

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA

(Creada por Ley N° 25265)



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

“CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS
COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO
DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2017”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRACIÓN, TICS, COSTOS Y FINANZAS.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

Bach. QUISPE PORRAS KAREN DIANA

Bach. QUISPE SOTACURO NADIA

HUANCVELICA – PERÚ

2017

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (TESIS)

EN LA CIUDAD UNIVERSITARIA DE PATURPAMPA; AUDITORIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES, A LOS 07 DÍAS DEL MES DE Nov DEL AÑO 2017, A HORAS 08:30 am, SE REUNIERON, EL JURADO CALIFICADOR, CONFORMADO DE LA SIGUIENTE MANERA:

PRESIDENTE: Dr. Carlos Lozano Nuñez
SECRETARIO: Mg. Vicente Luis Torres Alva
VOCAL: Mg. Luis Angel Guerra Menendez

RATIFICADOS LOS MIEMBROS DE JURADO CON RESOLUCIÓN N° 655-2017-FCE-R-UNH; DEL INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA TITULADO:

"Credito Financiero y Toma de decisiones de los comerciantes en puestos de ventas de mercado de abastos de Huancavelica, 2017"

CUYO AUTOR ES (EL) (LOS) GRADUADO (S):

BACHILLER (S): Quispe Porras Karen Liana
Quispe Sotacuro Nadia

A FIN DE PROCEDER CON LA SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA TITULADO ANTES CITADO.

FINALIZADO LA SUSTENTACIÓN Y EVALUACIÓN; SE INVITA AL PÚBLICO PRESENTE Y AL SUSTENTANTE ABANDONAR EL RECINTO; Y LUEGO DE UNA AMPLIACIÓN DELIBERACIÓN POR PARTE DEL JURADO, SE LLEGÓ AL SIGUIENTE RESULTADO:

BACHILLER: QUISPE PORRAS KAREN DIANA

PRESIDENTE: Aprobado

SECRETARIO: Aprobado

VOCAL: Aprobado

RESULTADO FINAL: Aprobado por Unanimidad

BACHILLER: QUISPE SOTACURO NADIA

PRESIDENTE: Aprobado

SECRETARIO: Aprobado

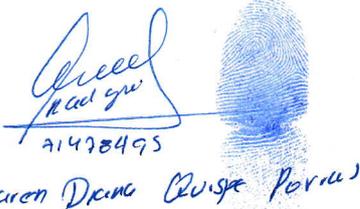
VOCAL: Aprobado

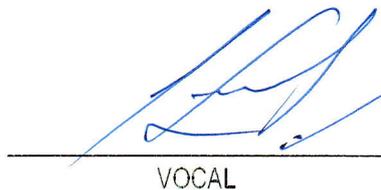
RESULTADO FINAL: Aprobado por Unanimidad

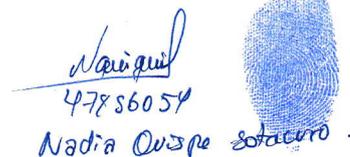
EN CONFORMIDAD A LO ACTUADO FIRMAMOS AL PIE.


PRESIDENTE


SECRETARIO

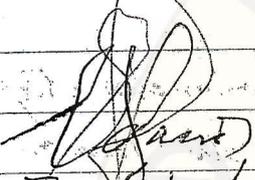

21478495
Karen Diana Quispe Porras

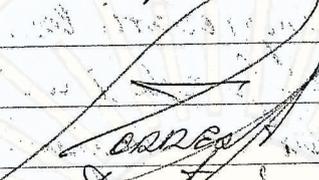

VOCAL


47886054
Nadia Quispe Sotacuro



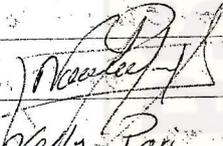
se hace notar la presencia de los Bach. tesisistas quienes estuvieron presentes según la hora de programación. Estando de acuerdo por el contenido del presente acta, los asistentes lo suscriben en la ciudad de Huancavelica a horas 10:20 a.m. del mismo día.

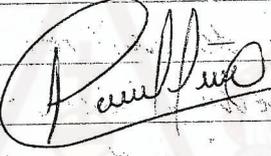

Presidente


Secretario


Asesor.

TESISTA


Nelly Pani Hilario
43023170


TESISTA
Nadia Pauca Huaman
72487011

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO.

En la sala de sustentaciones de la Escuela Profesional de Contabilidad siendo las 08:30 horas del día martes 07 de Noviembre de 2017 se reunieron los miembros del Jurado evaluador de la tesis titulada: "CREDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAVELICA, 2017" presentada por los Bach. en Contabilidad QUISPE PORRAS KAREN JIANA y QUISPE SOTACURO NADIA, dando cumplimiento a la Resolución N° 655-2017-FCE-R-UNH del 23. ago. 2017 con la ratificación de los miembros del Jurado, conformado por los siguientes docentes:

- Dr. Carlos Lozano Nuñez como Presidente
- Mg. Vicente Luis Torres Alva como Secretario



Mg. Luis Angel Guerra Menendez como Vocal.

Dr. Luis Julio Palacios Aguilar como suplente.

La Resolución N° 837-2017-FCE-R-UNH. del 30.oct.2017 con la programación de fecha y hora para la sustentación de la tesis para el día Martes 07 de Noviembre del 2017 a horas 08:30 horas en el aula magna de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Acto seguido el presidente del Jurado inicia la primera etapa de la sustentación, dando el saludo de apertura y solicitando la lectura de las Resoluciones enunciadas por parte del secretario, luego dio instrucciones a las tesisistas para que cumplan lo establecido en el Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Luego de la sustentación de motivos y lectura de las conclusiones y recomendaciones se procede a iniciar el rol de preguntas con la participación ordenada del Jurado vocal, Jurado secretario y concluyendo con el Jurado presidente, las que fueron absueltas y sustentadas por los tesisistas.

Al termino de esta etapa el presidente del Jurado solicita a los tesisistas y al público asistente a desalojar la sala, con la finalidad de realizar la discusión y deliberación para la calificación de manera individual y al finalizar esta etapa, se obtuvo el siguiente resultado.

Para la Bach. QUISPE PORRAS KAREN DIANA.

Presidente: Aprobado

Secretario: Aprobado

Vocal: Aprobado

Para la Bach. QUISPE SOTACURO NADIA.

Presidente: Aprobado

Secretario: Aprobado

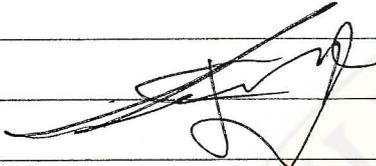
Vocal: Aprobado

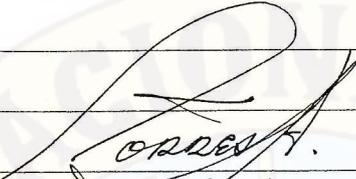
determinando el resultado final de: Aprobado por Unanimidad.

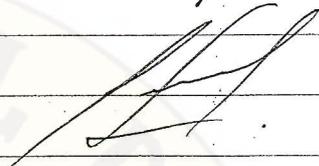
Siendo las 10:30 horas del mismo día se da por concluido la sus-



tación, procediendo a firmar el presente documento, por los miembros y tesisistas asistentes, en señal de su conformidad

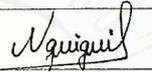

PRESIDENTE


Secretario.


VOCAL


71498495

Karen Diana Quispe Porras

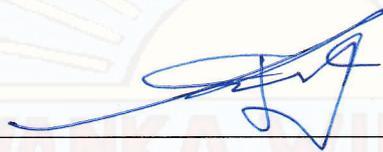

47856054

Nadra Quispe Sotacuro

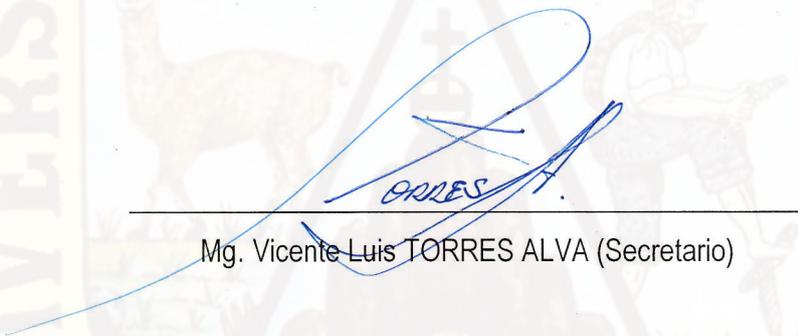
Esta tesis:

**“CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN
PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2017”**

Ha sido aprobada por:



Dr. Carlos LOZANO NUÑEZ (Presidente)



TORRES

Mg. Vicente Luis TORRES ALVA (Secretario)

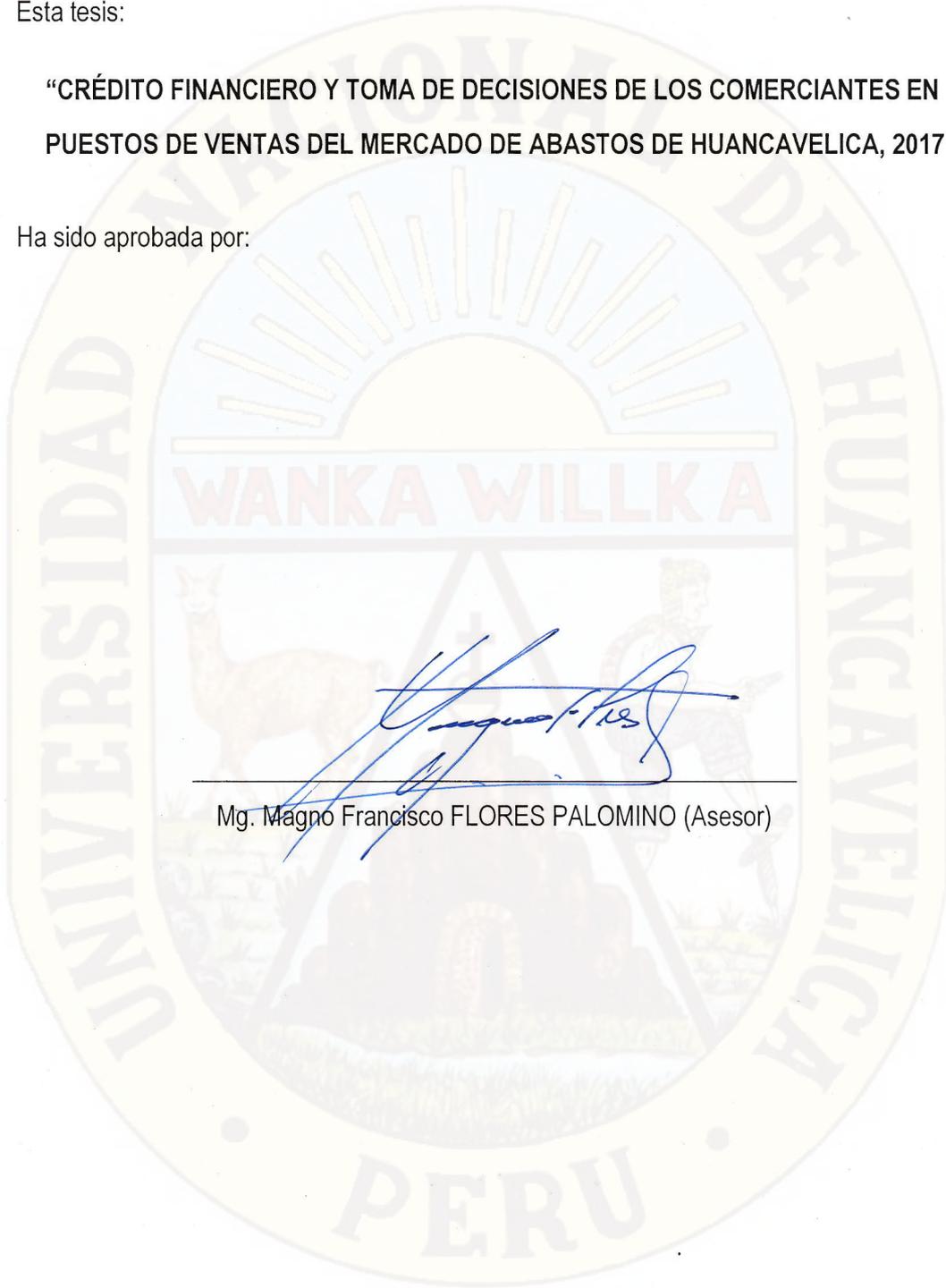


Mg. Luis Angel GUERRA MENENDEZ (Vocal)

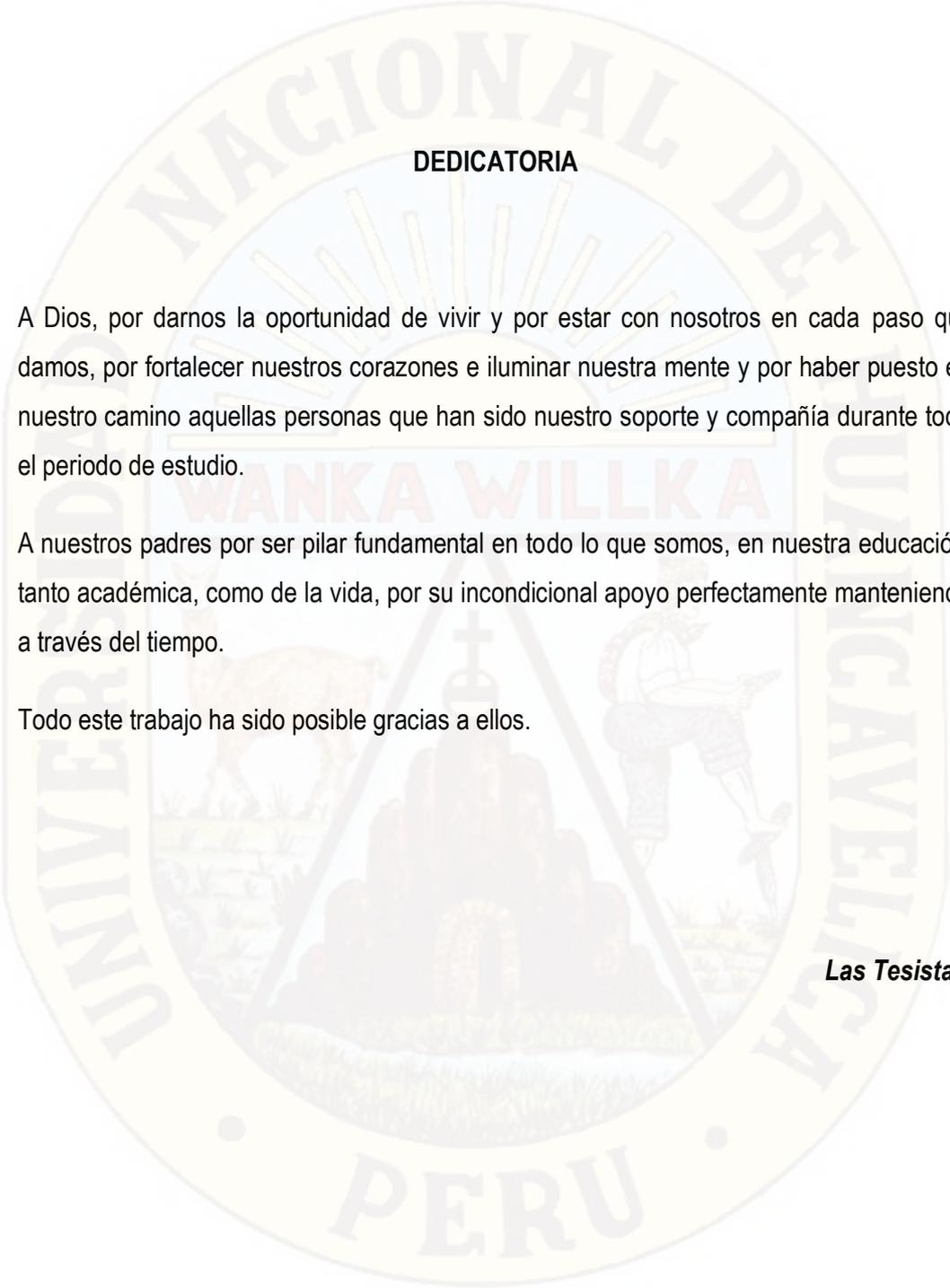
Esta tesis:

**“CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN
PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2017”**

Ha sido aprobada por:



Mg. Magno Francisco FLORES PALOMINO (Asesor)



DEDICATORIA

A Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestra mente y por haber puesto en nuestro camino aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

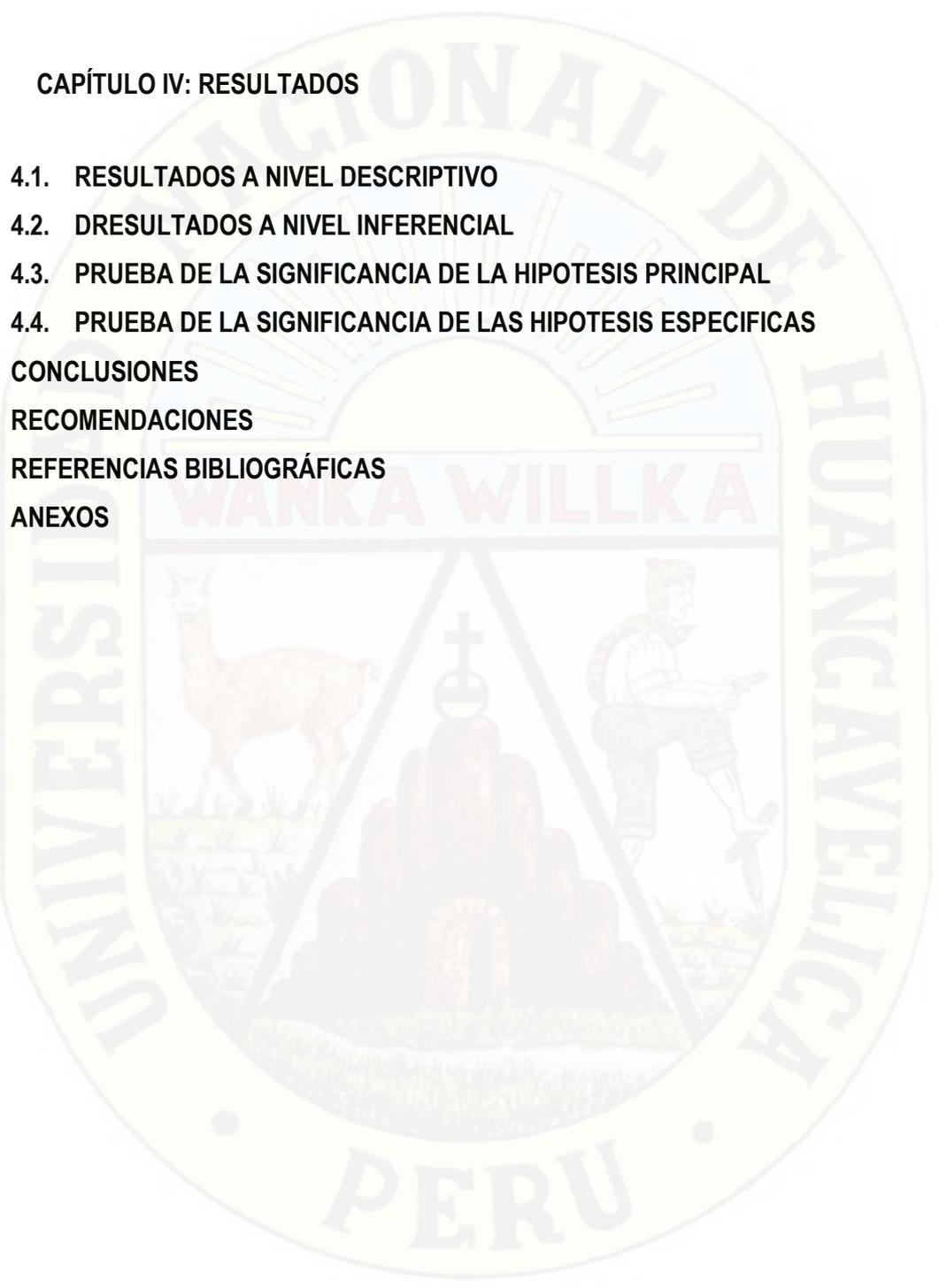
A nuestros padres por ser pilar fundamental en todo lo que somos, en nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente manteniendo a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Las Tesistas.

ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN	V
ABSTRAC	VI
INTRODUCCION	VII
CAPÍTULO I: PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del Problema	8
1.2. Formulación y Sistematización del Problema	10
1.3. Objetivos de la Investigación	10
1.4. Justificación de la Investigación	11
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	
2.1. Antecedentes	13
2.2. Bases Teóricas	25
2.3. Hipótesis	65
2.4. Variables	65
2.5. Operacionalizacion de variables e indicadores	66
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Ámbito de Estudio	67
3.2. Tipo de Investigación	67
3.3. Nivel de Investigación	68
3.4. Método de Investigación	68
3.5. Diseño de la Investigación	69
3.6. Población, Muestra y Muestreo	70
3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos	72
3.8. Procedimientos de Recolección de datos	73
3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	74



CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. RESULTADOS A NIVEL DESCRIPTIVO	75
4.2. DRESULTADOS A NIVEL INFERENCIAL	79
4.3. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LA HIPOTESIS PRINCIPAL	82
4.4. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LAS HIPOTESIS ESPECIFICAS	84
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	

RESUMEN

La investigación titulada “CREDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS HUANCAVELICA 2017”, nace a partir de las pequeñas y medianas empresas son las principales actoras del tejido empresarial en el Perú, tanto por su grado productivo como por el empleo que generan, sin ser ajenos los comerciantes se encuentran inmersos en este grupo potencial; lo cual origino nuestro interés por estudiar a este sector empresarial del mercado de abastos de Huancavelica.

Para realizar el presente estudio de investigación, en forma aleatoria, se tomó como muestra 85 puestos de ventas de la localidad de Huancavelica; identificándose el problema principal: “como contribuyen los instrumentos financieros (préstamos, créditos, etc.) en la toma de decisiones de los comerciantes del mercado de abastos”, de manera que está la incompetencia financiera de los comerciantes que impide potencializar sus mercaderías para ofrecer un mejor servicio a los clientes.

Este trabajo tiene como objetivo “Conocer la relación del crédito financiero con la toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017” para mejorar los factores de calidad, conservar clientes, ofrecer un mejor servicio y consolidarse en el mercado.

Como conclusión del trabajo en mención se tiene el hecho que se ha determinado que el crédito financiero se relaciona mediano y significativo con la toma de decisiones de los comerciantes en puestos de ventas del mercado de abastos Huancavelica 2017.

Palabras claves: crédito financiero, toma de decisiones, préstamo financiero, acción decisional.

Las Tesistas

ABSTRAC

The research entitled "Financial credit and decision making of traders in sales stalls in HUANCVELICA 2017", born from small and medium enterprises are the main actors of the business fabric in Peru, both For their productive degree as for the employment they generate, without being strangers the traders are immersed in this potential group; Which originated our interest in studying this business sector of the supply market in Huancavelica.

In order to carry out this research study, in random form, 85 sales posts from the locality of Huancavelica were taken as a sample; Identifying the main problem: "As the financial instruments (loans, credits, etc.) contribute to the decision-making of market traders", so that there is the financial incompetence of traders that prevents Potentiate your merchandise to offer a better service to customers.

This work aims to "know the relationship of financial credit with the decision making of traders in the sales positions of the market in Huancavelica, 2017" to improve quality factors, maintain customers, offer a better Service and consolidate in the market.

In conclusion of the work in mention is the fact that it has been determined that the financial credit is related medium and significant with the decision making of the traders in sales positions of the market of Abastos Huancavelica 2017.

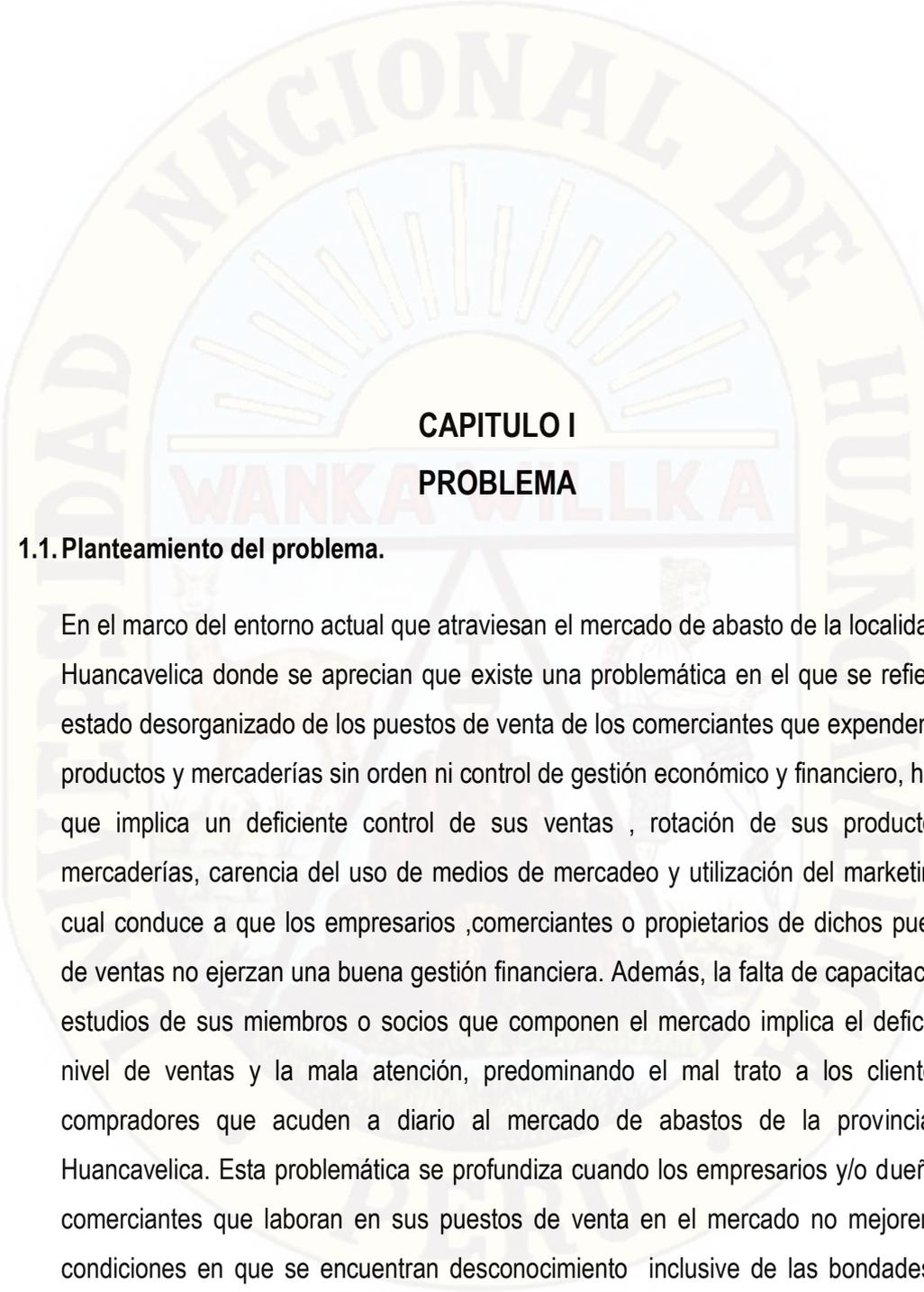
Key words: Financial credit, decision making, financial loan, decision-making action.

INTRODUCCION

La presente tesis titulada “Crédito Financiero y toma de decisiones de los Comerciantes en puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017” es de mucha relevancia para la sociedad empresarial ya que contribuirá en el desarrollo del conocimiento financiero de manera favorable, por tanto esta tesis se basó en un estudio juicioso y eficaz de cómo los créditos financieros influyen en la toma de decisiones que adoptan los comerciantes para potenciar sus puestos de ventas en el mercado de abastos de la ciudad de Huancavelica.

