. México.

Yunus, M. (2006). *El banquero de los pobres. Los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo*. Barcelona. Editorial Paidós.

Zelaya, I. (2012). *Impacto de las Microfinanzas con prácticas culturales en educación, salud y actividad económica de las familias del departamento de Totonicapán*. Asociación de Investigación y Estudios Sociales. Guatemala.

Zuñiga, J. (2015). *Las Pyme y la Economía Peruana*. Diario La República. Edición Mayo 2015.

ANEXOS

ENCUESTA PARA BENEFICIARIOS DE MICROCRÉDITOS

N°:

Fecha:

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo medir el crecimiento y desarrollo de los comerciantes del Mercado José Quiñones Gonzales, en base al financiamiento que las mismas han adoptado. Se les pide por favor que respondan con toda sinceridad, para obtener una información más sustentada y real, ya que servirá para la elaboración de la presente investigación. Así mismo, la información entregada es anónima y totalmente confidencial.

I. PERFIL DEL NEGOCIO:

1. ¿A qué sector pertenece su negocio?

Comercio Servicios Industria

2. ¿Qué antigüedad tiene su negocio?

De 0 a 6 meses De 6 a 12 meses De 1 año a 5 años Mayor a 5 años

3. ¿Por qué motivo formó su empresa?

Necesidad Tradición familiar Generar mayores ingresos
Independencia

4. ¿Con qué tipo de recursos inició su negocio?

Ahorros personales Préstamos

5. ¿Con qué monto de capital de trabajo inició su negocio?

Menos de S/. 1,000 1,000 a S/. 5,000 S/. 5,000 a S/. 10,000
S/. 10,000 a más

6. ¿Cómo se da cuenta si su negocio está ganando o no?

Aumento o disminución en las ventas Alto o bajo costo de materia prima
Ingresos – egresos Mayor o menor número de clientes
No informa

II. PERFIL DEL MICROCRÉDITO

1. ¿Conoce usted si existen entidades financieras que otorgan préstamos o microcréditos a los comerciantes que lo deseen? Sí No

2. ¿En algún momento usted ha solicitado microcréditos?

Sí No informa No

3. ¿A qué entidad financiera acudió para solicitar un microcrédito? Especifique

Banco CMAC CRAC
Mi banco Edpymes Otros No informa

4. ¿Al momento de solicitar el microcrédito, reunía todos los requisitos?

Sí No informa No

5. ¿El microcrédito solicitado fue aprobado?

Sí No informa No

6. ¿Por qué cree usted que las entidades financieras no otorgan microcréditos a todos los empresarios que lo solicitan?

Falta de credibilidad Ausencia de garantías
 Record crediticio del cónyuge Otros No informa

7. ¿A qué destinó dicho financiamiento?

Activo fijo Mantenimiento y/o ampliación del local Otros
 Adquisición de materias primas Pago a proveedores No informa

8. ¿Tuvo problemas una vez aplicado el crédito en la empresa, para devolver el capital más la carga financiera?

Sí No informa No

9. ¿Cómo influyó el microcrédito en las ventas de su negocio?

Se han incrementado Se mantienen estables Han disminuido
 No informa

10. ¿Cree que los microcréditos le ayudaron a mejorar su situación económica?

Sí No informa No

11. Si tuviese la oportunidad, ¿optaría nuevamente por solicitar un microcrédito?

Sí No informa No

12. ¿Cómo debería ser una entidad financiera que apoye a las microempresas?

Menos tasa de interés Menos requisitos Pocas garantías
 Asesoría financiera Mayores plazos Agilidad en los trámites

13. ¿Considera usted que actualmente los microcréditos contribuyen al desarrollo empresarial de los negocios?

Sí No sabe No

14. ¿Cree usted que las entidades financieras deberían visitar más seguido el mercado José Quiñones Gonzales para brindar información sobre los diversos servicios que ofrecen a los empresarios?

Sí No sabe No

GUIA DE OBSERVACIÓN

N°	ITEMS – ACTIVIDADES	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Los comerciantes realizan actividades de comercio y servicio.			
2	Los comerciantes laboran todos los días en este mercado.			
3	Buen trato a los clientes que acuden a comprar a sus puestos.			
4	Visitas de manera constante de proveedores.			
5	Control por parte de los Policías Municipales para evitar informales fuera del mercado.			
6	Los comerciantes tienen un tiempo libre en la tarde, para conversar, después del almuerzo.			
7	Los comerciantes tienen conocimiento sobre microcréditos.			
8	Las Instituciones Microfinancieras visitan a los comerciantes de este mercado.			
9	Los comerciantes planean sus actividades diarias y las efectúan de acuerdo a su planeación.			
10	Los comerciantes se han trazado objetivos a corto y a largo plazo con el fin de seguir laborando en el mercado por mucho más tiempo.			
11	Los familiares de los comerciantes los apoyan en la realización de sus actividades diarias. (Ventas en el negocio).			
12	Los comerciantes consideran a las microfinanzas como parte importante para el desarrollo empresarial de sus negocios.			
13	Los comerciantes consideran necesario las visitas de IMFs a sus establecimientos para asesoría sobre microcréditos.			
14	Los microcréditos que ofrecen las IMF son de fácil acceso y obtención.			