En el CAPITULO I se trató lo relacionado al planteamiento del problema formulado de la siguiente manera: ¿Cuál es la relación del crédito financiero con la toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?; asimismo se formularon los siguientes problemas secundarios: ¿Cuál es la relación del préstamo financiero con la toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017? Siendo el otro problema secundario: ¿Cuál es la relación de inversión del préstamo con la toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?, seguido se plantearon los objetivos y la justificación de la investigación. En el CAPITULO II se analizó lo referente al marco teórico, subdividiendo en los siguientes subcapítulos antecedentes del estudio, bases teóricas, hipótesis y variables de estudio. Próximamente en el CAPITULO III se trató lo relacionado a la metodología de investigación donde entre otros puntos se planteó el diseño de la investigación, la muestra, el procedimiento de recolección de datos y su análisis respectivo. Finalmente en el CAPITULO IV se hizo el análisis estadístico referente a los resultados planteándose la hipótesis nula y la hipótesis alterna para luego validarse según sean los resultados.

Las Tesistas



CAPITULO I

PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.

En el marco del entorno actual que atraviesan el mercado de abasto de la localidad de Huancavelica donde se aprecian que existe una problemática en el que se refiere al estado desorganizado de los puestos de venta de los comerciantes que expenden sus productos y mercaderías sin orden ni control de gestión económico y financiero, hecho que implica un deficiente control de sus ventas , rotación de sus productos o mercaderías, carencia del uso de medios de mercadeo y utilización del marketing lo cual conduce a que los empresarios ,comerciantes o propietarios de dichos puestos de ventas no ejerzan una buena gestión financiera. Además, la falta de capacitación y estudios de sus miembros o socios que componen el mercado implica el deficiente nivel de ventas y la mala atención, predominando el mal trato a los clientes o compradores que acuden a diario al mercado de abastos de la provincia de Huancavelica. Esta problemática se profundiza cuando los empresarios y/o dueños o comerciantes que laboran en sus puestos de venta en el mercado no mejoren las condiciones en que se encuentran desconocimiento inclusive de las bondades del acceso a los créditos financieros para potenciar sus negocios ya sea , en infraestructura,adquisición de mayores y buenos productos o mercaderías, se capaciten, logren después de un plan intensivo de mejoramiento del negocio obtengan su rentabilidad mayor a las obtenidas actualmente, desconociendo también que estos

servicios pueden tener un mayor impacto al contar con los servicios de un profesional ligado al campo contable – administrativo. Esto ha motivado la realización del presente proyecto denominado: “Crédito financiero y toma de decisiones de los comerciantes en puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017”. Se aprecia que en un futuro cercano los negocios de puestos de venta establecidos en el mercado de abastos de Huancavelica, profundizará su problemática llegando probablemente al incremento de la desorganización, la prevalencia de la realización de un negocio empírico, tradicional y de bajo impacto o producción en los resultados por lo que consideramos que se generará más pérdidas por la poca prevención y armonización con el entorno político, financiero, tecnológico, económico y social. Se aprecia que existe un proyecto de mejoramiento de la infraestructura del mercado de abastos de Huancavelica, que consideramos como una gran oportunidad pero que no tendrá impacto sino cambian las condiciones de los negocios que se realizan en dichos puestos de ventas, dotados de una escasa cultura tributaria y de baja calidad de gestión. Por tanto consideramos como control del pronóstico la necesidad de considerar el marco teórico acerca de los Bancos Especializados, que son 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 (César Edinho del Pozo Loayza, 2008) y de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), que son una “Institución financiera municipal, autorizada a captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas de su ciudad. Conforme el artículo 72° de la Ley N° 27972 o Ley Orgánica de Municipalidades (27 de mayo de 2003), las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito no pueden concertar créditos con ninguna de las municipalidades del país y de las que funcionan sus sedes en la localidad de Huancavelica, siendo el caso del Banco de Crédito del Perú, las Caja Municipal de Arequipa, La Caja Municipal Huancayo, la Caja Municipal Piura, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Huancavelica entre otras que brindan sus servicios en este caso específico a los empresarios/propietarios/dueños o comerciantes de los negocios de puestos de ventas en el mercado de abastos que consideramos como una ventaja competitiva y comparativa para ellos, es así la

finalidad amplia para ellos sería mejorar su rentabilidad pero a través de toma de decisiones de los comerciantes, específicamente comprende las dimensiones de préstamos financieros, inversión de estos préstamos, acciones decisionales de rentabilidad microempresarial y el rol que le compete al decisor de cuya misión es obtener mayor rentabilidad del negocio entre ellos de carnes, verduras, frutas, abarrotes, golosinas, pescados, comidas, zapatos y zapatillas, entre otros.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la relación del crédito financiero con la toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?

1.2.2. Problemas secundarios

- a) ¿Cuál es la relación del préstamo financiero con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?
- b) ¿Cuál es la relación de inversión del préstamo con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Se conoció la relación del crédito financiero con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Se conoció la relación del préstamo financiero con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.
- b) Se conoció la relación de inversión del préstamo con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

El trabajo de investigación promovió conocimientos teóricos que nacen de una necesidad de conocer si se encuentra preparado y fortalecido el actuar del empresario en la región de Huancavelica, a través de su actividad de negocio en puestos de ventas de diferentes giros en el mercado de abastos de Huancavelica, esto permitirá evaluar el rol que cumplen las cajas municipales y los bancos cuyo fin supremo para este caso es el de otorgar los créditos para ejercer el comercio y ampliar o mejorar sus actividades financieras del empresario para las diferentes actividades financieras que ejerce.

1.4.2. Justificación Práctica

El trabajo contribuyó con una metodología de procesos, conocimientos, técnicas y prácticas de que implican la causa de otorgamiento de créditos y los requisitos que se exigen en este caso a los comerciantes o empresarios que tienen sus puestos de venta en el mercado de abastos de Huancavelica considerando que mediante este instrumento se asegura la toma de decisiones de los comerciantes de gestión decisional cuyos resultados deben reflejar las acciones seguidas con este otorgamiento de préstamos para producir la rentabilidad respectiva que le generará la rentabilidad de sus negocios, aquí

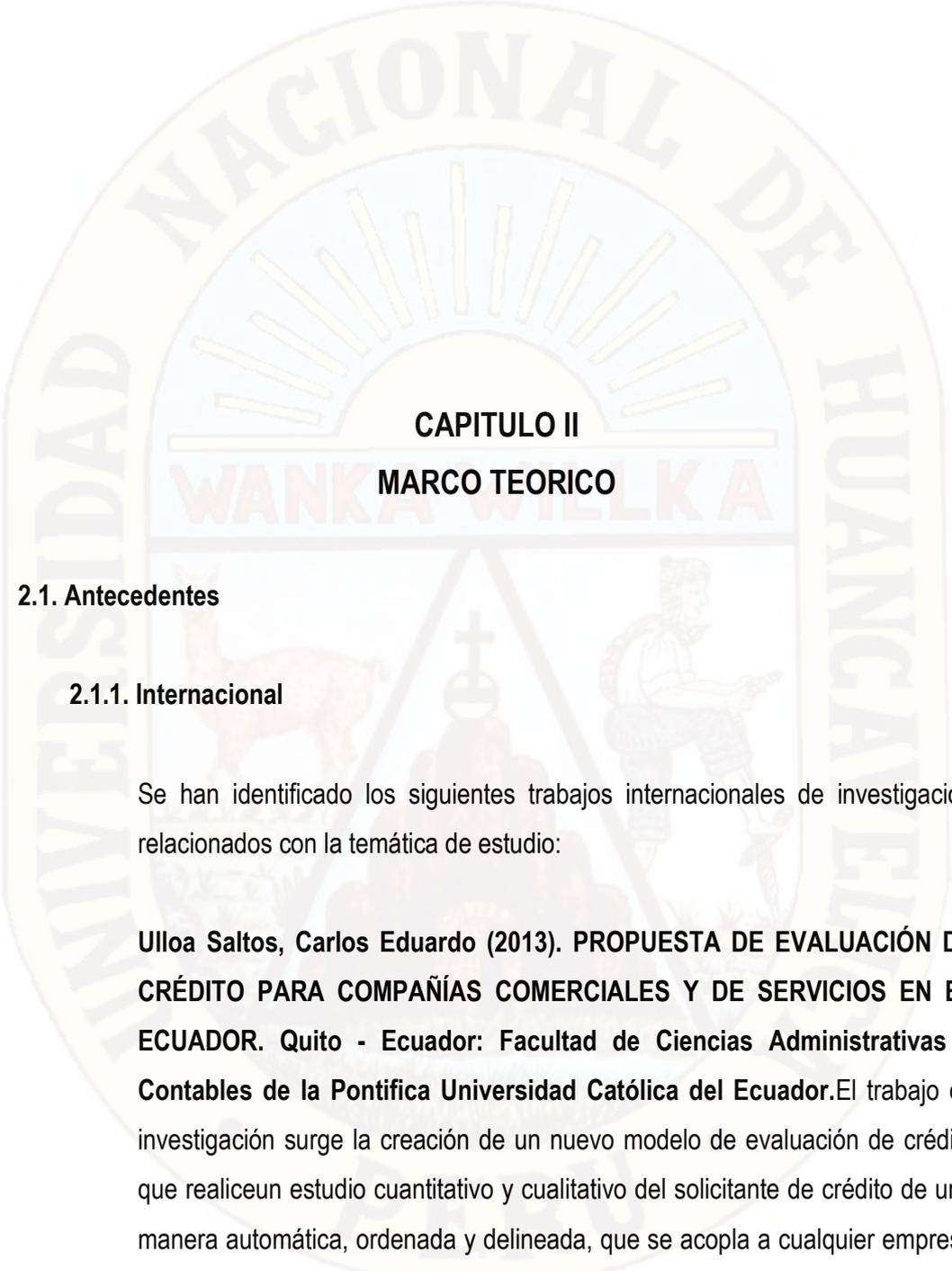
servirá para la verificación sistemática de las actividades en relación a objetivos y metas (efectividad), correcta utilización de recursos (eficiencia y economía); información y comunicación de resultados (transparencia); entrega de informe o seguimiento de las mismas que facilitará unas buenas prácticas financieras del empresario y/o propietario del puesto de venta.

1.4.3. Justificación legal

En la ciudad de Huancavelica, la investigación se centra primordialmente a considerar la normatividad vigente en nuestro país que regula las actividades de los mercados y las condiciones sanitarias en que se expenden dichos productos, dada la situación actual la finalidad es que los préstamos que otorguen las cajas municipales o las entidades bancarias y la cooperativa cumplan con las disposiciones de la superintendencia de banca y seguros y, las disposiciones municipales y las condiciones que exige Indecopi.

1.4.4. Justificación metodológica

La investigación tiene su justificación metódica en cuanto se aplicará el método de investigación para el estudio situacional y descriptivo de los créditos financieros y conocer su viabilidad hasta la recepción por parte del prestatario en este caso los empresarios/propietarios o los dueños de los puestos de venta del mercado de abastos de la localidad de Huancavelica. Además, permitirá el logro y saber el proceso de toma de decisiones de los comerciantes y cuán acertadas son estas, hechos que permite la rentabilidad de su negocio.



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Se han identificado los siguientes trabajos internacionales de investigación relacionados con la temática de estudio:

Ulloa Saltos, Carlos Eduardo (2013). PROPUESTA DE EVALUACIÓN DE CRÉDITO PARA COMPAÑÍAS COMERCIALES Y DE SERVICIOS EN EL ECUADOR. Quito - Ecuador: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El trabajo de investigación surge la creación de un nuevo modelo de evaluación de crédito que realice un estudio cuantitativo y cualitativo del solicitante de crédito de una manera automática, ordenada y delineada, que se acopla a cualquier empresa comercial o de servicios que otorgue créditos o líneas de crédito, mostrando los pasos a seguir en el proceso, los documentos necesarios para la evaluación. Su objetivo fue: implementar una nueva propuesta de evaluación de crédito se tiene como fin el ayudar a las compañías en Ecuador a mejorar su forma de calificar el historial crediticio de los clientes buscando nuevas fuentes y

requisitos necesarios para un manejo acertado del riesgo y en sí de la cartera que implica el otorgar líneas de crédito. Finalmente, arriba a las siguientes conclusiones: Los modelos de evaluación de crédito que existen en el mercado están diseñados específicamente para la empresa que otorga el crédito, el modelo planteado es flexible a cualquier tipo de empresa comercial o de servicios que tenga la capacidad de otorgar créditos o líneas de crédito. • El modelo de evaluación de crédito desarrollado abarca todas las etapas del proceso de crédito desde el diseño básico de la solicitud de crédito, los documentos mínimos necesarios y la evaluación ponderada en sí. La solicitud de crédito planteada en el modelo de evaluación de crédito al ser genérica permite que la empresa que adopta este modelo la modifique a su conveniencia y necesidades. El modelo en Excel es amigable con el usuario ya que las hojas que componen este cuentan con las formulas preestablecidas facilitando el trabajo del analista de crédito. El análisis cuantitativo que se plantea abarca los indicadores financieros más relevantes a la hora de evaluar financieramente la estabilidad de un sujeto de crédito dando resultados certeros de la operación del solicitante y funcionales para tomar una decisión frente al otorgamiento del mismo. El análisis cualitativo del modelo da un refuerzo y un valor agregado a la documentación solicitada en primera instancia, con el fin de que el solicitante tenga la posibilidad de adquirir el crédito solicitado. El solicitante del crédito puede tener la seguridad de que su información va a ser analizada de manera justa y transparente. El analista de crédito cuenta con un mecanismo ya establecido a la hora de tomar alguna decisión que influya en su trabajo. La verificación de la información recopilada se realizara previa aceptación por parte del sujeto de crédito demostrando la transparencia, responsabilidad y probidad del analista de crédito a la hora de verificarla. Este modelo está más orientado al sujeto de crédito como persona jurídica ya que este si posee balances dentro de su giro y de negocio, sin embargo se puede evaluar a la persona natural con ciertos cambios que ya deben estar considerados por el analista de crédito a la hora de evaluar.

Marambio Tapia, Alejandro (2011), en su tesis: “BANCARIZACIÓN. CRÉDITO Y ENDEUDAMIENTO EN LOS SECTORES MEDIOS CHILENOS: TÁCTICAS DE ACCESO, DIFERENCIACIÓN SOCIAL Y EL ESPEJISMO DE LA MOVILIDAD”. Santiago-Chile: Programa de Magister en Ciencias Sociales – Escuela de Pos Grado Universidad de Chile. Parte del problema: ¿Cómo se caracterizan y distribuyen la bancarización, los comportamientos de deuda y de acceso al crédito en los grupos medios de hoy? Y cuyo objetivo general fue: Caracterizar la bancarización, el endeudamiento y el acceso al crédito de los sectores medios en Chile hoy. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y se basa en el estudio de datos secundarios de tres fuentes: principalmente la Encuesta Financiera de Hogares 2007, actualizada a 2011 (EFH), Encuesta de Caracterización Socioeconómica Series 1990-2009 (CASEN), Encuesta Nacional de Estratificación Social 2009 (ENES).

8 Las relaciones que buscan establecerse entre las unidades de análisis y sus atributos son de carácter estadístico, no pudiendo entrar en el sentido de la acción o las interacciones vinculadas. Los productos de la investigación son caracterizaciones, tipologías, relaciones estadísticas, índices sintéticos y regresiones. A estas alturas del texto, el análisis ha permitido caracterizar el comportamiento de deuda y de acceso al crédito de los grupos medios, además de describir en detalle los mecanismos de bancarización y sus principales instrumentos, identificar una tipología del endeudamiento y bancarización, y de qué forma esta se relaciona con los procesos de diferenciación social al interior de los grupos medios. En suma, se puede constatar un aporte a la comprensión de las clases medias del Chile de hoy, su creciente heterogeneidad y el papel de la bancarización y el endeudamiento en el modelo de desarrollo actual. Los grupos medios se caracterizan por niveles generalizados y específicos de bancarización: el dato más representativo es que casi un 60% de los hogares de clase media tienen a lo menos una tarjeta de crédito del retail. Este proceso de bancarización -que actualmente situamos en una segunda fase, precisamente la del retail- tiene un vínculo al parecer indisoluble con las dinámicas de consumo y de búsqueda de bienestar, puesto que podría decirse que se ha transformado en una de las

principales fuentes de financiamiento para dichos fines, si consideramos el nivel global de endeudamiento. De esta manera, se constituye además como uno de los ejes principales del modelo desarrollo actual, tanto desde el punto de vista de la generación de condiciones suficientes de demanda interna como en el sistema de acumulación, donde prima lo financiero, incluyendo su capacidad para generar empleos. En relación con lo anterior, la bancarización de los grupos medios está marcada fundamentalmente por su relación con el retail. La bancarización de segunda fase está radicada principalmente en los grupos medios y son ellos quienes ven en los instrumentos del retail, un medio generalizado de acceso a bienes y servicios, lo que también se constituye en un factor de endeudamiento. La facilidad con que los hogares acceden a estos instrumentos, a diferencia de los bancarios y la decisiva orientación de los actores de este negocio desde lo comercial a lo financiero, ha llevado a la tarjeta del retail a transformarse en una táctica de inédito acceso a bienes y servicios para ciertos grupos, en lo que se ha conocido como la democratización del consumo, en una suerte de “movilidad” o reposicionamiento social. Sin embargo, la bancarización y endeudamiento tienen un doble sentido: diferenciado y diferenciante. De acuerdo a los grupos identificados en el análisis de conglomerados, es posible establecer los diferentes modos de relacionarse con los instrumentos de bancarización, sus usos y los niveles de endeudamiento que tienen grupos al interior de las clases medidas, que denominamos: restringidos-moderados, consumidores crónicos e hipotecados, cuyas diferencias se establecen más allá de los ingresos. Si por un lado el crédito resulta un factor de integración, también actúa como reproductor de las diferencias que operan en otros ámbitos. La parte alta de los grupos medios está más “bancarizada”, mientras que la parte baja está más “retailizada”.

Respecto al endeudamiento, una de las principales conclusiones es la relación con la regularidad y transversalidad de esta conducta en los grupos medios: 73,1% de los hogares de los grupos medios tiene alguna deuda y 68,9% tiene una deuda de consumo, siendo el estrato líder en este criterio y en esto mucho

tiene que ver en esto el retail, ya que es su principal acreedor. No obstante, se trata, primordialmente (61,4%), de un endeudamiento sostenido-Sostenible de acuerdo a la relación entre el pago mensual de deudas y los ingresos del hogar. Hay un grupo minoritario de hogares (11,5%) del estrato medio que tiene niveles de endeudamiento vulnerable, que se concentran en el decil IV (22,4%) y V (25,2%), y cuyo factor determinante son las deudas con el retail. La cantidad y montos de créditos siempre aumentan a mayores niveles que el ingreso. Es un dato interesante para indicar que el endeudamiento en los grupos medios ha sido fundamental para construir el país que indica la media de los ingresos, y acortar la brecha con el país más “real”, de la mediana de los ingresos. Si bien el nivel de pobreza es relativamente bajo, por otra parte el endeudamiento ha contribuido a elevar niveles de vida, como táctica sostenida para obtener bienes y servicios, ya sea para alcanzar niveles superiores de bienestar o para acceder a bienes “diferenciadores” o “integradores”; para adquirir sentidos de pertenencia a grupos, por imitación de consumos; para obtener seguridad ante la vulnerabilidad social. En dichos segmentos, el endeudamiento es como una vacuna: en la dosis apropiada, puede ser de ayuda, pero si no se aplica bien, la ilusión crediticia problematiza la situación de vulnerabilidad.

Martínez, A. (2004), en su tesis Doctoral “MICROCRÉDITO Y POBREZA: PROYECTO DE DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES POBRES” afirma que la pobreza es uno de los principales problemas que enfrenta actualmente la humanidad. En el departamento de ciencia políticas de la Universidad Simón Bolívar, Venezuela. En este caso en Venezuela la pobreza ha aumentado de manera consistente durante las últimas tres décadas y actualmente más de la mitad de la población está ubicada debajo de la línea de pobreza. Solucionar este problema es imperativo por razones de carácter económico, social y ético, y debe estar dentro de las prioridades de cualquier gobierno que quiera mantener la legitimidad y la gobernabilidad. Dentro de los diferentes programas diseñados con el objetivo de aliviar el problema de la pobreza en el país está el Programa de Desarrollo de Comunidades Rurales

Pobres (PRODECOP). Los objetivos de esta investigación son analizar los presupuestos teóricos del PRODECOP para luego llevar a cabo una evaluación empírica del programa. La metodología de la investigación consiste en elaborar un marco teórico, mediante una investigación documental, que permita hacer una evaluación teórica del PRODECOP. Posteriormente se recaba información mediante encuestas estructuradas y no estructuradas con el fin de proceder a hacer la evaluación empírica del programa. Dentro de los principales resultados obtenidos resaltan el éxito del PRODECOP en el fortalecimiento de los activos humanos, sociales, financieros y físicos de las familias beneficiarias y el extraordinario crecimiento de las cajas rurales, que se han convertido en un mecanismo de financiamiento para las familias rurales pobres.

2.1.2. Nacionales

Se han identificado los siguientes trabajos de investigación nacionales relacionados con la temática de estudio:

Según Díaz y Serrano (2014) en su tesis: "INFLUENCIA DEL RIESGO CREDITICIO EN LA RENTABILIDAD DE LAS INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS NO BANCARIAS DEL PERÚ, 2008-2012" para optar el Grado Académico de Ingeniera Financiero en la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Católica de Santa María. En Arequipa – Perú, el objetivo de su investigación fue: Determinar si existe influencia del riesgo crediticio en la rentabilidad de las Instituciones Micro financieras no Bancarias del Perú en el periodo 2008 - 2012. Las autoras llegan entre otras a las siguientes principales conclusiones: El sistema micro financiero no bancario peruano está conformado por cuatro subsistemas: Empresas Financieras, Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Cajas Rurales de Ahorro y Crédito y Edipymes. En la presente tesis se demostró que el riesgo crediticio se ve reflejado en la cuenta Provisiones por incobrabilidad de créditos, la cual se registra como gasto en el Estado de Resultados y afecta

directamente en la utilidad de las IMFNBs; sin embargo cada una de ellas muestra diferente influencia del riesgo de crédito en su rentabilidad: a) Las Empresas Financieras son las instituciones más rentables del sistema micro financiero no bancario peruano, presentan una Rentabilidad en promedio en el periodo 2008-2012 de 10.38%, a su vez este subsistema es el que presenta el menor Riesgo Crediticio, la cartera en alto riesgo registra en promedio un índice de 4.78%; son las instituciones que evalúan y gestionan mejor los créditos otorgados, así como las que se encuentran más prevenidas frente a cualquier situación que pueda poner en riesgo su cartera, debido a que cuentan con mayor nivel de provisiones, lo cual no le permite obtener los mejores márgenes con respecto a sus ingresos financieros; sin embargo sí la mejor rentabilidad de su cartera, y por lo tanto de sus activos. b) Las Cajas Municipales son las instituciones con mayor riesgo crediticio del sistema micro financiero no bancario, presentando un índice de cartera en alto riesgo de 6.54%; a pesar de ello son las instituciones que mantienen menor nivel de provisiones, lo que permite presentar buenos márgenes y la más alta rentabilidad respecto a sus ingresos financieros, pero la menor rentabilidad de la cartera junto con las Cajas Rurales; es decir estas instituciones están obteniendo un alto nivel de rentabilidad a costa de un mayor riesgo y de un eficiente manejo operativo, ya que los gastos administrativos de este subsistema se encuentran muy por debajo del promedio de IMFNBs. c) Las Cajas Rurales son el segundo subsistema con mayor riesgo de crédito seguido de las Cajas Municipales, registraron en promedio un índice de cartera de alto riesgo de 6.36%, En cuanto a sus provisiones son constituidas en un bajo nivel similar al de las Cajas Municipales; con la diferencia que las Cajas Rurales son las instituciones menos rentables del sistema micro financiero peruano, con un índice promedio de rentabilidad de 6.68%, esto explicado por los altos gastos financieros y administrativos, que se encuentran por encima del promedio de IMFNBs. d) Las Edpymes son las instituciones que presentan mayor rentabilidad financiera neta de la cartera, no designan altos gastos a provisiones y es el segundo subsistema con el menor riesgo de crédito,

después de las Empresas Financieras, con un índice de cartera de alto riesgo de 5.56%; sin embargo muestran un nivel de rentabilidad en promedio de 7.80%, por debajo del promedio de IMFNBs, el resultado de mantener una relación positiva entre las dos variables explica que en estas instituciones el riesgo de crédito no afecta su rentabilidad; por el contrario el gasto que presentó mayor influencia fueron los Gastos Financieros, debido al alto costo de fuentes de fondeo en las que incurren, ya que son instituciones prohibidas de captar fondos del público y los Gastos Administrativos, los cuales son los más altos del sistema micro financiero.

Según Berberisco(2013) en su tesis: LOS CRÉDITOS DE LAS CAJAS MUNICIPALES Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR METALMECÁNICA EN EL DISTRITO DE INDEPENDENCIA PERIODO 2007–2011. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público en la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad San Martín de Porres. Lima – Perú. El objetivo de esta investigación fue: Determinar la influencia de los créditos de las Cajas Municipales en el desarrollo empresarial de las Mypes del sector metalmecánica en el distrito de Independencia. La investigación que se realizó a 31 microempresas del sector metalmecánica del distrito de Independencia fue descriptiva de diseño no experimental de tipo cuantitativo -deductivo de nivel correlacional. El autor en cuanto a los objetivos y las hipótesis planteadas se presentan las conclusiones derivadas de la investigación. a) Las elevadas tasas de interés de los créditos, influyen negativamente en la toma de decisiones de los comerciantes de financiamiento para el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de Independencia. b) 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. c) 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.

Según Escalante y Cavero (2011) en su tesis: BIENESTAR Y ENDEUDAMIENTO: CARACTERÍSTICAS DE LA POLÍTICA DE PRÉSTAMOS PERSONALES, MEDIANTE CONTRATO CON LOS BANCOS Y PROPUESTA DE MEJORA PARA PROMOVER EL PROGRESO Y BIENESTAR. Tesis para optar el grado de magister en Gerencia Social en Lima – Perú. Estudió la política de préstamos personales, mediante contratos suscritos por Essalud con los bancos, su orientación al progreso y bienestar, analizándola desde los criterios de excelencia y conforme a los enfoques del ciclo y el círculo de la política; así como los resultados en términos de democratización, inclusión, progreso, bienestar y sobreendeudamiento. Se encontró que la política no consideró criterio alguno de excelencia y tampoco elementos de legitimación en su diseño, implementación o gestión y evaluación. Careció de orientación al bienestar, de recursos técnicos y tecnológicos para su gestión, de mecanismos para un endeudamiento responsable, así como de normas de regulación del desempeño y comportamiento de los actores. Su debilidad permitió el sobreendeudamiento; respecto a los resultados, se encontró que el acceso al crédito ha sido transversal, cubriendo al 34.1% de los trabajadores de todas las redes asistenciales, de todos los grupos ocupacionales independientemente de su nivel de ingreso, evidenciando una democratización del crédito; los trabajadores de menores ingresos, accedieron al crédito y con ello a la modernidad y a la cobertura de necesidades no atendibles con su remuneración, constituyéndose en un mecanismo de inclusión social; hasta un 50% de los beneficiarios habrían utilizado el préstamo para incrementar su capital invirtiéndolo en bienes o servicios generadores de ingreso contribuyendo a su progreso y bienestar; también se encontró que el 16% de los beneficiarios, estaba sobre endeudado con una cuota mensual superior al

43% de su ingreso neto mensual configurando un problema social, cuya solución se plantea desde una perspectiva equivalente al procedimiento concursal; la propuesta de mejora se plantea desde el círculo de la política para el ciclo y desde los criterios de calidad para los contenidos. Se orientará al logro de progreso y bienestar, desarrollando capacidades y empoderando a los beneficiarios, para el endeudamiento productivo.

Según Inga(2006)en su tesis: EL MERCADO DE CRÉDITO PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, EN EL DISTRITO DE TRUJILLO DE LA REGIÓN LA LIBERTAD. Tesis para obtener el título de Economista en la Universidad de Piura. Piura – Perú. El objetivo de esta investigación fue: La presente investigación pretende estudiar las características del crédito a la micro y pequeña empresa en el distrito de Trujillo, Región La Libertad, por concentrar este espacio geográfico, según el INEI, el 67,9 por ciento del total de MYPEs en la Libertad. En la investigación se requirió de una muestra de la población de MYPEs que operan en los principales mercados y centros financieros del distrito de Trujillo. El tamaño de la muestra es de 384 MYPEs, la que se determinó mediante el uso de fórmula considerando que no se conoce con exactitud la población de MYPEs. Se presenta la conclusión general, en el numeral 1.4 se planteó la hipótesis de la presente investigación mediante el siguiente enunciado: “Las MYPEs del distrito de Trujillo de la Región La Libertad tienen restricciones de crédito en el sistema financiero formal, debido a que operan con un elevado grado de informalidad que eleva el riesgo crediticio y por ende el costo del crédito”. Teniendo en cuenta las conclusiones antes señaladas podemos decir que la hipótesis, en su primera parte, no se prueba parcialmente, debido a que solo tres de diecisiete instituciones de crédito exigen la tenencia de RUC como requisito para otorgar financiamiento a las MYPEs; además, el 36 por ciento de los negocios considerados informales han recibido crédito de las instituciones formales. La segunda parte de la hipótesis si se prueba debido a que el costo del crédito

MYPE (61,9 por ciento efectivo anual) es significativamente mayor al costo promedio bancario (TAMN: 25,1 por ciento efectivo anual).

2.1.3. Local

Almonacid Alvitres& Rivera Casavilca (2011) en su tesis: **“EL CONTROL INTERNO COMO MEDIO DE INFLUENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICA HUANCVELICA EL AÑO 2011”**, Tesis para Optar El Título Profesional de **Contador Público en la Universidad Nacional De Huancavelica**. Su investigación fue de tipo aplicado y de nivel Explicativo Causal, lo realizo con una muestra de 60 trabajadores del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Huancavelica”; utilizando las técnicas de fichaje y encuesta cuyo instrumento fue el cotejo y el cuestionario. El objetivo de su investigación fue: Identificar y explicar en qué medida el control Interno constituye medio de influencia en la toma de decisiones del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Huancavelica el año 2011. Llego a las siguientes conclusiones: De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestra investigación el desarrollo de actividades de control programados para el Instituto de Educación Superior Tecnológico Publico Huancavelica se desarrollan en un 48.3% (29) y que en un 45% (27) pocas veces las autoridades acuden a su experiencia para la toma de decisiones en las actividades institucionales lo que se muestra la falta de concientización en la aplicación de normas de control interno y de una marco de referencia decisional en todas las actividades de gestión institucional, así mismo permita una óptima toma de decisiones para el logro de los objetivos y metas propuestas institucionales.

Bendezú(2014). Informe final de tesis titulado **“Las MYPES industriales y el desarrollo económico del distrito de Huancavelica, periodo 2012”**. En su conclusión define: Se ha determinado que las MYPES industriales del distrito de Huancavelica contribuyen en el desarrollo económico de la localidad, la

evidencia encontrada mediante la estadística Chi cuadrado tiene un contraste de significancia Sig.=0,387 por lo que se deduce que la contribución de las MYPES al desarrollo económico es del 70% de intensidad. Además, los resultados muestran que el estado actual de las MYPE del nivel medio hasta un 68% de los casos y que el grado de desarrollo también es medio con un 68% de los casos. También, menciona que los niveles de gestión empresarial por las MYPES industriales también contribuyen al desarrollo económico, dicha contribución tiene un grado de intensidad del 67.6% que evidentemente ha resultado significativo; además se ha identificado que las MYPES industriales tiene un 60% de casos positivos de gestión empresarial. Se resolvió que las evidencias muestran que el acceso al financiamiento por las MYPES industriales también contribuyen al desarrollo económico, dicha contribución tiene un grado de intensidad del 70% que evidentemente ha resultado significativo; además se ha identificado que las MYPES industriales tienen un 68% de acceso al mercado financiero.

Medina & Flores (2008) en su tesis titulada: “INCIDENCIA DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACION EN LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR TURISMO DE LA LOCALIDAD DE HUANCVELICA, AÑO 2008” precisa que, debemos recordar que las Micro y pequeñas Empresas – MYPEs, son la mayor cantidad de empresas en el Perú en un aproximado de 97%, y en Huancavelica en un 100%, asimismo existen acciones por parte de las instituciones financieras como la presencia de financiamiento a estas MYPEs, así como las acciones del Gobierno Local, Gobierno Regional, Cámara de Comercio, Universidad Nacional de Huancavelica y ONG's con referencia a la realización de actividades de capacitación a los micro empresarios, el presente trabajo trata de determinar la incidencia del financiamiento y la capacitación en la percepción de la rentabilidad de las MYPEs del sector turismo de la localidad de Huancavelica, año 2008. El tipo de investigación que se utilizó es la Básica, con un nivel de investigación descriptiva analítica con un diseño científico descriptivo

correlacional. Los empresarios de la localidad solicitan créditos financieros a las entidades bancarias que le otorgan más facilidades en el acceso, siendo el de mayor requerimiento la CAJA RURAL DE AHORRO Y CREDITO LOS LIBERTADORES DE AYACUCHO con el 55.56% seguidamente de la CAJA MUNICIPAL DE PISCO con el 27.77%. El 66.67% de empresarios que acceden a créditos financieros lo hacen con la intención de comprar activos para sus empresas y así mejorar la calidad de sus servicios o productos, o para la compra de mercaderías manufacturadas. Por otro lado el 33.33% solo accede a créditos para mejorar el local ya sea en la refacción de estos o en la ambientación. El 85% de empresas entrevistadas y/o encuestadas son de la actividad de restaurantes mientras que el 15% es de hoteles u hostales, concluyendo que exista una mayor tendencia de los empresarios huancavelicanos a realizar la actividad relacionada a la alimentación.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Crédito financiero

En el contexto global de cualquier economía se encuentran unidades económicas con excesos y déficit temporales de recursos financieros. Las unidades económicas con excesos temporales presentan un flujo de caja positivo como resultado de que sus ingresos ya que son superiores a sus egresos en el período; mientras en las unidades deficitarias, temporalmente, los ingresos corrientes, no cubren las necesidades de desembolsos en determinado lapso de tiempo. Ambas buscan el modo de equilibrar sus balances monetarios, rentabilizando sus excedentes o financiando su déficit con recursos ajenos.

Las empresas necesitan recursos para llevar a cabo sus estrategias operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercados en otros lugares geográficos, aumentar producciones, ampliar, construir o adquirir nuevas plantas, realizar alguna otra inversión que la empresa vea benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que les brinde el entorno donde están se desempeñan.

Según refiere en su tesis Martínez (2004): Un crédito es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. El monto del préstamo y los intereses que se debe pagar dependerá de factores diversos, como nuestra capacidad de pago en la fecha pactada, si anteriormente hemos sido buenos pagadores o si hay alguien que pueda responder por nosotros en caso que no podamos pagar, por citar algunos puntos que analizan las instituciones antes de efectuar un desembolso.

Además menciona que, las instituciones financieras estiman el riesgo de que cierto deudor no cumpla con las condiciones que se pactaron cuando se desembolsó el crédito. Para esto toman en cuenta factores tales como las oportunidades de mercado, los antecedentes de la persona que administra el negocio, la clase de productor que vende la empresa, el tipo de maquina con la que cuenta la empresa, cuál es su producción diaria, costos y precios de sus productos. Todos estos datos son recaudados por el representante de la institución financiera, quien evalúa la capacidad de pago del cliente y las garantías que puedan solicitarse. A partir de toda la información obtenida, se realiza un informe que servirá para formar un historial crediticio, permitiendo al banco detectar cual es el monto máximo de préstamo al que puede acceder el cliente y en que modalidades se puede hacer el desembolso.

Según Fernández (2003) citado por Berberisco (2013): El microcrédito se define como “todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la

institución del sistema financiero prestamista”. Considera que, uno de los principales obstáculos para el desarrollo de la micro y pequeña empresa es la escasa posibilidad de acceder a un financiamiento que se adecue a las necesidades propias de este sector. En un contexto de este tipo, el microcrédito puede beneficiar a los agentes económicos mediante la oferta de servicios micro financieros específicos, a los cuales, en algunas ocasiones, se da también la posibilidad de asociar otros tipos de servicios. Por esta razón, la definición de “microcrédito” puede incluir actividades tanto de intermediación financiera como sociales, y la elección de los servicios que se quiere ofrecer es el elemento que diferencia los dos enfoques tradicionalmente definidos como “minimalista” e “integrado”. Es decir, además de actividades financieras, los programas de microcrédito pueden brindar también servicios de asistencia para la constitución de grupos de productores, el desarrollo de la confianza en sí mismos y en los propios recursos y el fortalecimiento de las capacidades individuales. Por estas razones resulta muy importante poner de relieve el hecho de que el microcrédito no es una actividad simplemente bancaria, sino que tiene un elevado potencial como herramienta de desarrollo económico y social. A partir de los problemas de las Mypes para acceder al financiamiento, ha surgido la necesidad de encontrar diferentes formas de concesión de créditos que permitan responder a los requerimientos de los agentes económicos excluidos de los circuitos financieros tradicionales. Generalmente, los programas de microcrédito se implementan a través de instituciones públicas o privadas con el fin de ofrecer crédito, asistencia técnica y formación a sujetos que no tienen acceso al sector bancario formal para que ellos puedan poner en marcha o, más bien, ampliar una actividad económica a pequeña escala que les permita incrementar su propio ingreso y alcanzar un mejor nivel de vida para sus núcleos familiares.

El objetivo fundamental de estos programas es entonces el mejoramiento de la situación social y económica de un estrato de población que, en muchos casos, no posee una fuente constante de ingresos o cuya actividad es demasiado reducida como para poder constituir una garantía suficiente, debido a lo cual se caracteriza por estar completa o parcialmente excluido de los circuitos bancarios tradicionales.

En la práctica, los programas de microcrédito pueden utilizar diferentes metodologías y ser muy distintos en lo que respecta a los elementos que los componen (monto y plazo de los préstamos, condiciones de pago, elección de los beneficiarios, otros). Sin embargo, el monto del préstamo es en general bastante limitado y la combinación de un valor reducido con frecuentes fechas de pago facilita el reembolso de la deuda y de los intereses (no se debe olvidar que en programas de este tipo la tasa de interés puede ser bastante elevada). Un reembolso regular del préstamo permite, además, el acceso a sucesivas erogaciones y estimula al cumplimiento de las condiciones generales de financiamiento, a la vez que responsabiliza a los beneficiarios del crédito. De hecho, las experiencias micro crediticias privadas han permitido constatar que la tasa de reembolso de los préstamos (es decir, el porcentaje de préstamos reembolsados sobre el total de los otorgados) se distingue por ser, en general, muy elevada, un resultado que no sería previsible dada la difícil situación económica de los sujetos participantes en programas de ese tipo.

En la práctica se ha demostrado la medida en que individuos con un bajo nivel de ingresos están en condiciones de cumplir los términos de pago exigidos por los programas de crédito cuando se utilizan metodologías específicas que permitan garantizar el reembolso y puedan, al mismo tiempo, adaptarse a las condiciones socioeconómicas de los beneficiarios al basarse, por ejemplo, en sistemas de presión social colectiva más que en las garantías reales ofrecidas por los clientes **Bicciato y otros (2002)** **Berberisco (2013)**.

2.2.1.1. Préstamo financiero

El préstamo bancario, es una operación financiera en la que una parte (llamada prestamista) entrega una cierta cantidad de dinero a otra parte (denominada prestatario) el cual se compromete a devolver el capital prestado, en los plazos y condiciones pactadas de antemano. Las condiciones que habitualmente suelen pactarse y a las que por tanto, quedan vinculadas ambas partes, son habitualmente las siguientes:

1. Importe del préstamo: cantidad prestada por la entidad financiera y que el prestatario devolverá en los términos acordados.
2. Plazo o duración del préstamo: tiempo a lo largo del cual se produce la devolución de la deuda contraída, incluidos los intereses generados.
3. Tipo de interés nominal: es el coste básico de la operación para el deudor o prestatario. Para determinar el importe a pagar en concepto de intereses, se utilizarán siempre los tipos de interés nominales, nunca el TAE.
4. Sistema de amortización: son un conjunto de reglas o fórmulas que las entidades financieras utilizan para configurar cada uno de los pagos que el deudor debe realizar a lo largo de la duración del préstamo. Lo habitual es fraccionar el pago de la deuda siguiendo diferentes sistemas de amortización, si bien también se puede realizar la amortización de la deuda de una sola vez, al final del período.
5. Comisión de apertura: sobre el importe del bien, a cobrar de una sola vez a la formalización del contrato.
6. Comisión de cancelación: es importe que percibe la entidad financiera en caso de que el prestatario decida cancelar de manera anticipada la deuda, bien de manera parcial o de manera

total. Ésta comisión, está limitada al 1% si el tipo de interés pactado es variable y sin limitación en caso de tipos de interés fijo.

7. Otros gastos: entre los que se incluyen gastos de escritura, notariales, registrales, tasaciones, etc. en caso de ser necesarios.

2.2.1.1.1. Interés

(Borrás1998) El interés es una relación entre dinero y tiempo dados que puede beneficiar a un ahorrista que decide invertir su dinero en un fondo bancario, o bien, que se le suma al costo final de una persona o entidad que decide obtener un préstamo o crédito. Un interés se calcula en porcentaje y a menudo se aplica en forma mensual o anual.

Es decir, que el interés permite que una persona que quiere generar ingresos a partir de sus ahorros, puede colocarlos en una cuenta en el banco, y éste le dará una ganancia mensual estipulada de acuerdo con la cantidad de dinero invertida y el tiempo durante el cual se comprometa a dejar ese monto en un plazo fijo.

El interés es el monto pagado por la institución financiera para captar recursos, así como el monto cobrado por prestar recursos (colocar). El interés es la diferencia entre la cantidad acumulada menos el valor inicial; sea que tratemos con créditos o con inversiones.

Actualmente, con mercados financieros complejos y ampliamente desarrollado, las economías domésticas y las empresas intermediarias del mercado, canalizan los fondos desde los agentes excedentarios o inversores, prestando dinero, al agente deficitario, el

cual utiliza estos recursos, para satisfacer sus necesidades. Todo esto genera el traspaso de fondos desde los ahorristas, hasta quienes compran realmente los bienes de capital.

2.2.1.1.2. Garantía

Cuando se solicita un préstamo a una entidad financiera con algún fin ésta exige algún tipo de garantía, es decir, algún respaldo para poder satisfacer la devolución del dinero. Así, el prestatario (la persona que recibe el dinero) tiene que ofrecer alguna prueba que sirva como aval para quien otorga el préstamo (por ejemplo, una nómina de su salario mensual o la hipoteca de la vivienda, entre otros). Este tipo de requisitos actúan como garantía de pago. En la mayoría de operaciones financieras para obtener un crédito se utiliza una garantía real o bien una garantía personal y ambas forman parte de un concepto general, la garantía crediticia. (Fabozzi F y Modigliani F.)

2.2.1.2. Inversión del préstamo

Es una línea crediticia orientada a financiar la adquisición y renovación de equipos, maquinarias productivas e innovaciones tecnológicas, siempre que todo aquello sea en directa relación con el negocio.

2.2.2. Toma de decisiones

2.2.2.1. Toma de decisiones de los comerciantes

a) Definición

La toma de decisiones de los comerciantes es el proceso para identificar y seleccionar un curso de acción para resolver un problema. Específicamente, la toma de decisiones de los comerciantes relaciona las circunstancias presentes de las organizaciones con acciones que la llevarán hacia el futuro. La toma de decisiones de los comerciantes surge cuando el estado real de las cosas no se ajusta al estado deseado. **(Stoner, 2009).**

La toma de decisiones de los comerciantes es el núcleo de la planeación, y se define como la selección de un curso de acción entre varias alternativas. No puede decirse que exista un plan a menos que se haya tomado una decisión: que se hayan comprometido los recursos, la dirección o la reputación; hasta ese momento sólo existen estudios de planeación y análisis. Algunas veces los gerentes consideran que la toma de decisiones es su principal tarea, pues constantemente deciden qué hacer, quién debe hacerlo, cuándo, dónde, e incluso, cómo se ha de hacer; sin embargo, la toma de decisiones de los comerciantes es sólo un paso en el sistema de planeación. Así, incluso cuando se actúa rápido y sin pensarlo mucho, o cuando una acción tiene influencia sólo unos minutos, la planeación está presente: es parte de la vida diaria de todos. Raras veces puede juzgarse un curso de acción aislado, porque virtualmente cada decisión debe orientarse hacia otros planes. La toma de decisiones de los comerciantes debe ser efectiva y racional **(Koontz & Otros, 2012).**

La teoría del comportamiento concibe la organización como un sistema de toma de decisiones. En ese sistema, cada persona participa de forma racional y consciente, escogiendo y tomando decisiones individuales al respecto dando alternativas racionales. Las teorías administrativas anteriores dieron mucha importancia a las acciones y ninguna a las toma de decisiones de los comerciantes que la provocaron. Para la teoría del comportamiento no es únicamente el administrador quién toma las de decisiones. Todas las personas en la organización, en todas las áreas de actividades y niveles jerárquicos y en todas las situaciones se encuentran continuamente tomando decisiones relacionadas o no con su trabajo. Decisión es el proceso de análisis y elección entre las alternativas disponibles de cursos de acción que la persona deberá seguir. **(Chiavenato, 2012).**

La toma de decisiones de los comerciantes es un proceso individual o en equipo y elección de alternativas convenientes sobre un problema u oportunidad de la empresa frente al entorno, se requiere la decisión racional del gestor de la información y conocimiento contable o empresario frente a las condiciones decisionales.

b) Proceso decisional

El proceso de decisión es complejo y depende de las características personales del tomador de decisiones de los comerciantes, de la situación en que está involucrado y de la forma cómo percibe la situación .El proceso de decisión exige siete etapas: 1) Diagnóstico de la situación. 2) Definición del Problema. 3) Definición del Objetivo. 4) Alternativas de Solución. 5) Evaluación de Alternativas. 6) Selección de la Alternativa Y 7) Implementación de la Alternativa **(Chiavenato, 2012).**

c) Naturaleza de la toma de decisiones.

Los diferentes problemas requieren diferentes tipos de toma de decisiones de los comerciantes. Los asuntos de rutina o poca importancia, se puede manejar mediante un procedimiento establecido, una especie de decisión programada, aquellas que se toman de acuerdo con políticas, procedimientos o reglas escritas o no escritas, que facilitan la toma de decisiones, en situaciones recurrentes porque limitan o excluyen alternativas (limitan nuestra libertad, porque la persona tiene menos espacio para decidir qué hacer y la toma de decisiones no programadas abordan problemas poco frecuentes o excepcionales **(Stoner, 2009)**).

Las situaciones de toma de decisiones descritas por Stoner (2009) muchas veces se clasifican en un continuo que va de la certidumbre (muy pronosticable), pasando por los riesgos, hasta la incertidumbre (muy poco pronosticable). A ello agregamos cuatro condiciones decisionales que son la heurística, la decisión adaptiva propuesto por Stoner, y la Racionalidad de la decisión propuesta por Chiavenato (2012). Los cuales, explicamos a continuación:

- Certidumbre: En condiciones de certidumbre, conocemos nuestro objetivo y contamos con información exacta, mensurable y confiable del resultado de cada una de las alternativas que estamos considerando. Por ejemplo, suponga que una directora debe mandar hacer programas para un festival de narraciones, la directora conoce el objetivo —la impresión de los programas— y no tiene dificultad para comparar muestras representativas de las imprentas locales y las cotizaciones de precios para la impresión de diversas cantidades de programas. Con esta información, puede elegir una imprenta y saber, con certeza, cuánto costará la impresión. Esta información no le servirá para tomar una decisión más difícil: ¿Cuántos programas debe pedir? Para tomar esta

decisión debe considerar el hecho de que, si bien no quiere quedarse sin programas, ordenar demasiados es desperdiciar dinero que podría servir más pidiendo artículos de recuerdo, que dejan un margen amplio, como camisetas o sudaderas. Así, la directora pasa de una situación de certidumbre a otra de riesgo o incertidumbre. Por desgracia, estas situaciones son mucho más comunes que las de certidumbre.

➤ **Riesgo:** Los riesgos se presentan siempre que es imposible pronosticar con certeza el resultado de una alternativa, aunque se cuente con suficiente información para pronosticar las probabilidades que conducirán al estado deseado. (Si usted ha lanzado una moneda al aire para tomar una decisión o jugado a la ruleta, usted ha jugado con probabilidades.) Si el festival es el décimo evento anual que tiene lugar en su población en esta época del año, la directora puede analizar los datos existentes para determinar, aunque con ciertos riesgos, la cantidad de programas que probablemente se necesitarán. Si se trata del primer año del festival, la directora enfrenta la incertidumbre

➤ **Incertidumbre:** En condiciones de incertidumbre, se sabe muy poco de las alternativas o sus resultados. La incertidumbre puede nacer de dos fuentes. En primer lugar, los administradores pueden enfrentar condiciones externas que están fuera de su control, total o parcialmente, por ejemplo, el clima un factor importante para un festival de tres días que tendrá lugar en instalaciones al aire libre. En segundo lugar, y de igual importancia, el gerente quizá no tenga acceso a información clave. Si se trata de un festival nuevo, el director probablemente no haya establecido una red con otros directores de festivales que podrían compartir información valiosa sobre los registros de la asistencia probable. Por otra parte, tal vez nadie pueda pronosticar con exactitud los resultados de un nuevo festival de narraciones que tendrá lugar en

otoño, cuando muchas familias están ocupadas con otros eventos y actividades escolares.

➤ Heurística: La racionalidad limitada. Han demostrado que las personas dependen de principios heurísticos, o reglas prácticas, para simplificar la toma de decisiones (Stoner, 2009).

Stoner (2009) refiere que cuando los humanos toman decisiones de los comerciantes, tres elementos heurísticos se presentan una y otra vez, los cuales se explican a continuación:

1. Disponibilidad, en ocasiones, las personas juzgan la probabilidad de un hecho comparándolo con sus recuerdos. En principio, es más fácil recordar hechos que ocurren con frecuencia. Por tanto, los hechos que están más “disponibles” en la memoria, presuntamente, tendrán más probabilidades de ocurrir en el futuro. Este supuesto se basa en la experiencia de toda una existencia y, al parecer, resulta bastante razonable. Sin embargo, la memoria humana también se ve afectada por cuán recientemente ha ocurrido el hecho y cuán vivida fue la experiencia.

2. Representatividad, las personas también tienden a determinar la probabilidad de un hecho tratando de equipararlo con una categoría existente. De igual manera, los gerentes del producto podrían pronosticar el desempeño de un producto nuevo relacionándolo con otros productos que tienen antecedentes probados. De hecho, sin embargo, cada persona o producto es una mercancía nueva y no sólo el representante de un grupo y así se deberá juzgar.

3. Anclas y Ajustes, las personas no sacan su toma de decisiones de la nada. Por regla general, parten de un valor inicial o “ancla” y después ajustan ese valor para llegar a una decisión final. Por desgracia, el depender mucho del factor único del valor inicial tiende

a opacar otros criterios importantes. Además, diferentes valores iniciales desembocan en diferente toma de decisiones.

2.2.2.2. Toma de decisiones de los comerciantes adaptivas

La toma de decisiones racional se fundamenta en la idea de que los gerentes pueden convertir una complicada maraña de hechos., supuestos, objetivos y suposiciones probables en una decisión clara para que el personal de la organización pueda actuar. Existe una sólida creencia de que las capacidades mentales de los gerentes pueden influir en todo eso. Por tanto, la toma de decisiones representa un esfuerzo por ejercer control en el destino de la organización. Éste ha sido un postulado distintivo de la administración durante más de 100 años. En fecha reciente, la creencia ha encontrado reticencias. El enfoque adaptativo para la toma de decisiones ha ido surgiendo, cada vez más, como una forma de concebir lo que pueden lograr los gerentes y lo que no pueden esperar.

1. Definición:

Este enfoque adaptativo gira en torno al supuesto de que el vínculo entre los actos de la organización (resultado de una decisión) y las consecuencias de esos actos son mucho más confusos y mucho más imprevisibles de lo que suponen las personas que toman decisiones. Según el enfoque adaptativo, los resultados de una decisión se producen en forma conjunta por lo que hace la organización y lo que están haciendo otras organizaciones al mismo tiempo.

2. Enfoques adaptativos para la toma de decisiones de los comerciantes:

a) La teoría de juegos, es el estudio de las personas que toman decisiones interdependientemente. Un juego es una situación que entraña, cuando menos, a dos personas y en la cual cada una de ellas hace elecciones basadas, en parte, en lo que espera que los demás hagan. La teoría de juegos subraya el papel explícito de las relaciones humanas y sus interacciones en las toma de decisiones. La perspectiva de la teoría de juegos requiere que se suponga que el proceso de la toma de decisiones de los comerciantes es cuestión de dos personas que toman una decisión y se adaptan a la presencia de la otra al mismo tiempo. Las dos pueden decidir de manera racional, pero también adaptándose.

b) La teoría del caos, es el estudio de los patrones dinámicos de sistemas sociales grandes. Por tanto, la teoría del caos es descendiente de la teoría de los sistemas. Los teóricos del caos prestan mucha atención a la turbulencia de un sistema. En condiciones de turbulencia.

c).Racionalidad, la teoría de la racionalidad limitada; Esta teoría señala que las personas que toman decisiones se deben enfrentar a información inadecuada respecto a la naturaleza de un problema y sus posibles soluciones, la carencia de tiempo y dinero para reunir información más completa, la incapacidad para recordar grandes cantidades de información y los límites de su propia inteligencia. En lugar de buscar la decisión ideal o perfecta, los gerentes con frecuencia se conforman con aquella que servirá adecuadamente para sus propósitos (Stoner, 2009).

La racionalidad reside en la elección de los medios (estrategia) adecuados para alcanzar determinados fines (objetivo), con la finalidad de obtener los mejores resultados. Sin embargo, las personas se comportan en forma racional solamente en función de

aquellos aspectos de la situación que logran percibir y tomar conocimiento (cognición). Los otros aspectos de la situación que no se perciben o no se conocen por las personas, a pesar de que existen en la realidad, no interfieren en su tomade decisiones. A ese fenómeno se le da el nombre le racionalidad limitada: las personas toman decisiones racionales (adecuación de medios y fines) únicamente en relación con los aspectos de la situación que logran percibir e interpretar **(Chiavenato, 2012)**.

➤ ¿Cómo decidir? y ¿Quién decide?

El modelo racional no ofrece una guía para saber quién debe tomar la decisión y, con frecuencia, la primera decisión que debe tomar el gerente es ¿quién decidirá? Esta decisión puede ser muy complicada. Cuando una serie de personas se verán afectadas por la decisión (como suele ocurrir), el proceso para tomar la decisión deberá estar dirigido por la prospectiva de que ellas acepten la decisión. Por tradición, la responsabilidad última de la toma de decisiones de los corresponde a los gerentes. Empero, este enfoque no siempre es acertado. Incluso una decisión gerencial bien concebida, puede fracasar si el gerente no puede convencer a los demás de que la ejecuten en forma voluntaria. Además, en ocasiones, los demás tienen razones magníficas para oponerse a la decisión; quizá tengan conocimiento de alternativas o factores relevantes que no fueron considerados en el análisis original. Por otra parte, los empleados pueden implantar una decisión, con lealtad, incluso aunque no estén de acuerdo con ella, y obtener malos resultados porque la decisión es mala. Por tanto, es cada vez mayor la cantidad de empleados que toman parte en el proceso de la toma de decisiones de los comerciantes (Stoner, 2009).