VALIDACIÓN CRITERIO DE EXPERTO

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre el instrumento de la Tesis **ENCUESTA**.

Para alcanzar este objetivo se ha seleccionado como experto en la materia y Necesito sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

I. DATOS DEL EXPERTO

APELLIDOS Y NOMBRES: CHAVARRY ISLA ABEL EDUARDO.
GRADO ACADÉMICO: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN
CATEGORÍA DOCENTE: DOCENCIA POSGRADO
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN LA DOCENCIA: 20 AÑOS
CARGO ACTUAL: CATEGORIZADOR DE SERVICIOS DE SALUD.

II. TESISTA

APELLIDOS Y NOMBRES: BENITES RAMÓN MARIA CRISTINA

Instrumento para determinar la recolección de datos

INSTRUCCIONES:

MA : Muy adecuado
BA : Bastante adecuado
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No adecuado

Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada,		✓			
Los términos utilizados son propios de la investigación cuantitativa		✓			
Describe en forma clara y precisa la realidad problemática tratada			✓		
El problema se ha definido según estándares internacionales de la investigación científica			✓		
Existió coherencia entre los objetivos generales con la aplicación en el sistema de gestión.		✓			
Tienen relación directa con la solución del problema		✓			
Las actividades tienen significatividad con respecto a lo establecido en el sistema de gestión		✓			
Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos					
Los ítems son propios de la investigación cuantitativa		✓			
Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al sistema de gestión			✓		
Proporciona ítems basados a la solución del problema			✓		
El sistema de gestión propuesto es coherente, pertinente y trascendente			✓		
El sistema de gestión propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones. A poblaciones homogéneas		✓			

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto:

..... INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS EN EL DESARROLLO
 EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
 JOSÉ QUIÑONES GONZALES, CHICLAYO, 2015

Nombre del estudiante:

..... MARIA CRISTINA BENITES RAMÓN

Experto:

..... ABCE EDUARDO CHAVARRY ISLA


Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno; regular o deficiente, colocando un aspa(X) en el casillero correspondiente.

N°	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades		✓			
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		✓			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio.		✓			
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones			✓		
5	Confiabilidad	El instrumento es confiables porque se ha aplicado el test-			✓		

		retest (piloto)					
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas			✓		
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular			✓		
8	Marco de Referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.		✓			
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.			✓		
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado		✓			

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado-

Chiclayo, 29 de..... JUNIO del 2016.


 Firma del Experto
Dr. Abel Chaburg Isla
 MBA Administración
 Profesor Universitario

VALIDACIÓN CRITERIO DE EXPERTO

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre el instrumento de la Tesis **ENCUESTA**.

Para alcanzar este objetivo se ha seleccionado como experto en la materia y Necesito sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

I. DATOS DEL EXPERTO

APELLIDOS Y NOMBRES: CRUZ MENDOZA LUIS ALBERTO
GRADO ACADÉMICO: DOCTOR
CATEGORÍA DOCENTE: TIEMPO COMPLETO
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN LA DOCENCIA: 05 AÑOS
CARGO ACTUAL: COORDINADOR INVESTIGACIÓN

II. TESISTA

APELLIDOS Y NOMBRES: BENITES RAMÓN MARIA CRISTINA

Instrumento para determinar la recolección de datos

INSTRUCCIONES:

MA : Muy adecuado
BA : Bastante adecuado
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No adecuado

Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada,	✓				
Los términos utilizados son propios de la investigación cuantitativa			✓		
Describe en forma clara y precisa la realidad problemática tratada	✓				
El problema se ha definido según estándares internacionales de la investigación científica			✓		
Existió coherencia entre los objetivos generales con la aplicación en el sistema de gestión.	✓				
Tienen relación directa con la solución del problema	✓				
Las actividades tienen significatividad con respecto a lo establecido en el sistema de gestión			✓		
Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos	✓				
Los ítems son propios de la investigación cuantitativa	✓				
Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al sistema de gestión	✓				
Proporciona ítems basados a la solución del problema	✓				
El sistema de gestión propuesto es coherente, pertinente y trascendente			✓		
El sistema de gestión propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones. A poblaciones homogéneas			✓		

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto:

INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS EN EL DESARROLLO
 EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JOSE
 QUINONES GONZALES, CHICLAYO, 2015.

Nombre del estudiante:

MARIA CRISTINA BENITES RAMÓN

Experto:

LUIS ALBERTO CAJAZ MCWOOZA

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa(X) en el casillero correspondiente.

N°	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades			✓		
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.			✓		
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio.			✓		
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones			✓		
5	Confiabilidad	El instrumento es confiables porque se ha aplicado el test-		✓			

		retest (piloto)					
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas			✓		
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular		✓			
8	Marco de Referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.		✓			
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.			✓	r	
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado		✓			

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado-

Chiclayo, 4 de Julio del 201..6



 Firma del experto
 DNI 18077958