Dentro de la empresa el cómo decidir debe expresar la vía o manera en que se pueda decidir en determinada circunstancia y quién debe decidir no solo es el gerente (sesgo de la carrera administrativa) sino dentro de la estructura organizacional en cada área, actividad, nivel, etc; se forjan la toma de decisiones frente a una problemática dada y mayormente deciden quienes están inmersos u ocupan líneas decisorias de hecho que se orienta a la decisión en equipo.

d) Modelo racional de toma de decisiones de los comerciantes

Los gerentes que ponderan sus opciones y calculan los niveles óptimos de riesgo están usando el modelo racional para tomar decisiones. Este modelo resulta muy útil para tomar decisiones; sirve a los gerentes para ir más allá de un razonamiento a priori, es decir de la suposición de que existe una solución evidente que sólo está en espera de que alguien la encuentre. Ninguno de los enfoques para tomar decisiones puede garantizar que un gerente tomará siempre la decisión acertada. Empero, los gerentes que recurren a un enfoque racional, inteligente y sistemático tienen más probabilidades de encontrar soluciones de gran calidad que otros gerentes. Esta idea ha guiado a los gerentes durante muchos años (Stoner, 2009).

2.2.2.3. Decisor o comerciante

Los comerciantes tienen por objeto determinar la mejor mezcla de fuentes de financiación, teniendo en cuenta la estructura de inversiones de la empresa, la situación del mercado financiero y las políticas de la empresa. Si es posible modificar el valor actual de una firma variando su mezcla de financiamiento, entonces debe existir alguna estructura óptima que maximice dicho valor. Debe tenerse presente la estructura de inversiones porque ésta determina el riesgo empresarial que a su vez, tiene fundamental importancia en la

disponibilidad y en el costo real de las distintas fuentes de fondos. Por otra parte las tomas de decisiones de los comerciantes de financiamiento determinan el denominado riesgo financiero de la empresa. La decisión de adoptar una estructura financiera dada implica un conocimiento profundo de las distintas formas de financiación, tanto a corto como a largo plazo, y un seguimiento permanente de los mercados de dinero y capitales (Martínez, 2004).

2.2.2.4. Gestión Empresarial

García (2011) refiere que en 1978, Dan Schandel y Charles Hofer crearon una definición compuesta de la gestión empresarial. Esto estaba basado en el principio de que el diseño general de una organización puede describirse como el logro de objetivos de la política y la estrategia como factores en el proceso de la gestión empresarial. Hofer y Schandel, en su síntesis, menciona cuatro aspectos fundamentales de la gestión empresarial. El primero es establecer las metas, el siguiente paso es formular estrategias con base a dichas metas. Después, para implantar la estrategia, se opera un cambio del análisis a la gestión; la tarea de alcanzar metas establecidas con anterioridad. En esta etapa, los factores fundamentales son los procesos “políticos” internos de la organización y las reacciones individuales, que pueden llevar a la revisión de la estrategia. La última tarea, es el control estratégico, que proporciona a los gerentes información sobre sus avances. Si reciben información negativa se puede activar otro ciclo de planificación estratégica. El término de la planeación estratégica se originó en los años cincuenta y se hizo muy popular a mediados de los años sesenta y en los setenta. Durante esos años, la planeación estratégica era considerada como la respuesta a todos los problemas. En ese momento, gran parte de las empresas estadounidenses estaban “obsesionadas” con la planeación

estratégica; sin embargo, después de ese auge, la planeación estratégica fue eliminada durante los años ochenta debido a que varios modelos de planeación no produjeron altos rendimientos. No obstante, los años noventa trajo el restablecimiento de la planeación estratégica y este proceso tiene un amplio uso actualmente en el mundo de los negocios.

2.2.2.5. Gestión Estratégica

David (2003) define que “La gestión estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las toma de decisiones de los comerciantes a través de las funciones que permita a una empresa lograr sus objetivos. Según esta definición, la gestión estratégica se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación y desarrollo, y los sistemas de información por computadora para lograr el éxito de la empresa. El término gestión estratégica se utiliza en este texto como sinónimo del término planeación estratégica. Este último término se utiliza más a menudo en el mundo de los negocios, mientras que el primero se usa en el ambiente académico. En ocasiones, el término gestión estratégica se emplea para referirse a la formulación, implantación y evaluación de la estrategia, mientras que el término planeación estratégica se refiere solo a la formulación de la estrategia. El propósito de la gestión estratégica es explotar y crear oportunidades nuevas y diferentes para el futuro; la planeación a largo plazo, como contraste, interna optimizar para el futuro las tendencias actuales”.

2.2.2.6. Etapas del proceso de gestión

David (2003) nos indica que “El proceso de gestión estratégica presenta tres etapas: la formulación de la estrategia, implantación de la estrategia y evaluación de la estrategia”. La formulación de la

estrategia incluye la creación de una visión y misión, la identificación de las oportunidades y amenazas externas de una empresa, la determinación de las fortalezas y debilidades internas, el establecimiento de objetivos a largo plazo, la creación de estrategia alternativas y la elección de estrategias específicas a seguir. Los asuntos relacionados con la formulación de la estrategia incluyen la toma de decisiones de los comerciantes sobre los negocios a los que ingresará la empresa, los negocios que debe abandonar la distribución de los recursos, si se deben expandir o diversificar las operaciones, si es conveniente entrar a los mercados internacionales, si es mejor fusionarse con otra empresa o formar una empresa común, la manera de evitar una toma de control hostil.

Puesto que ninguna empresa posee recursos ilimitados, los estrategas deben de decidir cuáles son las estrategias alternativas que proporcionarán mayores beneficios. Las tomas de decisiones de los comerciantes sobre la formulación de la estrategia comprometen a una empresa con productos, mercados, recursos y tecnologías específicas durante un periodo prolongado. Las estrategias determinan las ventajas competitivas a largo plazo. Para bien o para mal, las tomas de decisiones de los comerciantes estratégicas producen consecuencias importantes en diversas funciones y efectos duraderos en una empresa. Los gerentes de alto nivel poseen la mejor perspectiva para comprender en su totalidad los distintos aspectos de las toma de decisiones de los comerciantes de formulación, además de poseer la autoridad para comprometer los recursos necesarios para su implantación.

La implantación de la estrategia requiere que una empresa establezca objetivos anuales, diseñe políticas, motive a los empleados y distribuya los recursos de tal manera que se ejecuten las estrategias formuladas; la implantación de la de la estrategia incluye el desarrollo de una cultura que apoye las estrategias, la creación de una estructura

organización eficaz, la orientación de las actividades de mercadotecnia, la preparación de presupuestos, la creación y la utilización de sistemas de información y la vinculación de la compensación de los empleados con el rendimiento de la empresa.

La implantación de la estrategia se conoce a menudo como la etapa de acción de la gestión estratégica; que moviliza a los empleados y gerentes para poner en acción las estrategias formuladas; la implantación de la estrategia, considera con frecuencia como la etapa más difícil de la gestión estratégica, requiere disciplina, compromiso y sacrificio personal. La implantación estratégica exitosa depende de la habilidad de los gerentes para motivar a los empleados, lo cual es más un arte que una ciencia.

Las habilidades interpersonales son importantes para lograr el éxito en la implantación de la estrategia. Las actividades de implantación de la estrategia afectan a todos los empleados y gerentes de una empresa. Cada división y departamento debe responder a preguntas como: "¿Qué debemos hacer para implantar la parte que nos corresponde de la estrategia de la empresa?", y ¿qué tan bien podemos realizar el trabajo? "el reto de la implantación es estimular a los gerentes y empleados de una empresa que trabajen con orgullo y entusiasmo hacia el logro de objetivos establecidos.

La evaluación de la estrategia es la etapa final de la dirección final de la gestión estratégica. Los gerentes necesitan saber cuándo ciertas estrategias no funcionan adecuadamente; y la evaluación de la estrategia es el principal medio para obtener esta información. Todas las estrategias están sujetas a modificaciones futuras porque los factores externos e internos cambian constantemente. Existen tres actividades fundamentales en la evaluación de la estrategia: 1) la revisión de los factores externos e internos en que se basan las estrategias actuales; 2) la medición del rendimiento, y 3) la toma de medidas correctivas. La evaluación de la estrategia es necesaria

porque el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana de mañana. El éxito genera siempre problemas nuevos y diferentes, y las empresas complacientes desaparecen.

Las actividades de formulación, implantación y evaluación de la estrategia ocurren en tres niveles jerárquicos en una empresa grande: directivos, de división o unidad de negocio estratégica y funcional. La gestión estratégica ayuda a una empresa a funcionar como un equipo competitivo por medio del fomento de la comunicación y la interacción entre gerentes y empleados a través de los niveles jerárquicos. La mayoría de las empresas pequeñas y algunas grandes no poseen divisiones ni unidades de negocios estratégicos, sino solo los niveles directivos y funcionales; no obstante, los gerentes y empleados en estos dos niveles deben participar en forma activa en las actividades de gestión estratégica”.

2.2.2.7. Desarrollo Empresarial

Martínez (2004) en su tesis cita a Koontz&O’Donnell (2004) donde mencionan que el desarrollo de las empresas tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo propiamente dicho, para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria. El mismo autor indica, que el desarrollo es un proceso y que el mismo se inicia con la planeación que incluye la selección de objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos. La planeación, es por tanto, la toma de decisiones, porque incluye la elección de una entre varias alternativas. La organización incluye el establecimiento de una estructura organizacional y funcional, a través de la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de la empresa y de cada una de sus partes, el agrupamiento de estas actividades, la

asignación de tales grupos de actividades a un jefe, la delegación de autoridad para llevarlas a cabo y la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical de las relaciones de información y de autoridad dentro de la estructura de la organización. Algunas veces todos estos factores son incluidos en el término estructura organizacional, otras veces se les denomina relaciones de autoridad administrativa. En cualquier caso, la totalidad de tales actividades y las relaciones de autoridad son lo que constituyen la función de organización. La integración es la provisión de personal a los puestos proporcionados por la estructura organizacional. Por tanto requiere de la definición de la fuerza de trabajo que será necesaria para alcanzar los objetivos, e incluye el inventariar, evaluar y seleccionar a los candidatos adecuados para tales puestos; el compensar y el entrenar o de otra forma el desarrollar tanto a los candidatos como a las personas que ya ocupan sus puestos en la organización para que alcancen los objetivos y tareas de una forma efectiva. En relación con la dirección y el liderazgo, **Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (1999)** dicen que aunque esta función parece sencilla, los métodos de dirección y liderazgo pueden ser de una extraordinaria complejidad. Los jefes inculcan en sus trabajos una clara apreciación de las tradiciones, objetivos y políticas de las instituciones. Los trabajadores se familiarizan con la estructura de la organización, con las relaciones interdepartamentales de actividades y personalidades, y con sus deberes y autoridad. El autor continúa diciendo que para alcanzar el desarrollo empresarial, además de una adecuada gestión tiene que considerarse al control como parte del proceso de gestión efectiva, al respecto indican que el control, es la evaluación y corrección de las actividades de los subordinados para asegurarse de que lo que se realiza se ajusta a los planes. De ese modo mide el desempeño en relación con las metas y proyectos, muestra donde existen desviaciones negativas y al poner en movimiento las acciones

necesarias para corregir tales desviaciones, contribuye a asegurar el cumplimiento de los planes. Aunque la planeación debe preceder al control, los planes no se logran por sí mismos. El plan guía al jefe para que en el momento oportuno aplique los recursos que serán necesarios para lograr metas específicas. Entonces las actividades son medidas para determinar si se ajustan a la acción planeada.

2.2.2.8. Problemática de los comerciantes

Diversos estudios e investigaciones han identificado los numerosos problemas que dificultan el desarrollo de los Empresarios/MYPEs, y que se aglutinan, principalmente, en aspectos de gestión como en lo relativo a su acceso al crédito, sobre los que se han formado amplios consensos respecto al modo de enfrentarlos, y en muchos casos, se han adoptado políticas y programas tanto desde el sector público como privado.

En relación con la gestión, hay que mencionar a: (i) La ausencia de una cultura empresarial traducida en la falta de habilidades y conocimientos de dirección por parte del microempresario que ocasionan que un gran porcentaje de Empresarios/MYPEs que inician sus actividades desaparecen en el primer año de operación; (ii) el reducido tamaño de la empresa que no permite aprovechar las economías de escala y generar excedentes importantes para su capitalización; (iii) baja productividad del factor trabajo debido a la carencia de tecnología y mano de obra calificada; (iv) escaso desarrollo de un mercado de servicios de apoyo a los Empresarios/MYPEs, incluyendo la provisión de información y capacitación especializada, y la oferta de asistencia técnica y de gestión. Cuando los pequeños y microempresarios esbozan una idea, no disponen de suficiente información ni orientación para tomar decisiones, ni están en condiciones de invertir en estudios. La opción entonces es tratar de hacerse de un pequeño espacio de manera

gradual, sin sobresaltos y con la mínima inversión que les permita salir fácilmente del mercado con la menor pérdida. Esto explica por qué muchas Empresarios/MYPEs prefieren mantenerse en la informalidad, por lo menos en esta fase de acumulación primaria; (v) las dificultades de acceso al capital, determinadas por el escaso nivel de ahorro familiar y la reducida disponibilidad de capital de riesgo constituye un elemento limitante en las posibilidades de crecimiento y; (vi) los altos costos de transacción que generan las exigencias legales y los dilatados trámites para la formalización de las Empresarios/MYPEs.

Por su parte, entre los factores que inhiben el acceso de las Empresarios/MYPEs al crédito destacan: (i) La falta de fondos prestables en la economía que termina concentrando las colocaciones en las grandes y medianas empresas; (ii) la ausencia de tecnologías de crédito adecuadas para atender a las Empresarios/MYPEs por parte de los intermediarios financieros predominantes en el mercado; (iii) la ausencia de garantías reales debido a que los bienes que los pequeños empresarios disponen carecen de títulos o éstos no están inscritos en los registros oficiales de propiedad; (iv) la mayor parte de los Empresarios/MYPEs operan en la informalidad lo que las hace muy riesgosas como sujetos de crédito (Inga Quesada, 2006).

2.2.2.9. Desarrollo empresarial

W. L. Charles (2001) nos precisa que “El proceso de desarrollo empresarial se puede dividir en cinco componentes diferentes que son : (1) la selección de la misión y las principales metas cooperativas; (2) el análisis del ambiente competitivo externo de la organización para identificar las oportunidades y las amenazas; (3) el análisis del ambiente operativo interno de la organización para identificar las fortalezas y las debilidades de la organización; (4) la selección de estrategias fundamentadas en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades con el fin de tomar ventajas de oportunidades

externas y contrarrestar las amenazas externas; y (5) la implementación de las estrategias. La tarea de realizar el ambiente interno y externo de la organización para luego seleccionar una estrategia apropiada, por lo general, se llama formulación de estrategias. En contraste, la implementación de estrategias en forma típica involucra el diseño de estructuras organizacionales apropiadas y sistema de control a fin de poner en acción la estrategia escogida por una organización”.

El enfoque tradicional ha consistido en destacar un paso secuencial en la gestión empresarial. Desde la perspectiva tradicional, cada ciclo del proceso comienza con una exposición de la misión corporativa y sus principales metas. A la exposición de la misión le siguen el análisis externo, el análisis interno y la selección de estrategias. La creación de la estrategia finaliza con el diseño de la estructura y los sistemas de control necesarios para implementar la estrategia seleccionada por la organización. Sin embargo, en la práctica tal secuencia probablemente tenga validez solo para la formulación e implementación de estrategias intentadas.

2.2.2.10. Proceso estratégico

Villajuana (2003) explica que el proceso estratégico consta de las siguientes fases:

- Formulación de la visión y la misión.
- Proceso de visión del futuro.
- Determinación de las unidades estratégicas.
- Análisis estratégico de unidad estratégica (análisis externo y diagnóstico Interno).
- Análisis estratégico corporativo.
- Establecimiento de objetivos y metas por unidad estratégica.
- Formulación de estrategias por unidad estratégica.
- Establecimiento de objetivos y metas corporativas.

- Formulación de estrategias corporativas.
- Aprobación de objetivos, metas y estrategias.
- Despliegue de objetivos, metas y estrategias.
- Implantación, seguimiento y evaluación.
- Re planeación.

Es importante destacar que nuestro modelo sugiere que los objetivos, las metas y sus correspondientes estrategias se formulen a dos niveles: por cada unidad estratégica o negocio y a dimensión corporativa o total. Hacerlo en estos dos espacios permite afinar los esfuerzos e impulsar las metas específicas y al mismo tiempo, evitar la pérdida del rumbo fundamental organizacional y aprovechar las sinergias como resultado de trabajos conjuntos. A nivel global se puede corregir el error de caer en la tentación de ampliar en exceso las líneas de cada negocio y de esta manera, debilitar las marcas utilizadas como “sombrija” en uno y otro negocio; o puede lograrse la convergencia de recursos de cada unidad estratégica para aprovechar una oportunidad de mercado. Se podría evitar asimismo, probables rivalidades entre negocios y posibles duplicidades de gastos en estudios de los mismos clientes. Establecer estrategias e implantarlas a nivel de cada unidad estratégica ofrece las ventajas derivadas de estar más cerca de la realidad de los mercados y de la competencia, así como, es conveniente para la explotación de las fortalezas y capacidades específicas de cada negocio.

2.2.2.11. Sistema Empresarial

Según Andía (2007) toda institución puede ser interpretada como un gran sistema que interactúa con el medio (entorno) a través de dos subsistemas: Un subsistema que recibe insumos, los procesos y entrega productos para atender las demandas de los clientes. Un subsistema más amplio, que comprende al anterior, que tiene como

propósito generar impactos en el entorno y la razón del primer subsistema es producir los bienes y/o servicios eficientemente. Este subsistema “Interno”, se centra en los procesos (tránsito de insumo a producto) y se preocupa fundamentalmente por verificar que se generen los productos, que se cumplan los procesos con una racional utilización de los insumos. La eficiencia se propone optimizar la realización producto/insumo a la intervención de la gerencia sobre este subsistema la llamaremos control de procesos. El segundo subsistema, el entorno, se nutre de los productos del sistema interno y su salida es la generación de los efectos en el medio externo (en la comunidad, en el ambiente). Decimos que el sistema es eficaz, en la medida que se obtengan los resultados esperados en el entorno. El subsistema externo se focaliza en la eficacia (medida de logro de los efectos deseados) y la intervención gerencial que se preocupa por este ámbito, la llamaremos evaluación de resultados. El presente documento se fundamenta en la gerencia institucional debe atenderse articuladamente los dos subsistemas. El primero (interno) toca más a los niveles operacionales y el segundo es de carácter más estratégico. La alta gerencia debe centrarse en el segundo (¿no será “primero”?), pero ambas debidamente sincronizadas, pues lo estratégico marca la línea para lo operacional y lo operacional es el sustento real de lo estratégico.

2.2.2.12. Conocimiento empresarial (capital intelectual)

Es de general aceptación que el Capital intelectual tiene tres componentes o formas de manifestarse el conocimiento, pues el capital es conocimiento, que son: a) Capital humano, b) Capital estructural y c) Capital relacional.

La integración de todo el conocimiento con el fin último de crear valor, y por tanto convertirlo en Capital financiero (cotización en bolsa) lleva a diseñar un sistema de Gestión del conocimiento que recoja los

mecanismos que la organización tiene que poner en marcha para hacer factible que el modelo dinámico de Capital intelectual actúe y genere stock individual (capital humano) y colectivo (capital estructural y capital relacional).

Siendo sus funciones: La creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia, de la técnica y de la cultura, la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos y métodos científicos y para la creación artística, la difusión, la valorización y la transferencia del conocimiento al servicio de la cultura, de la calidad de vida y del desarrollo económico. La difusión del conocimiento y la cultura a través de la extensión universitaria y la formación a lo largo de la vida.

El Conocimiento de las personas (capacidad y compromiso), es el valor de lo que los individuos pueden producir, tanto individual como, sobre todo, colectivamente. Tiene que ver con las competencias (conocimientos, habilidades y cualidades profesionales), con la capacidad de innovar, mejorar, con el compromiso y la motivación (dedicación y calidad en la actuación). En definitiva, conocimiento aplicado muy relacionado con el compromiso.

El modelo de gestión con relación al capital humano se centra en los siguientes aspectos:

1. Las competencias, que se materializan en:
 - a) Gestión de la formación: que supone contemplar la cantidad de formación, su calidad, la aplicabilidad y el acceso a la misma.
 - b) Gestión para definición y difusión de competencias o valores necesarios para alinearse con la estrategia y el logro de los objetivos.
2. La capacidad de innovar y mejorar; que se materializan en:
 - a) Gestión de la diversidad.

- b) Gestión de la colaboración.
- c) Gestión de la iniciativa y de la creatividad.
- d) Gestión del aprendizaje.
- e) Gestión del cambio.

3. El compromiso y la motivación, que se materializan en:

- a) Gestión participativa: interiorización y compromiso con el proyecto.
- b) Gestión del reconocimiento, la motivación y la compensación.
- c) Gestión de la comunicación interna: canales, mensajes, etc.
- d) Gestión del clima de trabajo.
- e) Gestión del cumplimiento.

2.2.2.13. El Control Empresarial

Abascal (2001) nos manifiesta que “El control es pretender conocer y seguir la evolución del entorno, de las fuerzas competitivas y de la eficiencia de la organización de la puesta en práctica y logro de los objetivos contenidos en las estrategias diseñadas”. Para lograrse el control necesita conocer los siguientes aspectos: Evaluación de la eficiencia del plan estratégico, identificar los resultados alcanzados y relacionarlos con las unidades de responsabilidad de la empresa. Para ello se pondrá en práctica el sistema de señales fuertes y débiles, determinar la calidad de la gestión dada por las desviaciones observadas y la interpretación de las mismas, formular un sistema de información inteligente que permite eliminar las sorpresas estratégicas. La elaboración de este sistemas comprende, el análisis de los factores de influencia internos y externos, definir los aspectos de los impactos de dichos factores, así como su frecuencia, definir las acciones necesarias y las responsabilidades directivas, evaluación de las oportunidades en caso de responder a los impactos percibidos, adecuación de la estructura organizativa al desarrollo de las estrategias, para que el

control estratégico logre su finalidad es necesario que cumpla un proceso definido por las siguientes etapas: Establecer las fuentes de información de datos internos y externos, determinar el procedimiento de capacitación y contraste de la información para el control, organizar el plan de trabajo, estableciendo los recursos y los sujetos responsables en el sistema de dirección, establecer un calendario de proceso, determinar el volumen de información requerido con cada nivel y organizar una base de datos.

Un método formal de planificación estratégica es necesario para asegurarse la formulación de una estrategia sólida para la empresa. Sin él, las precisiones del día a día hacen que la dirección general no le dedique el tiempo suficiente y resulte muy difícil involucrar a toda la organización en la tarea estratégica.

El hecho de la inclusión del conjunto de la organización en la tarea estratégica es necesario por dos razones: Son ellos (los ejecutivos de dirección) los que tienen la información y el conocimiento imprescindible para una formulación correcta de la estrategia y son los encargados de su puesta en práctica.

La planificación estratégica es inútil cuando la dirección no la utiliza como un modo de incrementar la mentalidad estratégica en la empresa. Teniendo claro este punto, todo sistema por muy simple que sea, es inútil, pues cumple con su misión de proporcionar un apoyo metodológico a algo que la dirección general ya quería hacer.

Por otro lado, W. L. Charles (2001) precisa que "La función básica de los sistemas de control estratégico consiste en suministrar a la gerencia de la información que necesita para controlar su estrategia y su estructura".

Una organización debe recoger información que le permita evaluar su desempeño y aplicar el correctivo. De igual manera, debe compilar información para evaluar la manera cómo funciona su estructura. Supóngase que una empresa que opera con una estructura funcional halla un incremento en sus costos y una disminución en su calidad,

además que los gerentes justifican estos problemas por una falta de cooperación entre las áreas. Con esta información disponible, los gerentes pueden decir que la compañía debe cambiarse a una estructura de productos y utilizar equipos interdisciplinarios con el fin de incrementar la cooperación y acelerar el desarrollo de productos. De nuevo, la información generada por los sistemas de control de la organización les ha suministrado retroalimentación sobre el funcionamiento de sus estructuras de tal manera que los gerentes pueden aplicar la medida correctiva.

Los sistemas de control estratégico constituyen los sistemas formales de formulación de objetivos, monitoreo, evaluación y retroalimentación que proporcionan información a la gerencia sobre si la estrategia y la estructura de la organización satisfacen los objetivos de desempeño estratégico. Un sistema de control efectivo debe tener tres características: debe ser suficientemente flexible para permitir que los gerentes respondan cuando sea necesario a sucesos inesperados; debe suministrar información exacta, que proporcione la imagen real del desempeño organizacional; y debe suministrar a los gerentes la información en una forma oportuna

También **W. L. Charles (2001)** nos precisa que las funciones para la eficiencia en el control estratégico son:

- ❖ Establecer los estándares u objetivos con base en los cuales se evalué el desempeño, los estándares u objetivos que seleccionan los gerentes constituyen las formas mediante las cuales una compañía escoge evaluar su desempeño. Los estándares generales de desempeño a menudo provienen de la meta de lograr niveles superiores de eficiencia, calidad, innovación o capacidad de satisfacer al cliente. Los objetivos específicos de desempeño surgen de la estrategia que sigue la firma.

- ❖ Crear los sistemas de medición y monitoreo que indiquen si se han logrado los objetivos, la compañía establece procedimientos para evaluar si se han logrado las metas de trabajo en todos los niveles de la organización. En muchos casos, la medición del desempeño es una tarea difícil cuando la organización está comprometida en muchas actividades complejas.
- ❖ Comparar el desempeño real frente a los objetivos establecidos, los gerentes evalúan si (y hasta cierto punto) el desempeño se debía de los objetivos desarrollados. Si el desempeño es mayor, la gerencia puede decir que ha establecido estándares demasiado bajos y puede incrementar para el siguiente periodo. Los japoneses son celebres por la forma como utilizan los objetivos sobre la línea de producción para controlar los costos. Constantemente tratan de fomentar el desempeño, y de igual manera incrementar los estándares para suministrar una meta con el propósito de que los gerentes trabajen en pro de esta. Por otro lado, si el desempeño es demasiado bajo, los gerentes deben decir si toman una medida correctiva. Esta decisión es fácil cuando se puede identificar las razones del deficiente pequeño (por ejemplo, altos costos de mano de obra). Sin embargo, con mayor frecuencia es difícil de descubrir las razones de desempeño deficiente. Estas pueden implicar factores externos, como la resección, o la causa puede ser interna; por ejemplo, el laboratorio de investigación y desarrollo puede subestimar los problemas que encuentre a los costos extra de adelantar investigación no prevista. No obstante, para cualquier forma de acción es necesario seguir siguiente paso.
- ❖ Iniciar las acciones correctivas cuando se determine que el objetivo no se está logrando, la etapa final en el proceso de control consiste en emprender la medida correctiva que permita a la organización lograr sus metas. Tal correctivo puede implicar el cambio de cualquier aspecto de la estrategia o estructura analizada en este

libro. La meta consiste en incrementar continuamente la ventaja competitiva de una organización.

- ❖ **Andía (2007)** precisa que “Para asegurar el logro de los objetivos correspondientes a su esfera de preocupación con cada ámbito gerencial debe establecer sus correspondientes mecanismos de control, de manera que faciliten detectar a tiempo las posibles desviaciones e introducir las medidas correctivas pertinentes.

2.2.3. Las Micro empresas (MIPYMES)

CAMBIO EN EL REGIMEN MYPE AHORA MIPYME LEY N° 30056: Se publicó la Ley N°30056; Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, trae importantes modificaciones a la ley de la MYPE a partir del artículo 10°, creando una nueva categoría la mediana empresa y omitiendo el número de trabajadores como requisito. Ahora la ley se denomina TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DE IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, en síntesis tenemos como características: Microempresa: Ventas anuales hasta 150 UIT, Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 y hasta 1700 UIT y Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 hasta 2300 UIT.

2.2.3.1. Definición Pequeña Empresa

Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

2.2.3.2. Clasificación:

Zavala (2008) presenta la clasificación de la empresa de las empresas:

I. Según la actividad económica que desarrollan

- a. Empresas industriales: Son las que se forman con la finalidad de transformar los recursos naturales o intermediarios en bienes finales que satisfagan las necesidades del hombre. Ejemplo, la industria del calzado o textiles.
- b. Empresas Financieras: Son aquellas que compran bienes para luego ofertarlas a otras empresas o a un consumidor intermedio o final. Ejemplo, un supermercado.
- c. Empresas Extractivas: Son aquellas que extraen o explotan los recursos que brinda la naturaleza para luego ser transformados, tales como: los minerales, árboles, peces, etc.
- d. Empresas Financieras: Son las empresas que facilitan las operaciones mercantiles mediante créditos o relaciones financieras tales como: cuentas corrientes, ahorros, cheques, giros bancarios, tarjetas de crédito, pagarés, etc.
- e. Empresas de Servicios Personales: Son aquellas que prestan servicios a cambio de una retribución e ingreso tales como: las empresas de transportes, consultorías jurídicas, estudios contables, etc.
- f. Empresas Agrícolas: Son aquellas que a través de la siembra de la semilla se obtiene el fruto correspondiente el cual debe ser financiado posteriormente. Ejemplo: Cosecha de Papas, Cebollas, Arroz, etc.

II. Según el tipo de organización jurídica

- a. Empresa Individual: Se entiende por empresa individual a la persona natural con negocio, por lo que los derechos y responsabilidades alcanzan al íntegro de su patrimonio. El propietario tiene derecho a obtener una utilidad, así como

también, es responsable de las posibles pérdidas en que pueda incurrir la empresa.

- b. Empresa Societaria: Se refiere al conjunto de personas que forman una empresa cuyos aportes en la conformación de las mismas pueden ser acciones o participaciones según corresponda al tipo de sociedades, como veremos más adelante. Se trata de sociedades jurídicas distintas a las personas que la integran capaces de realizar actividades económicas por sí mismas y por lo tanto susceptibles de ser sujetos pasivos de obligaciones tributarias. Así tenemos: las Sociedades Anónimas, Sociedades Colectivas, Sociedades Comanditarias, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades Civiles.

III. Según su tamaño

Se trata de pequeñas medianas o grandes empresas. Referente al tamaño existen varios criterios para su medición, como son: el volumen de las ventas, aporte de capital, número de trabajadores, utilidades obtenidas, etc. Sin embargo, se suele tomar como referencia universal el número de trabajadores como veremos a continuación:

- Microempresa. - Si posee de 1 a 10 trabajadores.
- Pequeña Empresa. - Si tiene de 11 a 50 trabajadores.
- Mediana Empresa. - Si tiene de 51 a 250 trabajadores.
- Grande Empresa. - Si tiene más de 250 trabajadores.

IV. Según la propiedad del capital

- a. Empresa Privada, el capital de estas empresas está conformado por capitales netamente privados, surgen de un acto privado cuyo único fin es la obtención del lucro. Pueden ser

de tipo natural o jurídica, así tenemos las empresas: Cervecería Cristal, Leche Gloria, Helados D'Onofrio, etc.

b) Empresa Pública, Referentes a estas empresas, el capital pertenece al Estado y en muchos de los casos funcionan como empresas privadas, tomando como referencia la ley de Sociedades Mercantiles. En otras palabras, son empresas públicas a través de las cuales el Estado ejerce su acción empresarial en los sectores estratégicos de la economía, teniendo como objetivo una acción social, por ejemplo: Petro Perú, Sociedad Eléctrica del Sur, etc.

c) Mixtas, Cuando el capital pertenece una parte al Estado y otro al Sector Privado.

V. Según el ámbito geográfico:

Transnacional pertenecen y ejercen su control personas de diferentes Nacionales Supranacionales capital no tiene su origen en algún país. Operan con capitales de distintas procedencias

- a) Nacionales, son empresas que ejercen su actividad dentro del territorio nacional tales como el Banco de Crédito del Perú.
- b) Locales, su actividad la realizan dentro de una ciudad o pueblo como puede ser una tienda o Botica de Barrio.
- c) Multinacional, su actuación sobrepasa los límites geográficos de una nación y extienden su actividad a otras naciones.
- d) Así tenemos varios tipos como: Internacional; ejercen su actividad en otros países aparte del país de origen, por ejemplo. El Banco de Crédito del Perú que ejerce su actividad en Perú y Chile ,la línea Aérea Nacional de Chile (LAN) que actúa en Perú siendo su país de Origen Chile..

Los países cuando en su regulación contemplan la categoría Pymes, a efectos de su delimitación utilizan parámetros de cuantificación, sea por ingresos ordinarios, número de empleados o valor de los activos, ha resuelto una circunscripción más amplia basada en la especificidad del usuario, el interés en juego, así como en la enunciación previa de atender a la protección del usuario no significativo.

2.2.3.3. El mercado de Huancavelica

El mercado de Huancavelica cuenta con un Proyecto denominado: “MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACION EN EL MERCADO DE ABASTOS DE LA CIUDAD DE HUANCAVELICA, DISTRITO, PROVINCIA Y REGIÓN DE HUANCAVELICA”, desarrollado dentro de un terreno de 8,118.45 m² y un perímetro de 381.51 ml, según levantamiento físico de 7417.67 m² y un perímetro de 362.03 ml. de Propiedad de la Municipalidad Provincial. El proyecto comprende las siguientes metas físicas:

- Adecuada infraestructura para la financiación de bienes y servicios.
- Suficiente equipamiento y mobiliario para el buen funcionamiento del mercado.
- Eficiente gestión administrativa y financiación de productos.
- Adecuadas capacidades para la financiación de los productos de primera necesidad.

Ubicación: JR. NICOLAS DE PIEROLA, AV. VICTORIA GARMA JR. JUAN GARCIA DE LOS GODOS, JR. TAMBO DE MORA. La distribución esperada es como sigue: Primer Piso: Hall de recepción, escalera integrada, escalera de evacuación, ascensores, montacargas, almacenes, zona seca puestos de

locería, puestos de confitería, puestos de panes, puesto de lechones. zona humedad puestos carnes, puestos pollos, puestos de pescado, puesto de lácteos, puestos de flores etc. zona semi humedad puestos de especerías, puestos eventuales, servicios higiénicos y servicios complementarios. segundo piso: hall de recepción, escalera integrada, escalera de evacuación, ascensores, montacargas, almacenes, zona seca puestos de joyas, puestos de plásticos, puestos de mercería, puesto de ropas, puesto de abarrotes, zona semi humedad puestos de verdura, puestos de tubérculos, puestos de fruta, etc. puestos ambulatorios, servicios higiénicos y servicios complementarios. tercer piso: hall de recepción, escalera integrada, escalera de evacuación, ascensores, montacargas, zona administrativa, zona seca puestos de calzados, puestos de juguetería, etc. zona semi humedad puestos de comida, puestos de jugos, etc, servicios higiénicos y servicios complementarios azotea y cajas de ascensor: escalera integrada, escalera de evacuación, tanque elevado; forma y volumetría: nuestro peculiar diseño es una composición con prismas euclidianos, una arquitectura lineal con volúmenes en voladizo y con superficies de innovadora trama, estas emergen estrictamente de la función, principio de Louis Sullivan que estableció: la forma viene de la solución funcional. La constitución formal nos habla de un lenguaje arquitectural que se sitúa en el panorama de la arquitectura contemporánea, aquella que plantea una exenta de decoraciones u ornamentaciones, y de una indiscutible claridad volumétrica. Esta composición esta contrastada con volúmenes altos y esbeltos que vienen a ser las cajas de escalera y ascensores que se localizan en cada arista del volumen principal logrando con ello mayor calidad plástica. Por otro lado se han diseñado las fachadas con entrantes y salientes así como con

planos calados de triple altura que jerarquizan y definen los accesos al edificio.

2.2.3.4. Los comerciantes

Concepto: la materia comercial por su amplitud permite distinguir dos conceptos de comerciante.

- El concepto económico: de acuerdo con este concepto es considerada comerciante a la persona que vive del comercio con un propósito exclusivo de ganancias y pérdidas.
- El concepto jurídico: se parte de este concepto del principio de la responsabilidad en el comerciante es el desempeño de sus actividades comerciales, en este sentido considera comerciante a la persona natural o jurídica que ejerce en nombre propio actos de comercio de manera profesional y con fines de lucro.

En tal sentido el aspecto jurídico está relacionada con los derechos que puedan obtener y las obligaciones que puede contraer el comerciante en el ejercicio de las actividades comerciales.

2.2.3.4.1. Clases de comerciantes

Podemos deducir o inferir la existencia de dos clases de comerciante:

- El comerciante individual: es la persona natural que se dedica a ejercer el comercio de manera profesional, esto significa que un comerciante individual es un individuo de la especie humana, una persona natural que en virtud de la libertad del comercio prevista en nuestro sistema jurídico

pretende ganancias o lucro mediante la realización del acto de comercio

- .El comerciante social o colectivo: se refiere concretamente a las sociedades mercantiles que se constituyen por acuerdo de dos ó más personas mediante un contrato de sociedades.

2.2.3.4.2.Requisitos para ser comerciante

Tomando en cuenta el contenido del artículo 10 del Código de Comercio y la clasificación de los comerciantes se puede determinar que los requisitos para ser comerciante son distintos según se trate de un comerciante individual o de un comerciante social o colectivo.

2.2.3.4.3. Requisitos para ser un comerciante individual:

- Ser una persona natural.
- Tener capacidad que haya cumplido 18 años.

Hacer del comercio su profesión habitual según este requisito, es el ejercicio reiterado de la actividad mercantil o la realización constante de acto de comercio lo que determina la profesionalización la principal fuente de ingresos del comerciante.

No se puede calificar como comerciante a quien en forma esporádica o no reiterada puede

eventualmente realizar actos de comercio aun cuando obtenga un beneficio económico.

2.2.3.4.4. Requisitos para ser un comerciante social o colectivo:

Debe entenderse que el comerciante social colectiva está constituido esencialmente por las sociedades mercantiles y estos se forman por la declaración de voluntad de dos ó más personas persigue un fin económico en común, en este sentido, debe anotarse que conforme al Código de Comercio las sociedades mercantiles tiene por objeto uno o más actos de comercio.

Se diferencia del comerciante individual que puede libremente ejercer el comercio sin que se constituye legalmente como comerciante, es decir; las sociedades mercantiles debe constituirse mediante un contrato de sociedades y su registro correspondiente de manera formal para que sea considerado como tal y pueda presentarse como comerciante o sujeto del derecho y obligaciones.

Las sociedades mercantiles legalmente constituidas realizan actos de comercio independientemente de los socios que la constituyen y los actos puedan sentir efectos a terceras personas. (Roberto Goldschmidt 1979)

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis General

La relación del crédito financiero no es alta y significativa con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017. **(Ho)**

La relación del crédito financiero es alta y significativa con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017. **(Hi)**

2.3.1. Hipótesis Específicas

- a) La relación del préstamo financiero es alta y significativa con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.
- b) La relación de inversión del préstamo es alta y significativa con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

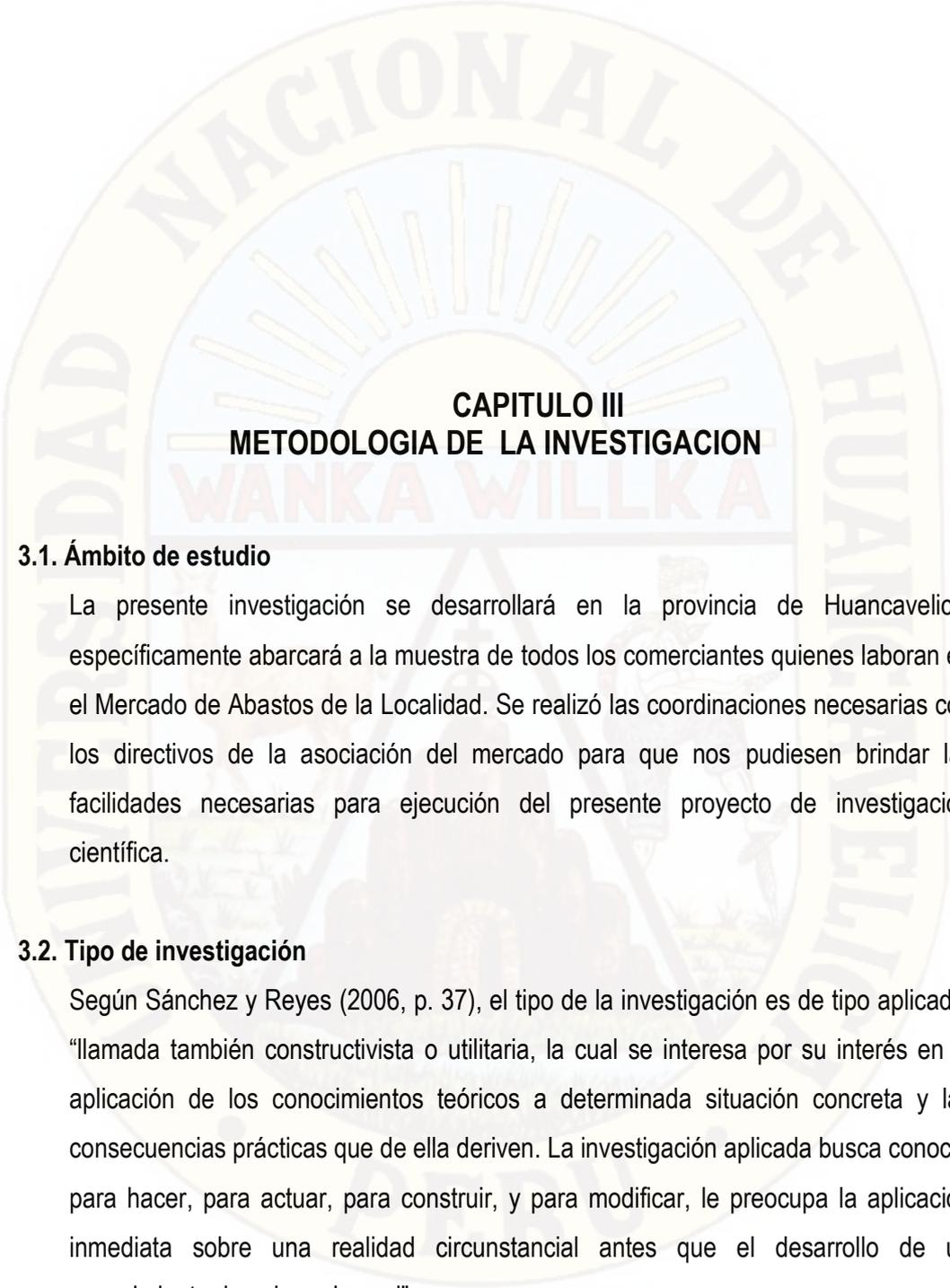
2.4. Variables

V1: Crédito financiero

V2: Toma de decisiones

2.5. Operacionalizacion de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES
CREDITO FIANNCIERO	Un crédito financiero es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. El monto del préstamo y los intereses que se debe pagar dependerá de factores diversos, como nuestra capacidad de pago en la fecha pactada, si anteriormente hemos sido buenos pagadores o si hay alguien que pueda responder por nosotros en caso que no podamos pagar, por citar algunos puntos que analizan las instituciones antes de efectuar un desembolso (Martínez, 2004).	- Préstamo financiero	Entidad financiera (Preferencia) Monto del préstamo Plazo Intereses Garantía Trámites Requisitos
		- Inversión del préstamo	Compra de productos Utilidad del préstamo Pago de deudas Adquisición de Maquinarias Capacitación Mejora del puesto de venta Resultados (Ganancia - Périda)
TOMA DE DECISIONES	La toma de toma de decisiones de los comerciantes es el proceso para identificar y seleccionar un curso de acción para resolver un problema específico. Específicamente, la toma de toma de decisiones de los comerciantes es un proceso conducido por gerentes, relacionado con terceros que también toman toma de decisiones de los comerciantes. Además, La toma de toma de decisiones de los comerciantes relaciona las circunstancias presentes de las organizaciones con acciones que la llevarán hacia el futuro. En la toma de toma de decisiones de los comerciantes se trata con problemas. Un problema surge cuando el estado real de las cosas no se ajusta al estado deseado. La naturaleza y condiciones de las toma de decisiones de los comerciantes frente a los diferentes problemas, requieren diferentes tipos de toma de decisiones de los comerciantes(Stoner, 2009).	- Acción Decisional	Diagnóstico del negocio Identifica el(los) problema(s) Plantea alternativas de solución Decide acorde el entorno Determina la mejor decisión Utiliza tecnologías (para decidir) Implementa su decisión
		- Decisor(Comerciante)	Experiencia en el negocio (tiempo) Nivel académico (Empresario) Habilidades del decisor Coordina con otros empresarios Posee información relevante (negocio) Capacitación en ventas



CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. Ámbito de estudio

La presente investigación se desarrollará en la provincia de Huancavelica, específicamente abarcará a la muestra de todos los comerciantes quienes laboran en el Mercado de Abastos de la Localidad. Se realizó las coordinaciones necesarias con los directivos de la asociación del mercado para que nos pudiesen brindar las facilidades necesarias para ejecución del presente proyecto de investigación científica.

3.2. Tipo de investigación

Según Sánchez y Reyes (2006, p. 37), el tipo de la investigación es de tipo aplicada, “llamada también constructivista o utilitaria, la cual se interesa por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella deriven. La investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir, y para modificar, le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal”.

3.3. Nivel de investigación

Es una investigación "Descriptiva correlacional" para determinar las características del fenómeno, así como establecer relaciones comparativas entre las variables, en el distrito de Huancavelica quién tiene plena actuación en los puestos de venta en el mercado de abastos de Huancavelica.

3.4. Método de investigación

El método general de la investigación es el método científico según Sánchez y Reyes (2006, p. 23) "es el camino a seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado propuesto. Como es consenso, es el camino para llegar a un a fin o una meta". En tal sentido toda labor de procedimiento humano de información requiere asumirel camino más adecuado yviable para lograr el objetivo trazado".

También puede considerarse el método, como un procedimiento de indagación para tratar un conjunto de problemas desconocidos, procedimiento en el cual se hace uso fundamentalmente del pensamiento lógico. Es decir, el método es la manera sistematizada en que se efectúa el pensamiento reflexivo que nos permite llevar a cabo un proceso de investigación científica.

El método básico será el descriptivo, que según Sánchez y Reyes (2006, p. 50) "consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otras variables tal como se dan en el presente. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural; por tanto las posibilidades de tener un control directo sobre las variables de estudio son mínimas por lo cual su variable interna es discutible".

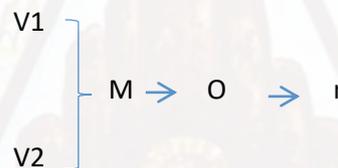
A través del método descriptivo se identifica y conoce la naturaleza de una situación en la medida en que ella existe durante el tiempo del estudio; por consiguiente no hay estudio administración o control manipulativo o un tratamiento específico. Su propósito básico es: describir cómo se presenta y qué existe con respecto a las variables o condiciones en una situación.

3.5. Diseño de la investigación

El diseño general será el no experimental que según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 149) podría definirse “como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Lo que hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlo”. Como señala Kerlinger y Lee (2002) “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos”. De hecho no hay condiciones o estímulos planeados que se administre a los participantes del estudio.

Como diseño específico utilizaremos el diseño correlacional:



V1 = Crédito Financiero

V2 = Toma de decisiones de los comerciantes

n = Muestra

O = Observación

r = relación

3.6. Población y Muestra

La población para Carrasco (2009, p. 236) “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. En la presente investigación la población estudio estará

conformado por los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica, las cuales presentamos a continuación:

CUADRO N° 01			
POBLACIÓN			
COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTA DEL MERCADO DE HUANCAVELICA,2017			
N°	Unidad de Análisis	Detalle	Total
1	Empresarios (Comerciantes)	Puestos de Venta del Mercado	668
Total			668

Elaboración propia, 2017

La muestra será de tipo probabilístico, la técnica a utilizarse será aleatoria simple. Para Carrasco (2009, p. 236) la muestra “es una parte o fragmento representativo de la población cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra pueden generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población”. Se aplica la siguiente fórmula al total de la población:

Se procedió a determinar la muestra de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Siendo:

p y q : Probabilidad de ser seleccionado y no ser seleccionado:50% y 50%

Z : Valor estándar del nivel de confianza. 1,96

N : El total de la población: 668

E : Representa el error de la estimación. 10%.

Reemplazando y desarrollando:

$$n = \frac{1.96^2 \times 50\% \times 50\% \times 668}{(10\%)^2 (668 - 1) + 1.96^2 \times 50\% \times 50\%} = 85$$

El número de muestra calculado representa a 85 personas representados por los los comerciantes de los puestos de venta del mercado de Huancavelica.

3.7. Técnicas e instrumento de recolección de datos

3.7.1. Técnicas

Las técnicas serán el análisis documental y la encuesta. Según Sánchez y Reyes (2006), nos señala que el Análisis documental sirve para “recoger datos documentales o fuentes escritas sean primarias o secundarias”. Pueden emplearse como parte de la investigación bibliográfica. Consiste además, en el estudio detallado de documentos que constituyen fuentes de datos vinculados con las variables a estudiar. Se emplea como instrumentos las fichas textuales, de resumen, de comentario, etc. Por lo que deben entenderse por documentos toda producción escrita útil a la investigación (documentos oficiales, documentos personales) y toda evidencia (artefacto) material documentos audiovisuales; fotografías, pinturas, videos, etc.). Todas ellas resultan ser “evidencias mudas” de una situación. Entre las ventajas de utilizar este tipo de técnica resulta su bajo costo, la exclusividad del material y la historicidad. Es importante seleccionar los documentos teniendo en cuenta su autenticidad, su credibilidad, su contexto y su representatividad.

Además se utilizará la Encuesta, el cual según Carrasco (2006, p. 314) permite la “indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo”. Es de gran uso para recoger opiniones,

actitudes, prácticas y sugerencia sobre tópicos muy específicos, acerca de los cuales las personas pueden manifestarse en base a su propia experiencia y conocimiento (Davis, 2002).

3.7.2. Instrumentos

Los instrumentos a utilizarse en la investigación serán los siguientes. Se utilizará una Ficha de Análisis documental, que según Sierra (2001, p. 161) permite “Todas las operaciones que se realizan con los documentos hasta que tienen lugar su integración plena en el sistema documental, con el fin de hacer posible su localización y búsqueda rápida cuando se necesite”, el cual es importante para toda investigación. A medida que se lee, que se estudia, que se observa, surgen dudas, incertidumbres, comprobaciones, discrepancias, comentarios, etc. Que debe anotarse apenas vengan a la mente. Si no se anotan en el momento preciso, se pueden perder para siempre. Estas fichas son las más valiosas para la redacción del trabajo.

También se utilizará un Cuestionario, que según Salkind (1999, p.149), manifiesta que los “cuestionarios son un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas que se contestan con lápiz y papel. Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador (muchos son auto administrados)”. En mérito a tal utilizaremos un cuestionario: Cuestionario No 1, el instrumento de recogida de datos, consiste en un cuestionario que mide las variables: Crédito Financiero y Toma de decisiones de los comerciantes de los comerciantes Microempresarial.

3.8. Procedimiento de recolección

Para recolectar la información realizamos lo siguiente:

Coordinación previa, para realizar el presente trabajo de investigación se realizó las coordinaciones respectivas entre las investigadoras, el asesor y la junta directiva de los negociantes que trabajan en los puestos de venta del mercado de abastos de Huancavelica para su autorización, acceso y desarrollo del proyecto de investigación.

Capacitación e instrucciones, realizamos la capacitación y preparación a los encuestadores que nos apoyaron en nuestro trabajo de investigación para encuestar a las diferentes unidades de análisis mencionadas y especificados en el cuadro de la muestra, daremos las instrucciones necesarias sobre la finalidad del instrumento, aplicación del instrumento, supervisión y control con la finalidad de realizar el trabajo de campo y el informe de tesis.

Finalización del trabajo de campo y procesamiento de la información, concluido el trabajo de campo en los puestos de venta del mercado de abastos de Huancavelica, consolidamos la información y data obtenida a través de un trabajo de gabinete.

Finalmente, nosotras las investigadoras realizamos y presentamos nuestro borrador de tesis para su revisión, análisis y opinión por nuestro asesor, posteriormente se corrigió las observaciones planteadas a nivel del asesor y luego de los jurados para evacuar el informe final de la tesis, presentándose por los canales correspondientes a la Escuela Profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias Empresariales de nuestra Universidad Nacional de Huancavelica previo cumplimiento de lo estipulado en el reglamento de grados y títulos y los requisitos exigidos, pagos de derechos y trámites a realizarse.

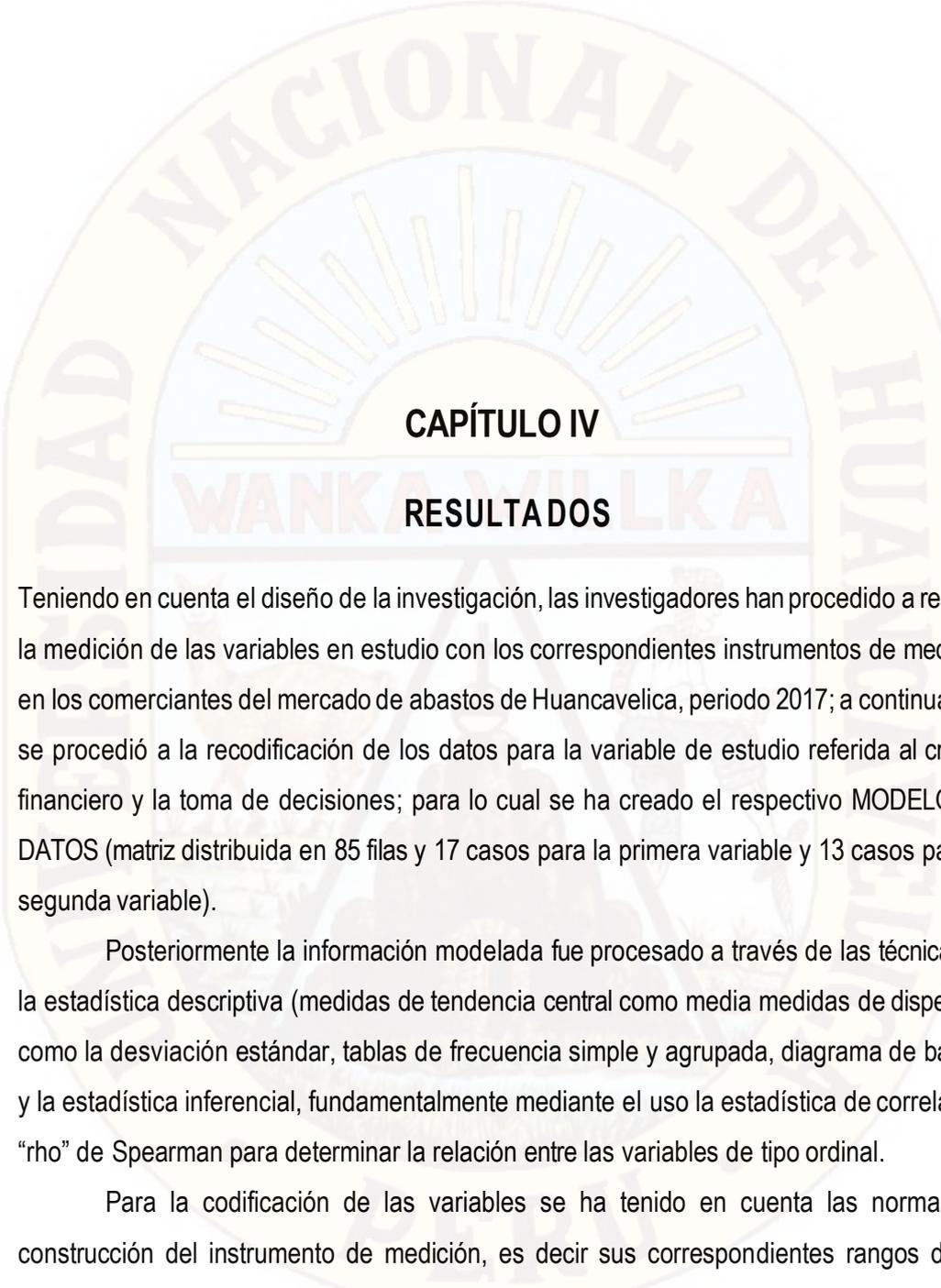
3.9. Técnicas de procesamiento y Análisis de datos

En la estadística descriptiva

Las descripciones gráficas (gráfico de barras) para que a cada valor de la variable se le asigne una barra con altura equivalente a su frecuencia absoluta o porcentual; las medidas de tendencia central (media aritmética, mediana y moda) para indicar el centro del conjunto de datos de la variable; las medidas de variabilidad (desviación típica y varianza) para medir la dispersión de los datos con respecto al valor central de los datos de la variable; las medidas de forma de la distribución en dos aspectos: referente a forma de la distribución (asimetría), para saber si la distribución de los datos tiende a la derecha, a la izquierda o es simétrica; y al apuntamiento de la distribución (curtosis) para comparar la dispersión de los datos observados al valor central con la dispersión de los datos cercanos a ambos extremos de la distribución. Todos estos aspectos de la estadística descriptiva los desarrollamos según Miller, Freund y Johnson (2000), Kerlinger y Lee (2002), Baron y Tellez (2004); y el programa SPSS 22.

En la estadística inferencial

Se aplicó la prueba "Rho de Spearman". Para contrastar la hipótesis. Todos estos aspectos de la estadística inferencial se desarrollará en función a lo propuesto por Miller, Freund y Johnson (2000), Kerlinger y Lee (2002), Baron y Tellez (2004); y el programa estadístico IBM SPSS Statistics 22.

The logo of the Universidad Nacional de Huancavelica is a circular emblem. It features a central sun with rays, positioned above a horizontal line. The sun and line are set against a light blue background. The words "UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA" are written in a circular path around the emblem. The word "WANKAWILKA" is written in a larger, stylized font across the middle of the emblem, overlapping the sun and the horizontal line.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Teniendo en cuenta el diseño de la investigación, los investigadores han procedido a realizar la medición de las variables en estudio con los correspondientes instrumentos de medición en los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica, periodo 2017; a continuación se procedió a la recodificación de los datos para la variable de estudio referida al crédito financiero y la toma de decisiones; para lo cual se ha creado el respectivo MODELO DE DATOS (matriz distribuida en 85 filas y 17 casos para la primera variable y 13 casos para la segunda variable).

Posteriormente la información modelada fue procesado a través de las técnicas de la estadística descriptiva (medidas de tendencia central como media medidas de dispersión como la desviación estándar, tablas de frecuencia simple y agrupada, diagrama de barras) y la estadística inferencial, fundamentalmente mediante el uso la estadística de correlación “rho” de Spearman para determinar la relación entre las variables de tipo ordinal.

Para la codificación de las variables se ha tenido en cuenta las normas de construcción del instrumento de medición, es decir sus correspondientes rangos de tal manera que se han identificado los puntos intervalos de las categorías.

Finalmente es importante precisar que, para tener fiabilidad en los cálculos de los resultados, se procesó y genero los modelos estadísticos de los datos con el *Lenguaje de Programación Estadístico R* versión 3,3 además la redacción estuvo orientada por las normas del estilo APA sexta edición.

4.1 RESULTADOS A NIVEL DESCRIPTIVO

RESULTADOS DEL CRÉDITO FINANCIERO OTORGADO A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCABELICA

Tabla 1. Resultados del nivel del crédito financiero otorgado a los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica.

Crédito financiero	f	%
Bajo	2	2,4
Medio	69	81,2
Alto	14	16,5
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.

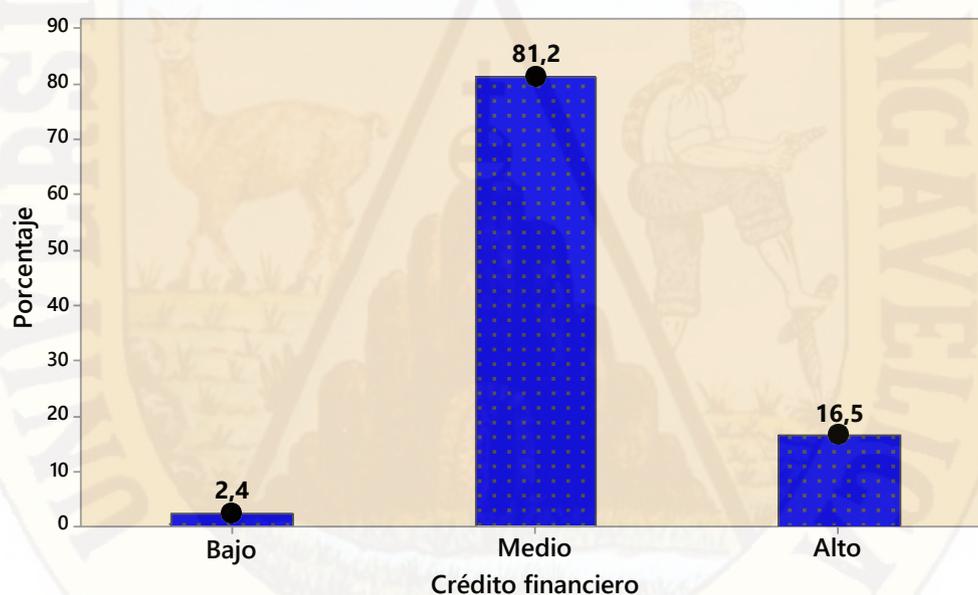


Gráfico 1. Diagrama del nivel del crédito financiero otorgado a los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica.

Fuente: Tabla 1.

En la tabla 1 observamos los resultados del nivel de crédito financiero otorgado a los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica. El 2,4% (2) consideran que el nivel de crédito fue bajo, el 81,2% (69) consideran que el nivel de crédito otorgado fue medio y el 16,5% (14) consideran que el nivel es alto.

Tabla 2. Resultados del nivel del crédito financiero según dimensiones otorgado a los comerciantes del mercado a de abastos de Huancavelica.

Dimensión	Préstamo financiero		Inversión del préstamo	
	f	%	f	%
Bajo	2	2,4	7	8,2
Medio	69	81,2	75	88,2
Alto	14	16,5	3	3,5
Total	85	100,0	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.

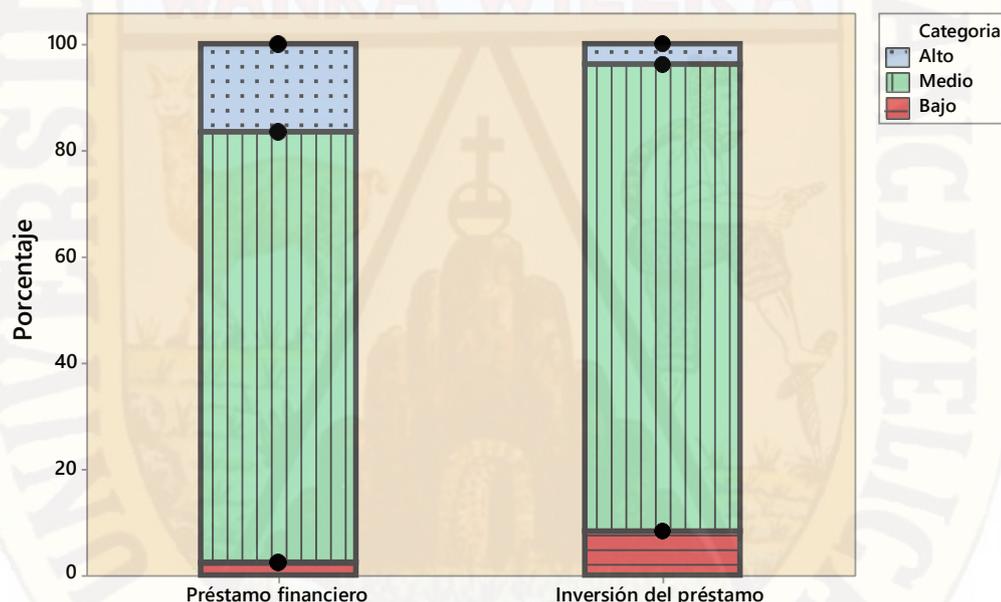


Gráfico 2. Diagrama del nivel del crédito financiero según dimensiones otorgado a los comerciantes del mercado a de abastos de Huancavelica.

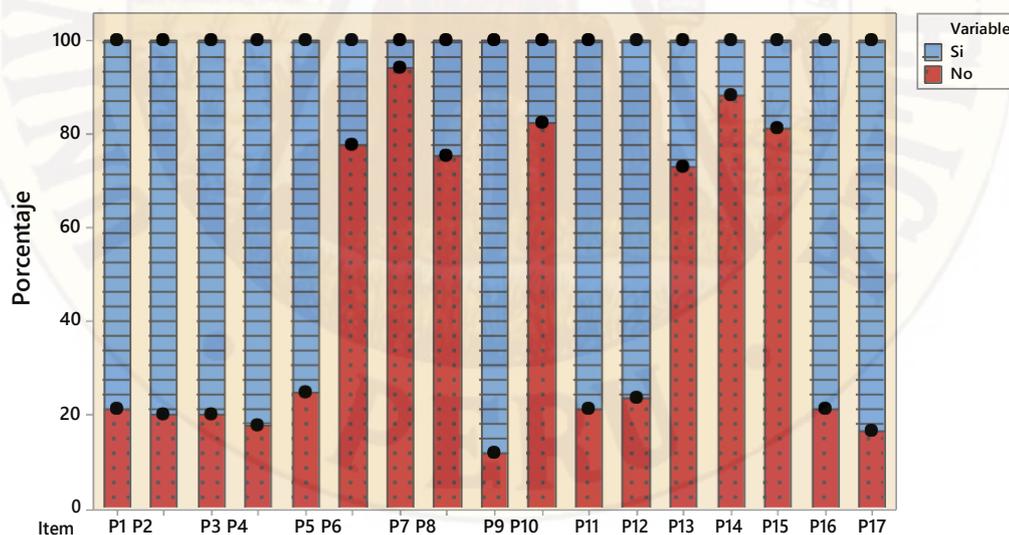
Fuente: Tabla 2.

Para la dimensión *préstamo financiero* observamos que el 2,4% (2) de comerciantes del mercado de abastos consideran que el préstamo financiero es bajo, el 81,2% (69) consideran que es medio y el 16,5% (14) consideran que es alto. Para la dimensión *inversión del préstamo* observamos que el 8,2% (7) de comerciantes del mercado de abastos consideran que la inversión del préstamo es bajo, el 88,2% (75) consideran que es medio y el 3,5% (3) consideran que es alto.

Tabla 3. Resultados del nivel del crédito financiero según ítems.

Item						
P1	18	21,2	67	78,8	85	100,0
P2	17	20,0	68	80,0	85	100,0
P3	17	20,0	68	80,0	85	100,0
P4	15	17,6	70	82,4	85	100,0
P5	21	24,7	64	75,3	85	100,0
P6	66	77,6	19	22,4	85	100,0
P7	80	94,1	5	5,9	85	100,0
P8	64	75,3	21	24,7	85	100,0
P9	10	11,8	75	88,2	85	100,0
P10	70	82,4	15	17,6	85	100,0
P11	18	21,2	67	78,8	85	100,0
P12	20	23,5	65	76,5	85	100,0
P13	62	72,9	23	27,1	85	100,0
P14	75	88,2	10	11,8	85	100,0
P15	69	81,2	16	18,8	85	100,0
P16	18	21,2	67	78,8	85	100,0
P17	14	16,5	71	83,5	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.



Porcentaje en los niveles de ítem.

Gráfico 3. Diagrama del crédito financiero según ítems otorgado a los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica.

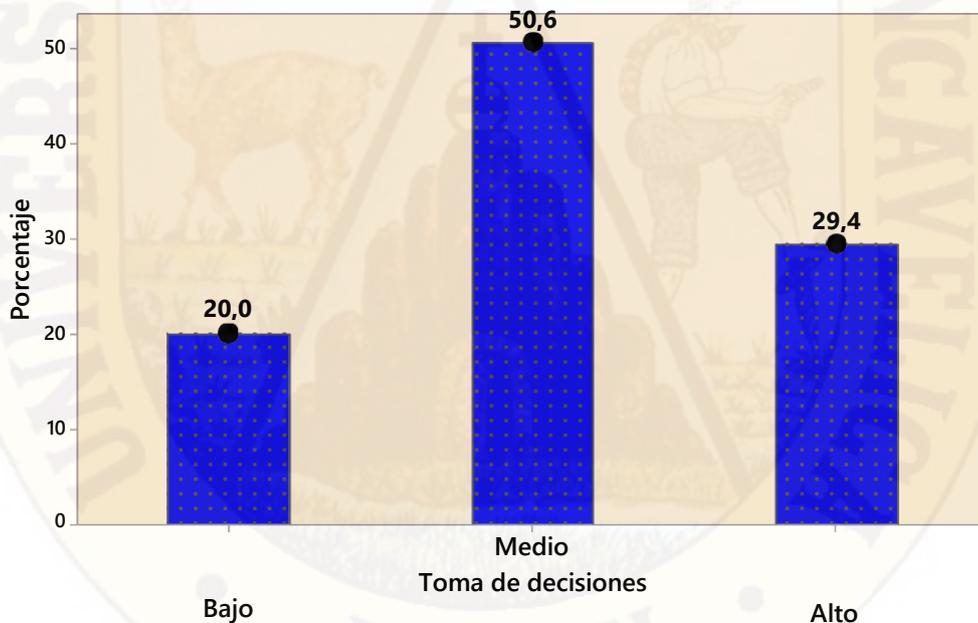
Fuente: Tabla 3.

4.2. RESULTADOS DE LA TOMA DECISIONES DE LOS COMERCIANTES CON CRÉDITO FINANCIERO DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA

Tabla 4. Resultados del nivel de toma de decisiones de los comerciantes con crédito financiero en el mercado de abastos de Huancavelica.

Toma de decisiones	f	%
Bajo	17	20,0
Medio	43	50,6
Alto	25	29,4
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.



Porcentaje en todos los datos.

Gráfico 4. Diagrama del nivel de toma de decisiones de los comerciantes con crédito financiero en el mercado de abastos de Huancavelica.

Fuente: Tabla 4.

En la tabla 4 observamos los resultados del nivel de toma de decisiones de los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica. El 20,0% (17) consideran que el nivel de toma de decisiones es bajo, el 50,6% (43) consideran que el nivel de toma de decisiones es medio y el 29,4% (25) consideran que el nivel es alto.

Tabla 5. Resultados del nivel de toma de decisiones según dimensiones en los comerciantes con crédito financiero del mercado de abastos de Huancavelica.

Dimensión	Acción decisional		Decisor de rentabilidad	
	f	%	f	%
Bajo	19	22,4	22	25,9
Medio	61	71,8	37	43,5
Alto	5	5,9	26	30,6
Total	85	100,0	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.

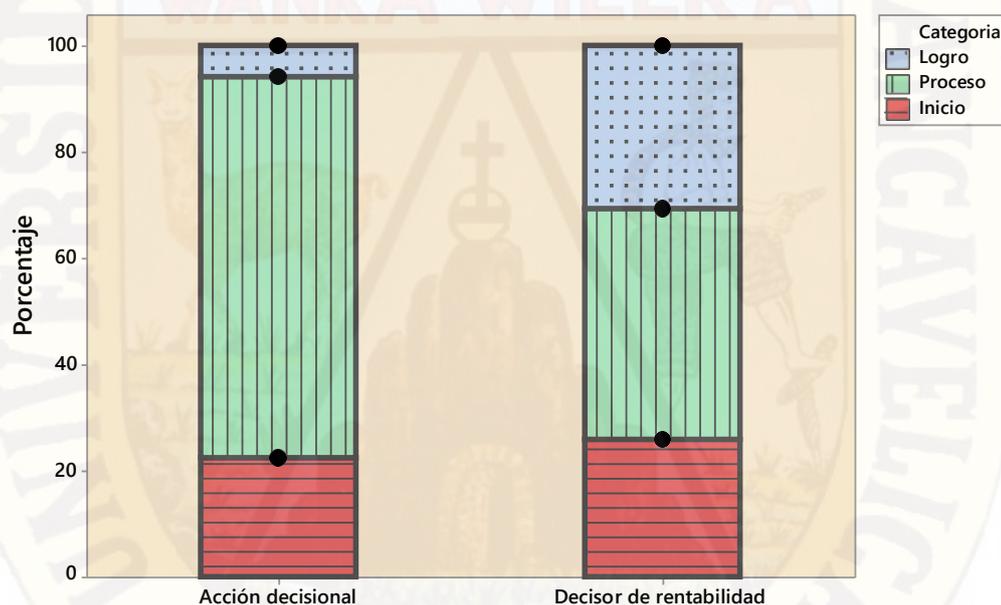


Gráfico 5. Diagrama del nivel de toma de decisiones según dimensiones en los comerciantes con crédito financiero del mercado de abastos de Huancavelica.

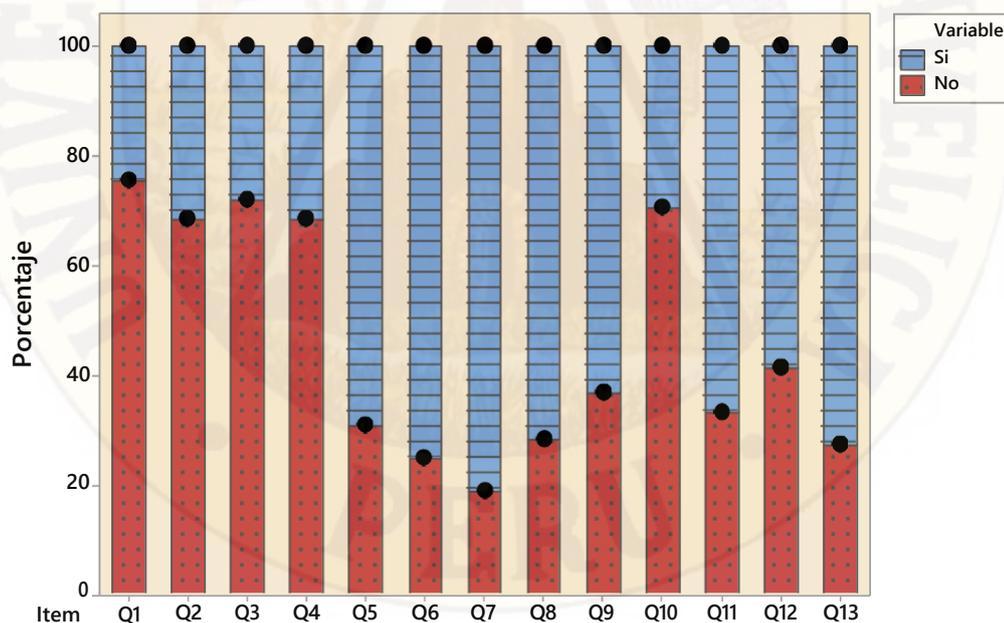
Fuente: Tabla 5.

Para la dimensión *acción decisional* observamos que el 22,4% (19) de comerciantes del mercado de abastos su acción decisional es bajo, el 71,8% (61) consideran que es medio y el 5,9% (5) consideran que es alto. Para la dimensión *decisor de rentabilidad* observamos que el 25,9% (22) de comerciantes del mercado de abastos tienen un nivel de experiencia bajo, el 43,5% (37) consideran que es medio y el 30,6% (26) consideran que es alto.

Tabla 6. Resultados de la toma de decisiones según ítems.

Item						
Q1	64	75,3	21	24,7	85	100,0
Q2	58	68,2	27	31,8	85	100,0
Q3	61	71,8	24	28,2	85	100,0
Q4	58	68,2	27	31,8	85	100,0
Q5	26	30,6	59	69,4	85	100,0
Q6	21	24,7	64	75,3	85	100,0
Q7	16	18,8	69	81,2	85	100,0
Q8	24	28,2	61	71,8	85	100,0
Q9	31	36,5	54	63,5	85	100,0
Q10	60	70,6	25	29,4	85	100,0
Q11	28	32,9	57	67,1	85	100,0
Q12	35	41,2	50	58,8	85	100,0
Q13	23	27,1	62	72,9	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.



Porcentaje en los niveles de Item.

Gráfico 6. Diagrama de la toma de decisiones en los comerciantes del mercado a de abastos de Huancavelica.

Fuente: Tabla 6.

RESULTADOS A NIVEL INFERENCIAL

NORMALIDAD

Informe de resumen del Crédito financiero

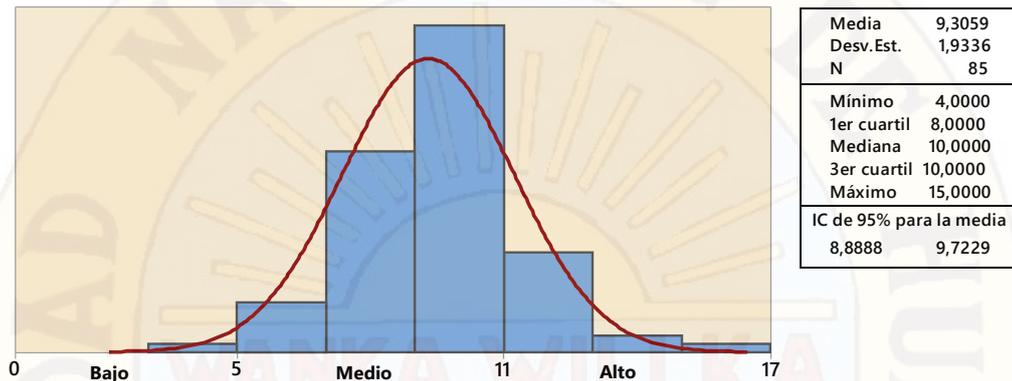


Gráfico 7. Histograma de las puntuaciones del CRÉDITO FINANCIERO.

Fuente: Software estadístico.

En el histograma se observa las estadísticas generales de la distribución de puntuaciones para el *crédito financiero*; observamos que la media es 9,30 que se tipifica como medio; la desviación estándar es 1,93 además en el histograma no se nota la presencia de casos demasiados atípicos tanto encima como por debajo de la media, la puntuación mínima alcanzada es del 4 y la máxima es del 15 con una mediana de 10, además el primer cuartil es 8 y el tercer cuartil es 10.

Informe de resumen de Toma de decisiones

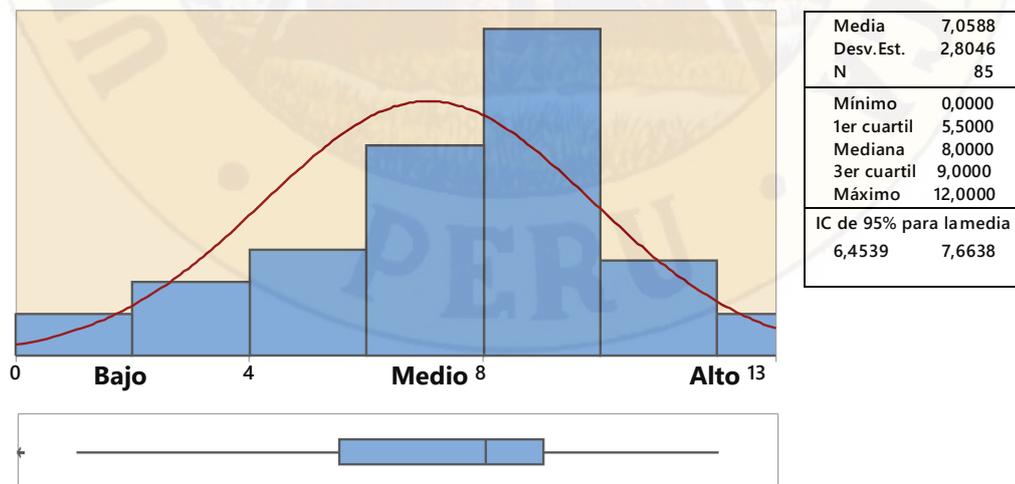


Gráfico 8. Histograma de las puntuaciones de la TOMA DE DECISIONES.

Fuente: Software estadístico.

Nuevamente en el histograma se observa las estadísticas generales de la distribución de puntuaciones para la *toma de decisiones*; observamos que la media es 7,05 que se tipifica como medio; la desviación estándar es 2,80 además en el histograma se nota la presencia de un caso atípicos por debajo de la media, la puntuación mínima alcanzada es del 0 y la máxima es del 12 con una mediana de 8, además el primer cuartil es 5,5 y el tercer cuartil es 9.

INTERVALOS DE CONFIANZA

Procedemos a determinar los intervalos de confianza para estimar el valor de la verdadera media poblacional para ambas variables, para un nivel de confianza del 95%, en tal sentido se cumple la probabilidad:

$$P(LI \leq \mu \leq LS) = 95\%$$

Para la variable *crédito financiero* el intervalo de confianza es:

$$P(8,88 \leq \mu_{CF} \leq 9,72) = 95\%$$

Para la variable *toma de decisiones* el intervalo de confianza es:

$$P(6,45 \leq \mu_{TD} \leq 7,66) = 95\%$$

CORRELACIÓN ENTRE VARIABLES

Considerando a autores como Lazaro (2001) y Meyer (1995) la correlación mide el grado de relación entre dos variables.

Para la determinación de la intensidad de la correlación entre las variables se usa la estadística rho de Spearman (r_s) pues el tamaño de la muestra es mayor a 10 casos y existen muy pocos empates entre los rangos (es decir, varios individuos en el mismo rango) de la variable ordinal. De esta manera para la determinación del coeficiente, ordenamos de mayor a menor por separado los valores de **x** e **y** de los datos y se sustituye cada uno por su número de orden (rango): **x_i**, **y_i** representan los rangos en x e y para el par **i**.

$$r_s = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

Mediante transformaciones algebraicas se obtiene la fórmula más sencilla:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$-1 \leq r_s \leq 1$$

Siendo:

r_s : Coeficiente de correlación de rangos ordenados de Spearman.

D : Diferencia entre los rangos de las dos variables ordinales.

n : Tamaño de la muestra.

Procedemos a determinar el coeficiente de correlación rho de Spearman.

$$r_s = 1 - \frac{6 \times 13610}{85(85^2 - 1)} = 86,7\%$$

Para la determinación del intervalo de confianza del coeficiente poblacional de correlación rho de Spearman usamos un proceso de simulación BOOTSTRAP que consiste en generar 1000 muestras con la base de datos, generar los histogramas y determinar los percentiles 0,025 y 0,975 con lo cual los límites del intervalo de confianza se determinan (considerando que la distribución rho de Spearman no es simétrica) como:

$$r_s^{\{0,025\}} \leq \rho_s \leq r_s^{\{0,975\}}$$

De esta manera el intervalo de confianza generado al 95% de confianza para la correlación poblacional rho de Spearman es:

$$P(76,0\% \leq \rho_s \leq 92,7\%) = 95\%$$

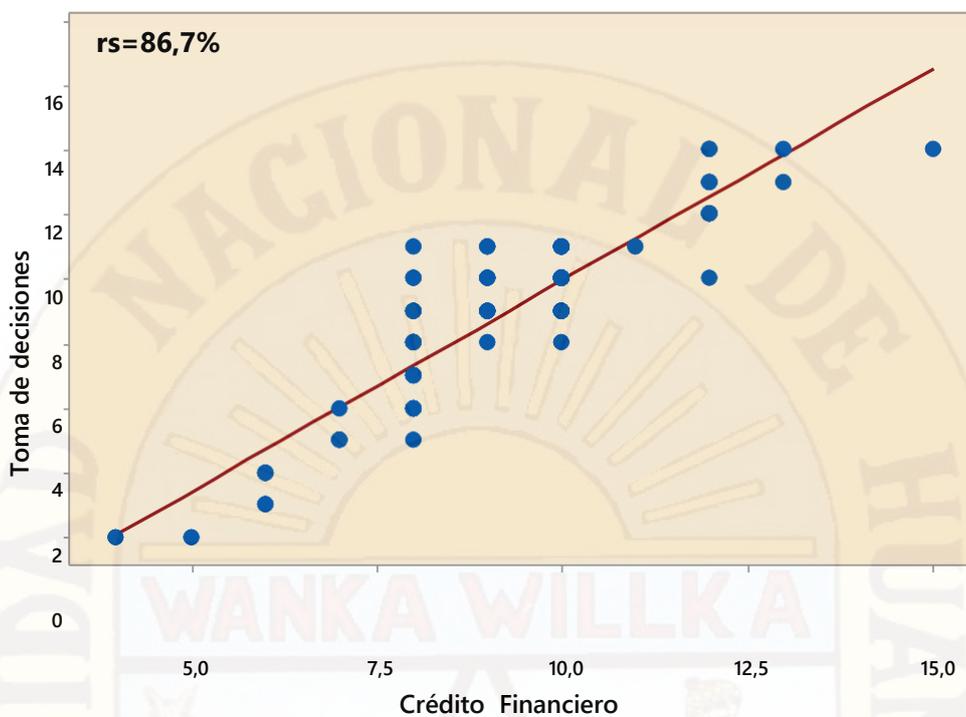


Gráfico 9. Diagrama de dispersión para la relación entre las variables.

Fuente: Software estadístico.

A continuación, se presenta los resultados de la relación entre las dos variables luego de ser recategorizada.

Tabla 7. Resultados de la relación categórica del crédito financiero y la toma de decisiones.

Toma de decisiones	Crédito financiero						Total	
	Bajo		Medio		Alto		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Bajo	2	2,4	15	17,6	-	-	17	20,0
Medio	-	-	42	49,4	1	1,2	43	50,6
Alto	-	-	12	14,1	13	15,3	25	29,4
Total	2	2,4	69	81,2	14	16,5	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado.

Notamos que el 2,4% (2) de los casos consideran que el *crédito financiero* otorgado es *bajo* y la *toma de decisiones* es *bajo*; el 17,6% (15) de los casos consideran que el *crédito financiero* otorgado es *medio* y la *toma de decisiones* es *bajo*; el 49,4% (42) de los casos consideran que el *crédito financiero* otorgado es *medio*

y la *toma de decisiones es medio*; el 14,1% (12) de los casos consideran que el *crédito financiero otorgado es medio* y la *toma de decisiones es alto*; el 1,2% (1) de los casos consideran que el *crédito financiero otorgado es alto* y la *toma de decisiones es alto*; el 15,3% (13) de los casos consideran que el *crédito financiero otorgado es alto* y la *toma de decisiones es alto*.

4.3. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL

- **Hipótesis nula (H_0)**

La relación del crédito financiero no es positiva ni significativa con la toma de decisiones de los comerciantes de los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica.

$$\rho = 0$$

Siendo:

ρ : Correlación poblacional

- **Hipótesis alterna (H_1)**

La relación del crédito financiero es positiva y significativa con la toma de decisiones de los comerciantes de los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica.

$$\rho > 0$$

Considerando un nivel de significancia de $\alpha=5\%$, utilizaremos la estadística t de student con 63 grados de libertad, el punto crítico o valor tabulado es $V_t=1,657$ obtenido de las tablas estadísticas, la región crítica para la hipótesis es $<2,657;+\infty>$. Asimismo, el valor calculado es:

$$t = \frac{r_s}{\sqrt{(1-r_s^2)/(n-2)}} \sim t(63)$$

$$V_c = t = \frac{0,867}{\sqrt{\frac{1-0,867^2}{85-2}}} = 16$$

El valor calculado se encuentra en la región crítica ($V_c > V_t$ ó $16 > 1,663$), por tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, concluimos que :

La relación del crédito financiero es positiva y significativa con la toma de decisiones de los comerciantes de los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica con un 95% de confianza.

Además, se deduce que la probabilidad asociada al modelo es:

$$P(t > 19) = 0,0 < 0,05$$

por lo que se confirma en rechazar la hipótesis nula y simultáneamente aceptar la hipótesis alterna.

En gráfico siguiente de la función de densidad de la distribución t de student para 83 grados de libertad se observa que el valor calculado se ubica en la región crítica, lo cual confirma la decisión tomada.

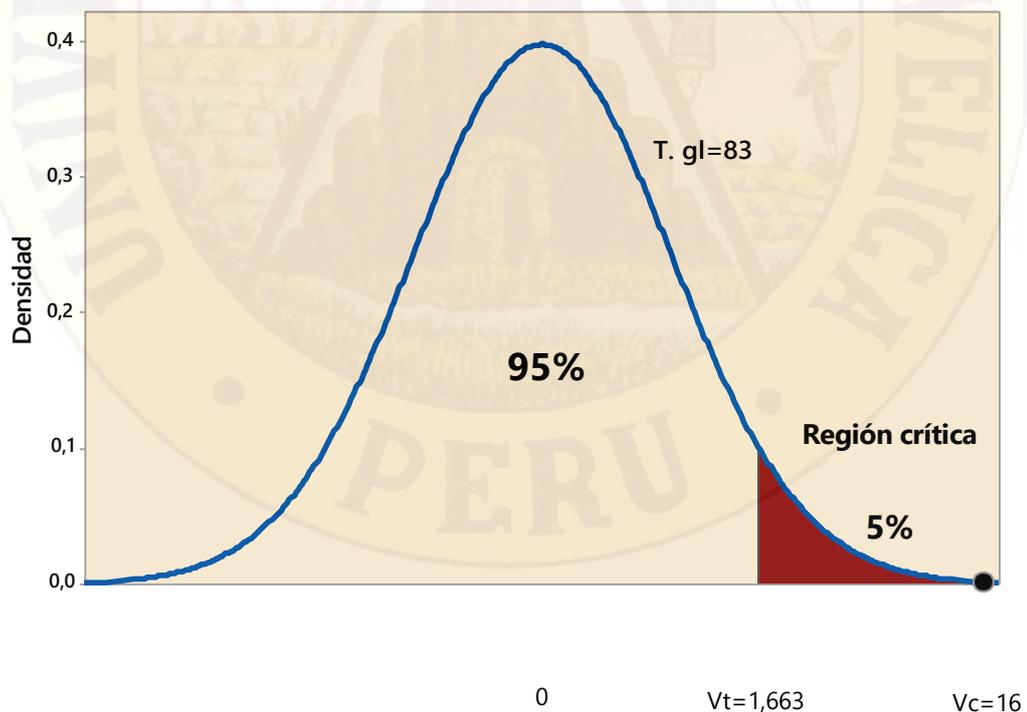


Gráfico 10. Diagrama de densidad de la función t de student.

Fuente: Software estadístico.

4.4. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LAS HIPÓTESIS

ESPECÍFICAS Tabla 8. *Estadísticas para la docimasia de las hipótesis específicas.*

Dimensiones de las variables	Estadísticas de la relación rho de Spearman de las dimensiones					
	r_s	n	Vc	Vt	Vc>Vt	Decisión
Préstamo financiero Acción decisional	78%	85	11	1,663	TRUE	Rechaza Ho
Inversión del préstamo Decisor de rentabilidad	81%	85	13	1,663	TRUE	Rechaza Ho

Fuente: Software estadístico.

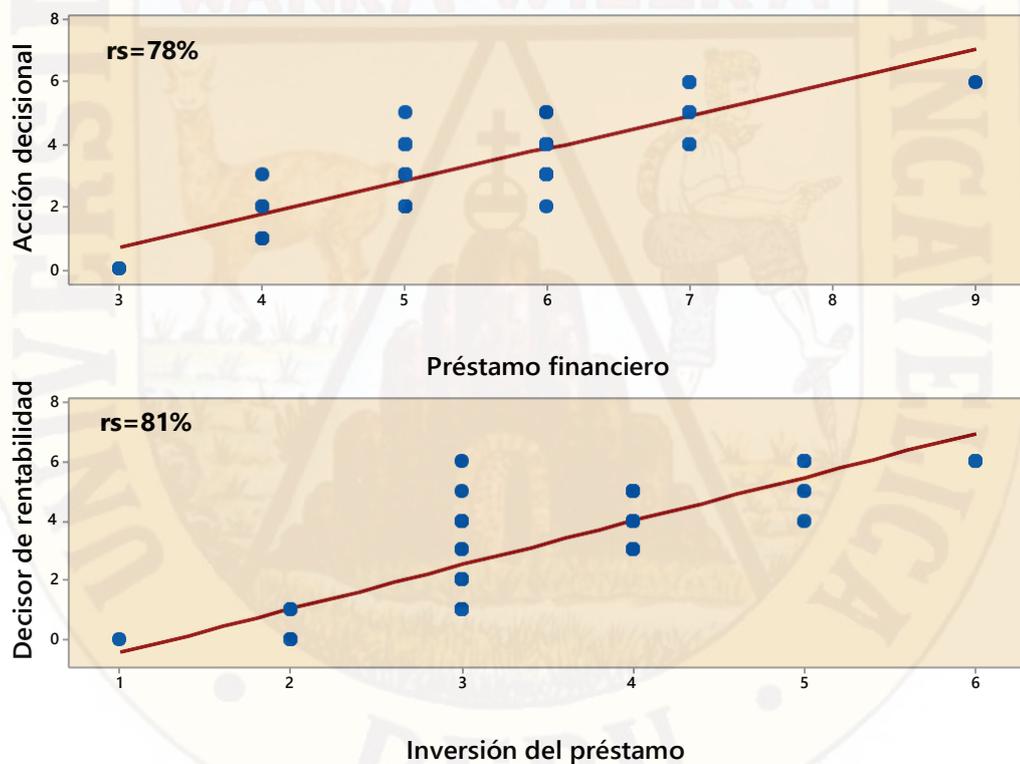


Gráfico 11. Diagrama de dispersión para la relación entre las dimensiones de las variables.

Fuente: Software estadístico.

a) PRUEBA DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H_0):**

La relación del préstamo financiero no es positiva ni significativa con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

- **Hipótesis Alterna (H_1):**

La relación del préstamo financiero es positiva y significativa con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

DISCUSIÓN

De la tabla 8 podemos observar que el valor calculado de la relación rho de Spearman es $r_s=78\%$ asimismo el valor calculado es $V_c=t(n=85)=11 > 1,663$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un 95% de confianza, es decir:

La relación del préstamo financiero es positiva y significativa con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017 con un 95% de confianza.

b) PRUEBA DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H_0):**

La relación de inversión del préstamo no es positiva ni significativa con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

- **Hipótesis Alterna (H_1):**

La relación de inversión del préstamo es positiva y significativa con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.

DISCUSIÓN

De la tabla 8 podemos observar que el valor calculado de la relación rho de Spearman es $r_s=81\%$ asimismo el valor calculado es $V_c=t(n=85)=13 > 1,663$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un 95% de confianza, es decir:

La relación de inversión del préstamo es positiva y significativa con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017 con un 95% de confianza.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados a los cuales se han llegado tienen la validez estadística porque el estudio tiene un tamaño de muestra representativo ($n=85$) además los sujetos de estudio fueron elegidos de forma aleatoria, no se tienen la presencia de grandes cantidades de casos atípicos, además las distribuciones de datos tienen normalidad univariante y bivariante. Debido a ello se procederá a realizar las respectivas inferencias de los parámetros poblacionales.

En primer lugar, de los resultados podemos mencionar que, en lo referente al crédito financiero, la percepción de los comerciantes del mercado de abastos es que los créditos otorgados por las entidades financieras en un 81,2% es del nivel medio y cuya proporción es la más significativa.

Al explorar las dimensiones de las variables, los resultados muestran que en la dimensión préstamo financiero prevalece el nivel medio con un 81,2% de casos que está referido a los niveles del monto del préstamo por la entidad financiera, las tasas de interés, las garantías, la eficiencia de los trámites y la puntualidad del pago de los créditos.

En la dimensión inversión del préstamo, de igual manera los resultados indican la prevalencia del nivel medio con un 88,2% de casos que se refleja en los niveles de la compra de productos, las utilidades generadas por los préstamos, el pago de deudas, la adquisición de maquinarias, la capacitación y la mejora del puesto de ventas.

El realizar el estudio considerando los ítems del instrumento para la primera variable, podemos notar que los ítems con prevalencia de respuestas negativas se ubica en el ítem 6, 7, 8, 10, 13, 14 y 15 y en los demás casos la prevalencia es de los ítems positivos.

Por otra parte, los resultados para la variable referida a la toma de decisiones, nos muestra que los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica en cuanto

a la toma de decisiones están en nivel medio con un 50,6% de prevalencia y el 29,4% de ellos consideran que la toma de decisiones está en un nivel alto.

Los resultados considerando las dimensiones de la variable muestran que en lo referente a la acción decisiva prevalece el nivel medio con un 71,8% y en lo referente a la dimensión decisor de rentabilidad prevalece el nivel medio con un 43,5% de casos que refleja el nivel de experiencia en el negocio, el nivel académico del comerciante, sus habilidades, su nivel de coordinación y el grado de capacitación en temas de ventas en el mercado de abastos. Estos son los resultados eminentemente descriptivos que trataremos de extrapolar a la población.

Al determinar la relación cuantitativa de las variables en estudio utilizando la estadística "rs" de Spearman se ha obtenido el valor de 90% que de acuerdo a la tabla 9 se tipifica como relación positiva muy fuerte.

Tabla 9. *Intensidad de las correlaciones r de Pearson.*

Correlación negativa perfecta:	-1
Correlación negativa muy fuerte:	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte:	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media:	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil:	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil:	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna:	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil:	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil:	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media:	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte:	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte:	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta:	+1

Fuente: Ritchel (2006).

El valor obtenido de $r_s=86,7\%$ representa la correlación muestral entre el crédito financiero y la toma de decisiones de los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica, 2017. Al realizar la inferencia del coeficiente de correlación muestral hacia la población al nivel del 95% de confianza el estimado r poblacional oscila entre [76,0% y 92,7%] que la tipificamos como una correlación entre positiva fuerte. La prueba de significancia de la hipótesis de investigación muestra que la correlación muestral

obtenida es significativamente diferente de cero al nivel del 5% con lo cual da evidencia empírica para el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

En cuanto al cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación, la evidencia muestra que la relación entre el préstamo financiero y la acción decisional es del 78% tipificada como relación positiva fuerte y la prueba de significancia estadística muestra que la relación es significativamente diferente de cero al nivel del 5%. La relación obtenida para las dimensiones de inversión del préstamo y decisor de rentabilidad es del 81% tipificada también como relación positiva fuerte y la prueba de significancia estadística muestra que dicha relación es significativamente diferente de cero al nivel del 5%. Por tanto, se tienen las evidencias científicas para el cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos.

Los resultados hallados al confrontarlos con Ulloa (2013) y Tapia (2011) que realizan en realidades internacionales incitan a tener métricas para asignar créditos a personas con negocios. De la misma manera el estudio nos da las pautas necesarias para identificar los sectores beneficiarios de los créditos bancarios con tal que exista movilidad en el flujo de dinero.

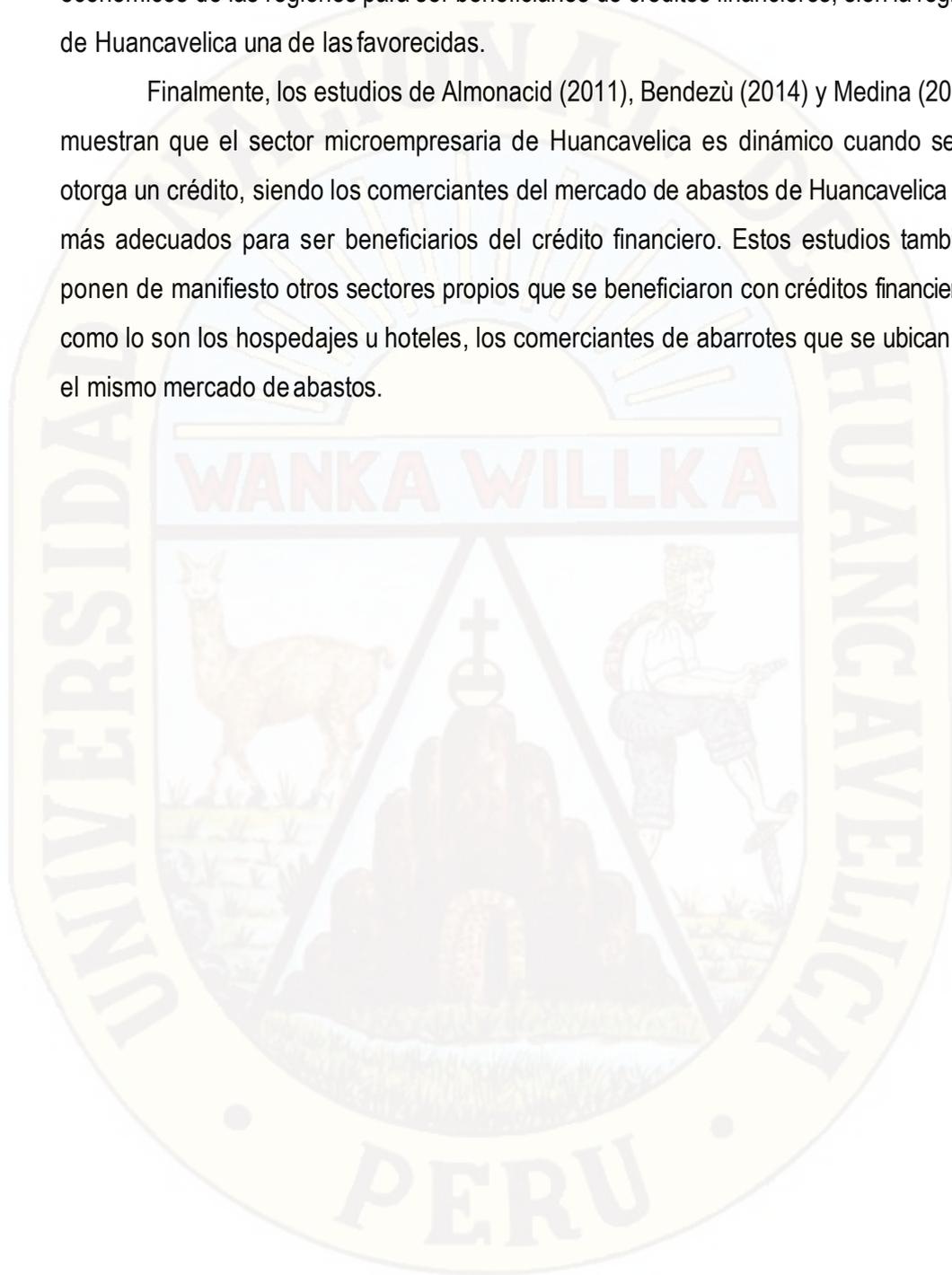
Con Martínez (2004) reflexionamos sobre el rol que juegan los microcréditos en el desarrollo de las economías más deprimidas, pues pone en tapete aspectos como la pobreza y ciudades poco desarrolladas como la de Huancavelica y aspectos para salir de su desarrollo cuando el microcrédito determina el desarrollo de las economías de los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica.

Con Díaz (2014) se pone énfasis en el rol del riesgo crediticio en el desarrollo de las entidades financieras y la rentabilidad, sin embargo, el estudio al igual que los resultados de la presente investigación está reflejado en las provisiones que las instituciones microfinancieras están realizando para captar más clientes, siendo los comerciantes del mercado de abastos los beneficiarios, sin embargo, no existen estudios acerca del riesgo crediticio generado en el proceso.

Los estudios de Berberisco (2013), Caveró (2011) y Inga (2006) son interesantes en la investigación, pues analizan el mercado de créditos en el Perú para otorgar créditos financieros, en tales estudios se caracteriza los estratos socio

economicos de las regiones para ser beneficiarios de créditos financieros, sien la región de Huancavelica una de las favorecidas.

Finalmente, los estudios de Almonacid (2011), Bendezù (2014) y Medina (2008) muestran que el sector microempresaria de Huancavelica es dinámico cuando se le otorga un crédito, siendo los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica los más adecuados para ser beneficiarios del crédito financiero. Estos estudios también ponen de manifiesto otros sectores propios que se beneficiaron con créditos financieros como lo son los hospedajes u hoteles, los comerciantes de abarrotes que se ubican en el mismo mercado de abastos.



CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que el *crédito financiero* se relaciona de forma positiva y significativa con la *toma de decisiones* de los comerciantes en puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017. La intensidad de la relación de Spearman hallada es $r_s=86,7\%$ que se tipifica como positiva fuerte, asimismo el contraste de significancia asociado es $P(t>16)=0,0<0,05$ de tal manera que el estimador de la correlación poblacional se ubica al 95% en IC[76,0%; 92,7%]. El 2,4% de comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica consideran que el nivel del crédito financiero es bajo, el 81,2% es de nivel medio y el 16,5% es de nivel alto. Asimismo, el 8,2% de comerciantes tienen un nivel de toma de decisiones es bajo, el 88,2% medio y el 3,5% alto.
2. Se ha determinado que el *préstamo financiero* se relaciona de forma positiva y significativa con la *acción decisional* de los comerciantes en puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2016. La intensidad de la relación rho de Spearman identificada es $r_s=78\%$ que se tipifica como positiva fuerte, asimismo el contraste de significancia asociado es $P(t>11)=0,0<0,05$. El 2,4% de comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica consideran que préstamo financiero es bajo, el 81,2% es de nivel medio y el 16,5% es de nivel alto. Asimismo, el 22,4% de comerciantes tienen acciones decisionales de nivel bajo, el 71,8% es medio y el 5,9% es de nivel alto.
3. Se ha determinado que la *inversión del préstamo* se relaciona de forma positiva y significativa con las *decisiones del comerciante* en puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2016. La intensidad de la relación identificada es $r_s=81\%$ que se tipifica como positiva fuerte, asimismo el contraste de significancia asociado es $P(t>13)=0,0<0,05$. El 8,2% de comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica tienen un bajo nivel de inversión del préstamo otorgado, el 88,2% tienen una inversión media y el 3,5% tienen una inversión alta. Asimismo, el 25,9% de comerciantes tienen acciones decisionales de nivel bajo, el 43,5% es medio y el 30,6% es de nivel alto.

RECOMENDACIONES

1. Los créditos financieros son imprescindibles porque contribuyen en la buena toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica; permiten alcanzar el diseño de planes, estrategias y metas para minimizar los riesgos y optimizar resultados favorables.
2. Para el desarrollo de los comerciantes de los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica se recomienda utilizar los créditos financieros que ofrecen las distintas entidades con la finalidad de seguir mejorando su productividad, calidad e incrementar las ventas, para obtener mayor competitividad en el mercado laboral.
3. Los créditos financieros brindan un apalancamiento positivo para garantizar el avance comercial, por ello es necesario optar por estas estrategias financieras que ofrecen las entidades bancarias con un porcentaje especial en el cobro de intereses a los comerciantes de micro pequeñas empresas con el objetivo de favorecerlos y no perjudicar el pago de sus deudas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almonacid Alvitres & Rivera Casavilca (2011) en su tesis: El control interno como medio de influencia en la toma de decisiones del instituto de educación superior tecnológico pública huancavelica el año 2011, Tesis para Optar El Título Profesional De Contador Público en la Universidad Nacional de Huancavelica.
- Carrasco, S. (2009). Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Lima: San Marcos.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación (5ta. Ed). México: Mc Graw- Hill.
- Kerlinger, F., y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. México: McGraw-Hill.
- Maldonado, Milton (2003). Investigación Forense: prevención e investigación de la corrupción financiera. Editora Luz de América; Quito – Ecuador. Pág. 9.
- Mantilla, S. Alberto (2009) Auditoria de información financiera. Bogotá. ECOE Ediciones.
- Marambio Tapia, Alejandro (2011). Bancarización. Crédito y endeudamiento en los sectores medios chilenos: tácticas de acceso, diferenciación social y el espejismo de la movilidad. Santiago-Chile: Programa de Magister en Ciencias Sociales – Escuela de Pos Grado Universidad de Chile.
- Panéz Meza, Julio. (1986) Auditoria Contemporánea. Lima: Iberoamericana de Editores SA.
- Prado Saldarriaga, Víctor Roberto (2013). Criminalidad Organizada y Lavado de Dinero. Lima: IDEMSA.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Villajuana, Carlos (2003) "Gestión Estratégica Integral". Editorial Master Empresarial EIRL, Segunda Edición. Lima – Perú. 547 pp.
- David, Fred R. (2003) "Conceptos de Administración Estratégica". Editorial PEARSON – Prentice Hall, Novena Edición. Naucalpan de Juárez. Edo de México. 336 pp.
- W. L., Charles (2001) "Administración Estratégica un Enfoque Integrado". Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición. Santa Fe de Bogotá, Colombia. 540 pp.

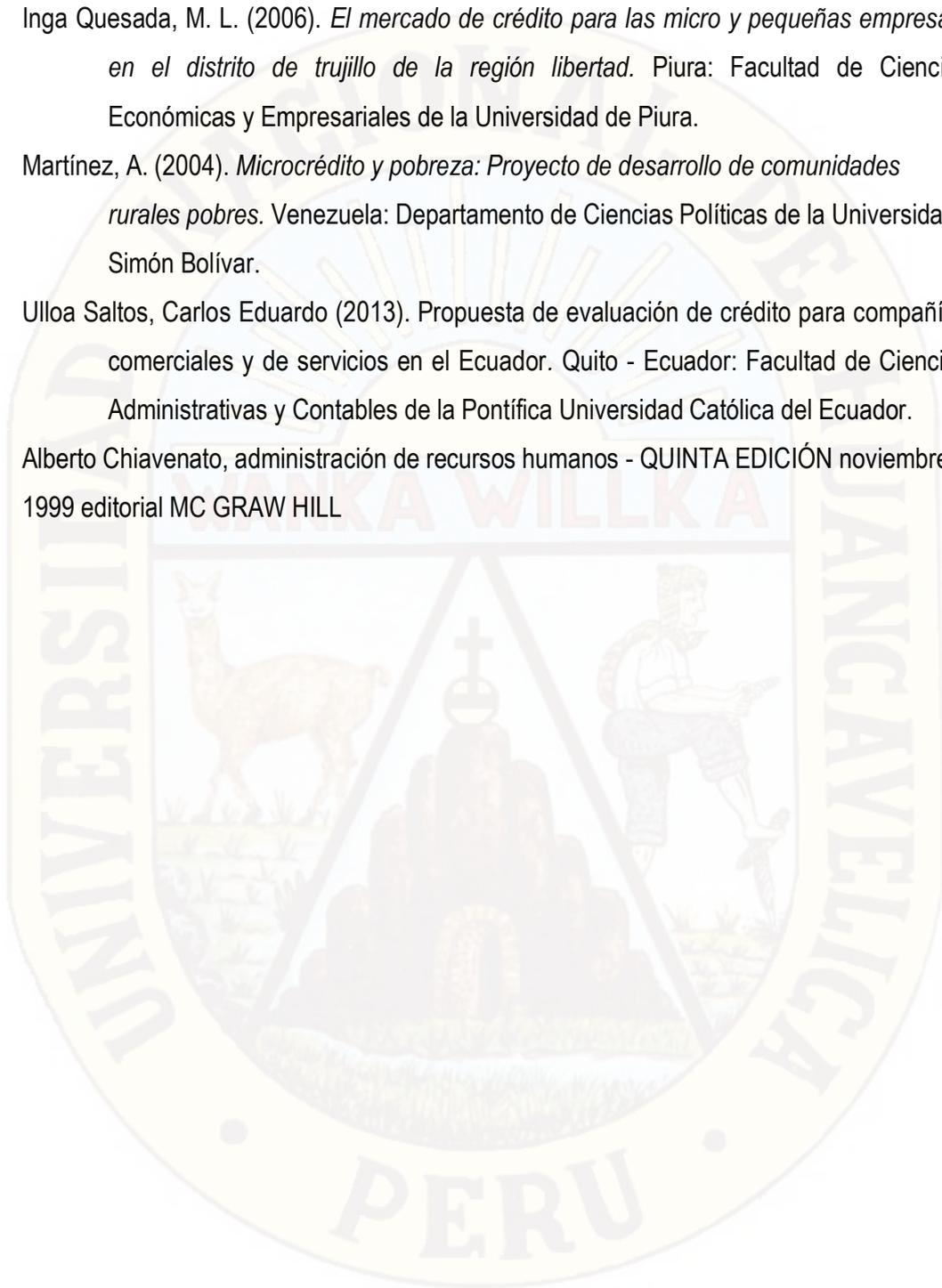
- Andía Valencia, Walter (2007) "Planeamiento Estratégico en el Sector Público". Editorial El Saber. Lima -Perú. 198 pp.
- Zavala, A. "Planeación Estratégica y Desarrollo Empresarial". Editorial San Marcos, Primera Edición. Lima -Perú. 173 pp.
- Stoner, J. y. (2009). *Administración*. Madrid - España: Pearson Prentice Hall.
- Koontz, H., & Otros, y. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*. México: A Subsidiary of de McGraw-Hill Companies, Inc.
- Rodríguez Cárdenas Juan Pablo (2009) El Manejo de la Prueba en Términos de Investigación Forense para los Casos de Lavado de Dinero. Bogotá. Editorial Norma.
- Sánchez, H., y Reyes, C., (2006). Metodología y diseños en la investigación científica. Lima: Visión Universitaria.
- Sánchez, H., y Reyes, C., (2006). Metodología y diseños en la investigación científica. Lima: Visión Universitaria.
- Bendezú Zúñiga, Ivonne. «Las MYPES industriales y el desarrollo económico del distrito de Huancavelica, periodo 2012.» Huancavelica, 2014.
- Berberisco Morales, J. S. (2013). *Los créditos de las cajas municipales y el desarrollo empresarial de las mypes del sector metalmecánica en el distrito de Independencia*. Lima -Perú: Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad San Martín de Porres.
- Díaz Encalada, Ú. P. (2014). *Influencia del riesgo crediticio en la rentabilidad de las instituciones microfinancieras no bancarias del Perú, 2008-2012*. Arequipa - Perú: Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Católica de Santa María.
- Escalante Guzman, G., & Caverro corcuera, L. (2011). *Bienestar y Endeudamiento: Características de la política de préstamos personales, mediante contrato con los bancos y propuesta de mejora para promover el progreso y bienestar*. Lima - Peru: Maestría en Gerencia Social de la Escuela de Pos Grado de la Pontífica Universidad Católica del Perú.

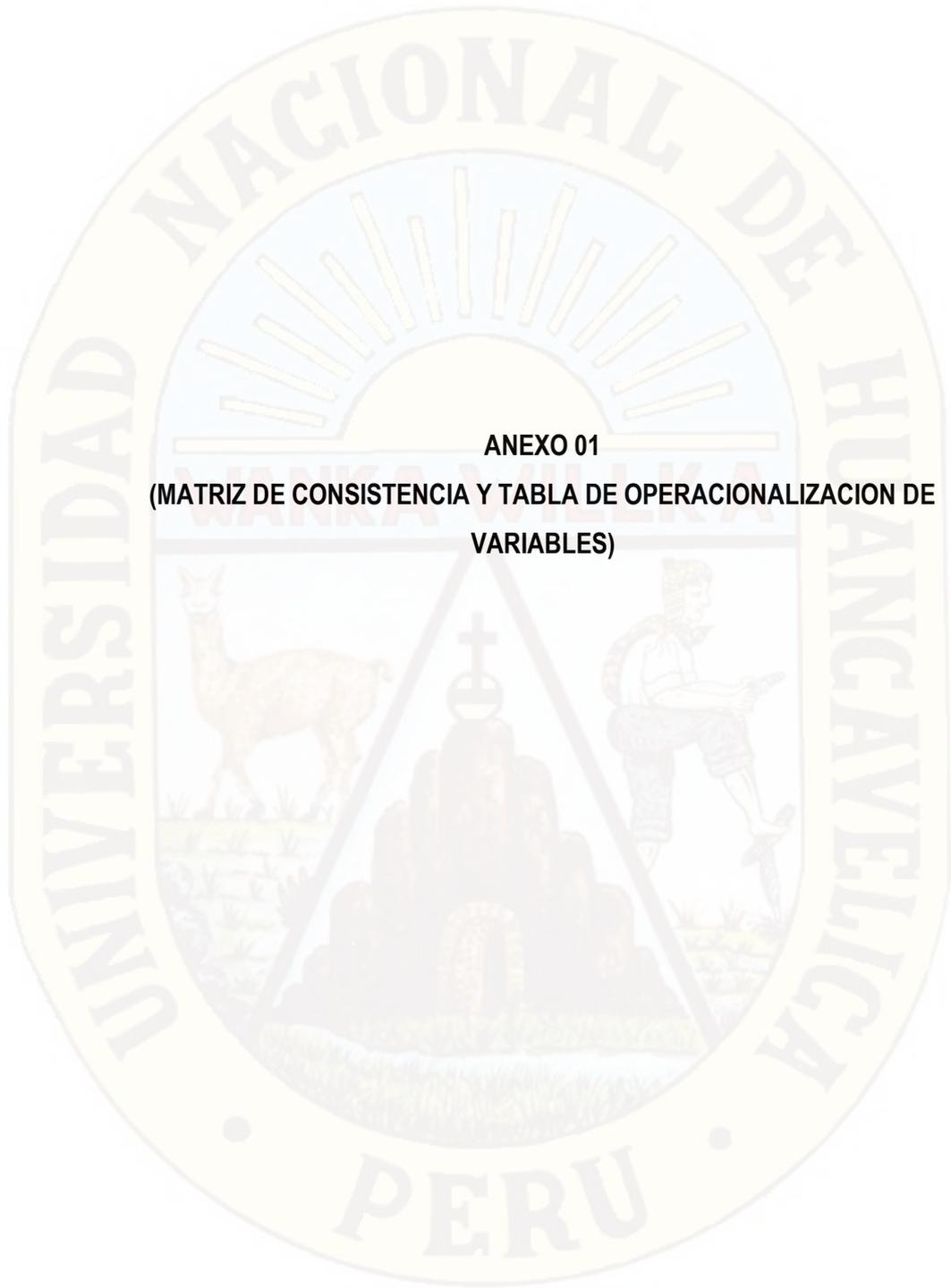
Inga Quesada, M. L. (2006). *El mercado de crédito para las micro y pequeñas empresas, en el distrito de trujillo de la región libertad*. Piura: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura.

Martínez, A. (2004). *Microcrédito y pobreza: Proyecto de desarrollo de comunidades rurales pobres*. Venezuela: Departamento de Ciencias Políticas de la Universidad Simón Bolívar.

Ulloa Saltos, Carlos Eduardo (2013). *Propuesta de evaluación de crédito para compañías comerciales y de servicios en el Ecuador*. Quito - Ecuador: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Pontífica Universidad Católica del Ecuador.

Alberto Chiavenato, administración de recursos humanos - QUINTA EDICIÓN noviembre 1999 editorial MC GRAW HILL





ANEXO 01

(MATRIZ DE CONSISTENCIA Y TABLA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES)

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

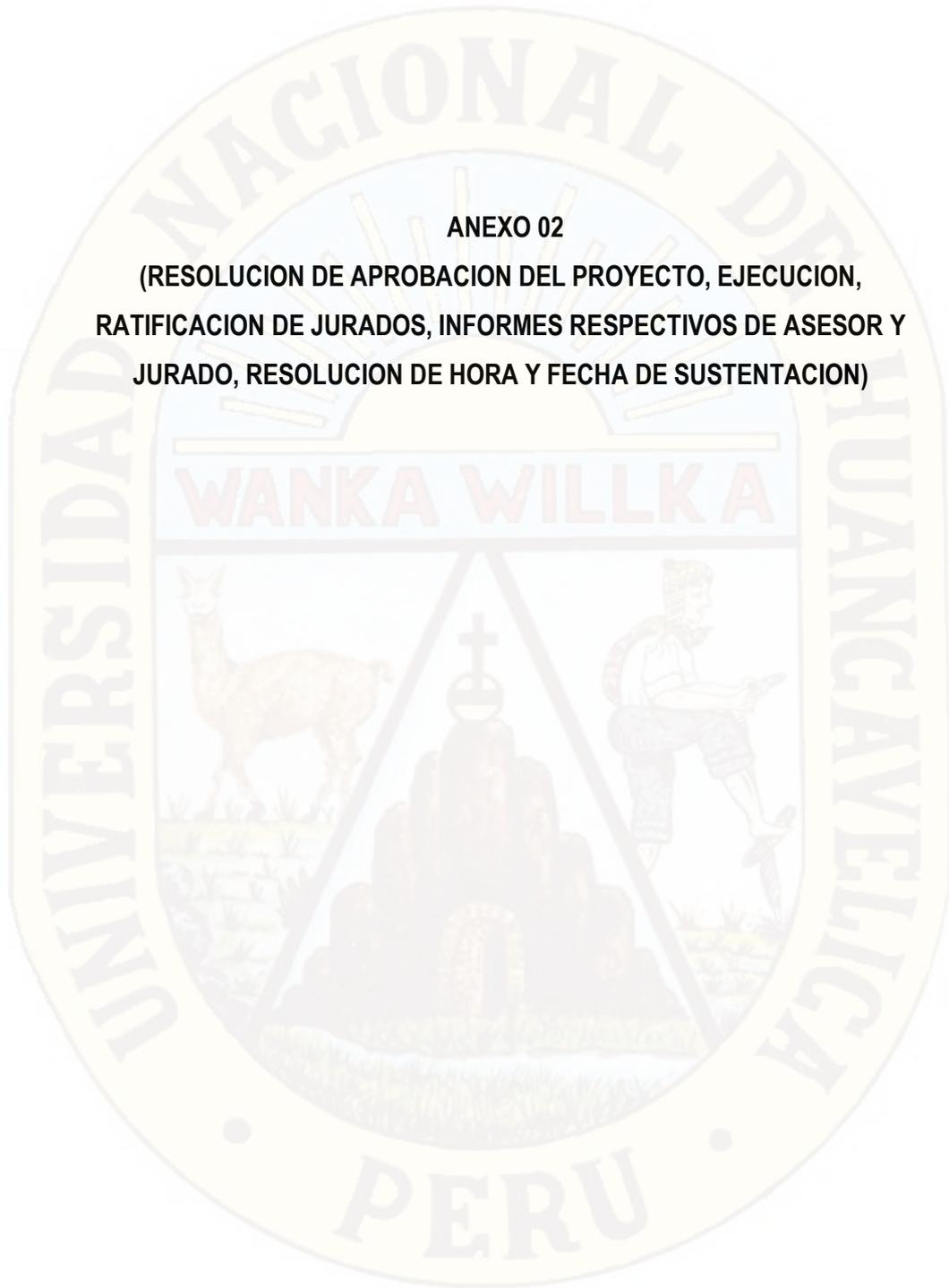
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES
CREDITO FINANCIERO	<p>Un crédito financiero es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. El monto del préstamo y los intereses que se debe pagar dependerá de factores diversos, como nuestra capacidad de pago en la fecha pactada, si anteriormente hemos sido buenos pagadores o si hay alguien que pueda responder por nosotros en caso que no podamos pagar, por citar algunos puntos que analizan las instituciones antes de efectuar un desembolso (Martínez, 2004).</p>	- Préstamo financiero	Entidad financiera (Preferencia) Monto del préstamo Plazo Intereses Garantía Trámites Requisitos
		- Inversión del préstamo	Compra de productos Utilidad del préstamo Pago de deudas Adquisición de Maquinarias Capacitación Mejora del puesto de venta Resultados (Ganancia - Pérdida)
TOMA DE DECISIONES	<p>La toma de decisiones de los comerciantes es el proceso para identificar y seleccionar un curso de acción para resolver un problema específico. Específicamente, la toma de decisiones de los comerciantes es un proceso conducido por gerentes, relacionado con terceros que también toman toma de decisiones de los comerciantes. Además, La toma de toma de decisiones de los comerciantes relaciona las circunstancias presentes de las organizaciones con acciones que la llevarán hacia el futuro. En la toma de decisiones de los comerciantes se trata con problemas. Un problema surge cuando el estado real de las cosas no se ajusta al estado deseado. La naturaleza y condiciones de las toma de decisiones de los comerciantes frente a los diferentes problemas, requieren diferentes tipos de toma de decisiones de los comerciantes(Stoner, 2009).</p>	- Acción Decisional	Diagnóstico del negocio Identifica el(los) problema(s) Plantea alternativas de solución Decide acorde el entorno Determina la mejor decisión Utiliza tecnologías (para decidir) Implementa su decisión
		- Decisor de rentabilidad	Experiencia en el negocio (tiempo) Nivel académico (Empresario) Habilidades del decisor Coordina con otros empresarios Posee información relevante (negocio) Capacitación en ventas

“CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAMELICA, 2017”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Tipo, Método y Diseño	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Técnicas de procesamiento de datos
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación del crédito financiero con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>a) ¿Cuál es la relación del préstamo financiero con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación de inversión del préstamo con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Conocer la relación del crédito financiero con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>a) Conocer la relación del préstamo financiero con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.</p> <p>b) Conocer la relación de inversión del préstamo con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.</p>	<p>Hipótesis general: La relación del crédito financiero es alta y significativa con las toma de decisiones de los comerciantes en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017. (Hi)</p> <p>Hipótesis específicos:</p> <p>a) La relación del préstamo financiero es alta y significativa con las acciones decisionales del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.</p> <p>b) La relación de inversión del préstamo es alta y significativa con las decisiones del comerciante en los puestos de ventas del mercado de abastos de Huancavelica, 2017.</p>	<p>CRÉDITO FINANCIERO</p> <p>Préstamo Financiero</p> <p>Inversión del Préstamo</p> <p>TOMA DE DECISIONES</p> <p>Acción Decisional</p> <p>Decisor de Rentabilidad</p>	<p>Entidad financiera (Preferencia) Monto del préstamo Plazo Intereses Garantía Trámites Requisitos</p> <p>Compra de productos Utilidad del préstamo Pago de deudas Adquisición de Maquinarias Capacitación Mejora del puesto de venta Resultados (Ganancia - Pérdida)</p> <p>Diagnóstico del negocio Identifica el(los) problema(s) Plantea alternativas de solución Decide acorde el entorno Determina la mejor decisión Utiliza tecnologías (para decidir) Implementa su decisión</p> <p>Experiencia en el negocio (tiempo) Nivel académico (Empresario) Habilidades del decisor Coordina con otros empresarios Posee información relevante (negocio) Capacitación en ventas</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicado</p> <p>Nivel de Investigación: Correlacional</p> <p>Método de investigación: Científico Inductivo – Deductivo Análisis - Síntesis</p> <p>Diseño de investigación: V1 r V2</p>	<p>Población: Empresarios: 668 Comerciantes</p> <p>Muestra: Empresarios: 85 Comerciantes</p>	<p>Técnicas de recopilación de datos: Encuesta Análisis Documentario</p> <p>Instrumentos de recopilación de datos: Cuestionario</p>	<p>Se utilizarán las siguientes técnicas:</p> <p>Estadística descriptiva: Las descripciones gráficas (gráfico de barras) para que a cada valor de la variable se le asigne una barra con altura equivalente a su frecuencia absoluta o porcentual; las medidas de tendencia central (media aritmética, mediana y moda) para indicar el centro del conjunto de datos de la variable; las medidas de variabilidad (desviación típica y varianza) para medir la dispersión de los datos con respecto al valor central de los datos de la variable; las medidas de forma de la distribución (Comprende las tablas y gráficos).</p> <p>Estadística inferencial: Se aplicará La prueba Rho de Spearman para contrastar la hipótesis. Con ayuda del programa estadístico IBM SPSS Statistics 22.</p>

ANEXO 02

**(RESOLUCION DE APROBACION DEL PROYECTO, EJECUCION,
RATIFICACION DE JURADOS, INFORMES RESPECTIVOS DE ASESOR Y
JURADO, RESOLUCION DE HORA Y FECHA DE SUSTENTACION)**





UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 017-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 09 de Enero del 2017

VISTO:

Hoja de Tramite del Decanato N° 3044 de fecha 30-12-2016, El Oficio N° 730-2016-EPC-DFCE/UNH de fecha 20-12-2016 presentado por la Directora de la Escuela Profesional de Contabilidad, Informe N°016-2016-JAI-EPC-FCE/UNH de fecha 13-12-2016 y la solicitud presentado por **QUISPE PORRAS KAREN DIANA y QUISPE SOTACURO NADIA**; pidiendo designación de Docente Asesor y Miembros Jurados para el Proyecto de Investigación, y;

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 83° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional a nombre de la nación aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que, el Artículo 36° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe una vez elaborada el informe y aprobado por el docente el asesor, el informe de investigación será presentado en tres ejemplares anillados a la Escuela Académico Profesional correspondiente, pidiendo revisión y declaración de apto para sustentación, por los jurados.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académico Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente

Que, el Artículo 38° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Jurado nombrado después de revisar el trabajo de investigación dictaminara en un plazo no mayor de 10 días hábiles, disponiendo su pase a sustentación o devolución para su complementación y/o corrección.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° DESIGNAR al MG. MAGNO FRANCISCO FLORES PALOMINO, como Asesor del Proyecto de Investigación Científica Titulado: "CRÉDITO COMERCIAL Y DECISIONES DE RENTABILIDAD MICROEMPRESARIAL EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2016", presentado por las bachilleres QUISPE PORRAS KAREN DIANA y QUISPE SOTACURO NADIA.





SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 017-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 09 de Enero del 2017

ARTÍCULO 2°.- DESIGNAR a los miembros Jurados del Proyecto de Investigación titulado: **“CRÉDITO COMERCIAL Y DECISIONES DE RENTABILIDAD MICROEMPRESARIAL EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2016”**, presentado por las bachilleres **QUISPE PORRAS KAREN DIANA** y **QUISPE SOTACURO NADIA**; a los siguientes docentes:

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| • DR. CARLOS LOZANO NUÑEZ | PRESIDENTE |
| • MG. VICENTE LUIS TORRES ALVA | SECRETARIO |
| • MG. LUIS ANGEL GUERRA MENENDEZ | VOCAL |
| • DR. LUIS JULIO PALACIOS AGUILAR | SUPLENTE |

ARTÍCULO 3°.- ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 4°.- NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----”



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



CPCC. LUIS ALBERTO MEDINA HERNANDEZ
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE
EPC.
Interesados
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN DE CONSEJO DE FACULTAD N° 092-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 25 de Abril del 2017.

VISTO:

Oficio Transcriptorio N° 070-2017-SD-FCE-R-UNH de fecha 25-04-2017, Oficio N° 176-2017-EPC-DFCE/UNH de fecha 25-04-2017, Informe N° 001-2017-JPT-LBS-FCE-UNH de fecha 17-04-2017, emitido por el docente asesor y miembros jurados pidiendo Aprobación del Proyecto de Investigación presentado por **QUISPE PORRAS KAREN DIANA y QUISPE SOTACURO NADIA**, y:

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 15° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 con resolución N° 001-2014-AE-UNH de fecha 18-12-2014; la autonomía es inherente a la UNH, se ejerce de conformidad con la Constitución Política del Perú, la Ley Universitaria y demás normas, la autonomía es reconocida por el estado y se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, Gubernamental, Académico, Administrativo y Económico.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académica Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente.

Que, el Artículo 34° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Proyecto de Investigación aprobado, será remitido al Decanato, para que esta emita Resolución de aprobación e inscripción; previa ratificación del consejo de facultad; el graduado procederá a desarrollar el trabajo de investigación, con la orientación del Profesor Asesor. El docente asesor nombrado es responsable del cumplimiento de la ejecución y evaluación del trabajo de investigación.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad.

Que, estando a lo acordado por el Consejo de Facultad en su Sesión Ordinaria del día 25-04-2017;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1° APROBAR e INSCRIBIR el Proyecto de Investigación Científica titulado: **"CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2017"** presentado por las bachilleres **QUISPE PORRAS KAREN DIANA y QUISPE SOTACURO NADIA**.

ARTÍCULO 2° ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 3° NOTIFIQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----"



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



MG. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0655-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 23 de Agosto del 2017

VISTO:

Hoja de Tramite del Decanato N° 2041 de fecha 18-08-2017; Oficio N° 0440-2017-EPC-DFCE/UNH de fecha 17-08-2017, Informe N° 017-2017-MFFP-EAPC-FCE-UNH de fecha 07-08-2017; presentado por los bachilleres **QUISPE PORRAS KAREN DIANA Y QUISPE SOTACURO NADIA**; solicitando la Ratificación de los Miembros del Jurado para la revisión del informe final de tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regimenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 83° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional a nombre de la nación aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que, a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que, el Artículo 36° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe una vez elaborada el informe y aprobado por el docente el asesor, el informe de investigación será presentado en tres ejemplares anillados a la Escuela Académico Profesional correspondiente, pidiendo revisión y declaración de apto para sustentación, por los jurados.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académico Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente

Que, el Artículo 38° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Jurado nombrado después de revisar el trabajo de investigación dictaminara en un plazo no mayor de 10 días hábiles, disponiendo su pase a sustentación o devolución para su complementación y/o corrección.

Que mediante Informe N° 017-2017-MFFP-EAPC-FCE-UNH-CLN de fecha 07-08-2017 emitido por el docente asesor **MG. MAGNO FRANCISCO FLORES PALOMINO** donde emite el resultado final de Aprobación de la Tesis Titulado: **"CREDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAMELICA, 2017"** presentado por los bachilleres **QUISPE PORRAS KAREN DIANA Y QUISPE SOTACURO NADIA** para optar el Título Profesional de Contador Público.





SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0655-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 23 de Agosto del 2017

En uso de las atribuciones establecida por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° RATIFICAR a los Miembros de Jurado para la Revisión del informe final de la tesis Titulado: **“CREDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAMELICA, 2017”** presentado por los bachilleres **QUISPE PORRAS KAREN DIANA Y QUISPE SOTACURO NADIA** para optar el Título Profesional de Contador Público; a los siguientes docentes:

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| • DR. CARLOS LOZANO NUÑEZ | PRESIDENTE |
| • MG. VICENTE LUIS TORRES ALVA | SECRETARIO |
| • MG. LUIS ANGEL GUERRA MENDENDEZ | VOCAL |
| • DR. LUIS JULIO PALACIOS AGUILAR | SUPLENTE |

ARTÍCULO 2°.- ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 3°.- NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----”



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



MG. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE.
Interesado
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0837-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 30 de Octubre del 2017

VISTO:

Hoja de Tramite N° 2662 de fecha 26-10-2017, Solicitud S/N. de fecha 25-10-2017, presentado por las Bachilleres en Ciencias Contables **QUISPE PORRAS KAREN DIANA Y QUISPE SOTACURO NADIA**; pidiendo programación de fecha y hora para sustentación de tesis para Optar el Título Profesional de Contador Público; y:

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 83° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional a nombre de la nación aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que, en virtud al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado con Resolución N° 574-2010-R-UNH, en su Artículo N° 39 si el graduado es declarado Apto para sustentación (por unanimidad o mayoría), solicitara al Decano de la Facultad para que fije lugar, fecha y hora para la sustentación. La Decanatura emitirá la Resolución fijando fecha hora y lugar para la sustentación, asimismo entregará a los jurados el formato del acta de evaluación.

Que con el OFICIO N° 554-2017-EPC-DFCE/UNH de fecha 16-10-2017, Informe N° 015-2017-JPT-LBS-FCE-UNH de fecha 21-09-2017, los docentes miembros del jurado evaluador emiten informe de aprobación del informe final de tesis titulado **"CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAMELICA, 2017"**, dando pase a sustentación.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- PROGRAMAR la fecha y hora para la Sustentación Vía Tesis titulada: **"CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCAMELICA, 2017"**, presentado por las Bachilleres en Ciencias Contables **QUISPE PORRAS KAREN DIANA Y QUISPE SOTACURO NADIA**; para el día Martes 07 de Noviembre del 2017 a horas 08:30 a.m. en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales.





SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0837-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 30 de Octubre del 2017

ARTICULO 2° ENCARGAR al Presidente del Jurado el cumplimiento de la presente Resolución y la remisión del acta y documentos sustentatorios al Decanato para su registro y trámite correspondiente.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----”

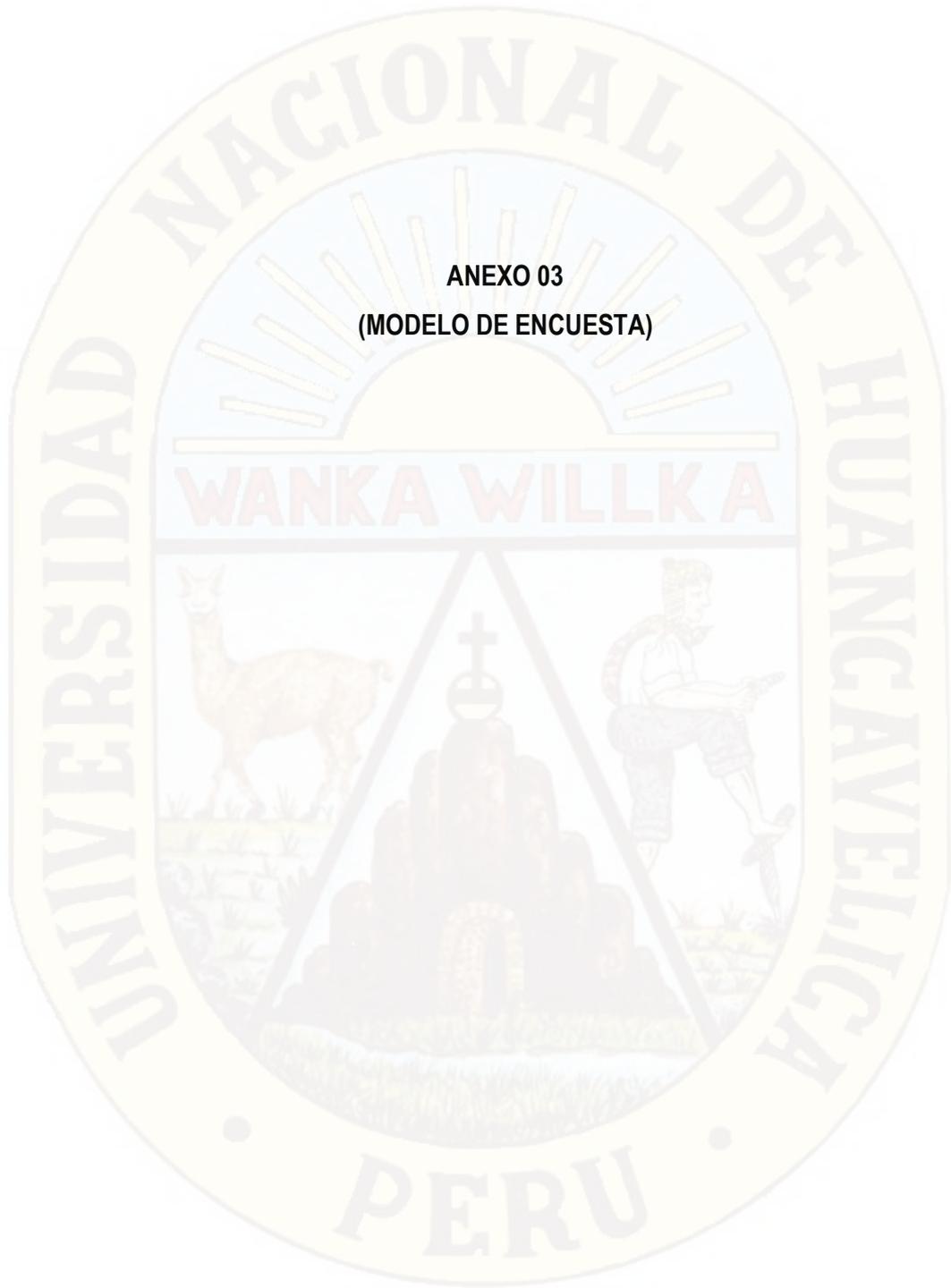


Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



Dr. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE.
Jurados
Archivos



ANEXO 03
(MODELO DE ENCUESTA)



CUESTIONARIO

Estimado COMERCIANTE, estamos realizando un trabajo de investigación sobre “CRÉDITO FINANCIERO Y TOMA DE DECISIONES DE LOS COMERCIANTES EN PUESTOS DE VENTAS DEL MERCADO DE ABASTOS DE HUANCVELICA, 2017” en tal sentido le pedimos su colaboración para responder el presente cuestionario, agradeciéndole anticipadamente por sus respuestas marcadas. El cual, será totalmente confidencial y anónima para efectos de investigación.

Instrucciones: Marque una sola respuesta con un aspa en la alternativa de cada pregunta que usted crea conveniente, evite borrones y/o enmendaduras. Utilizar las siguientes alternativas:

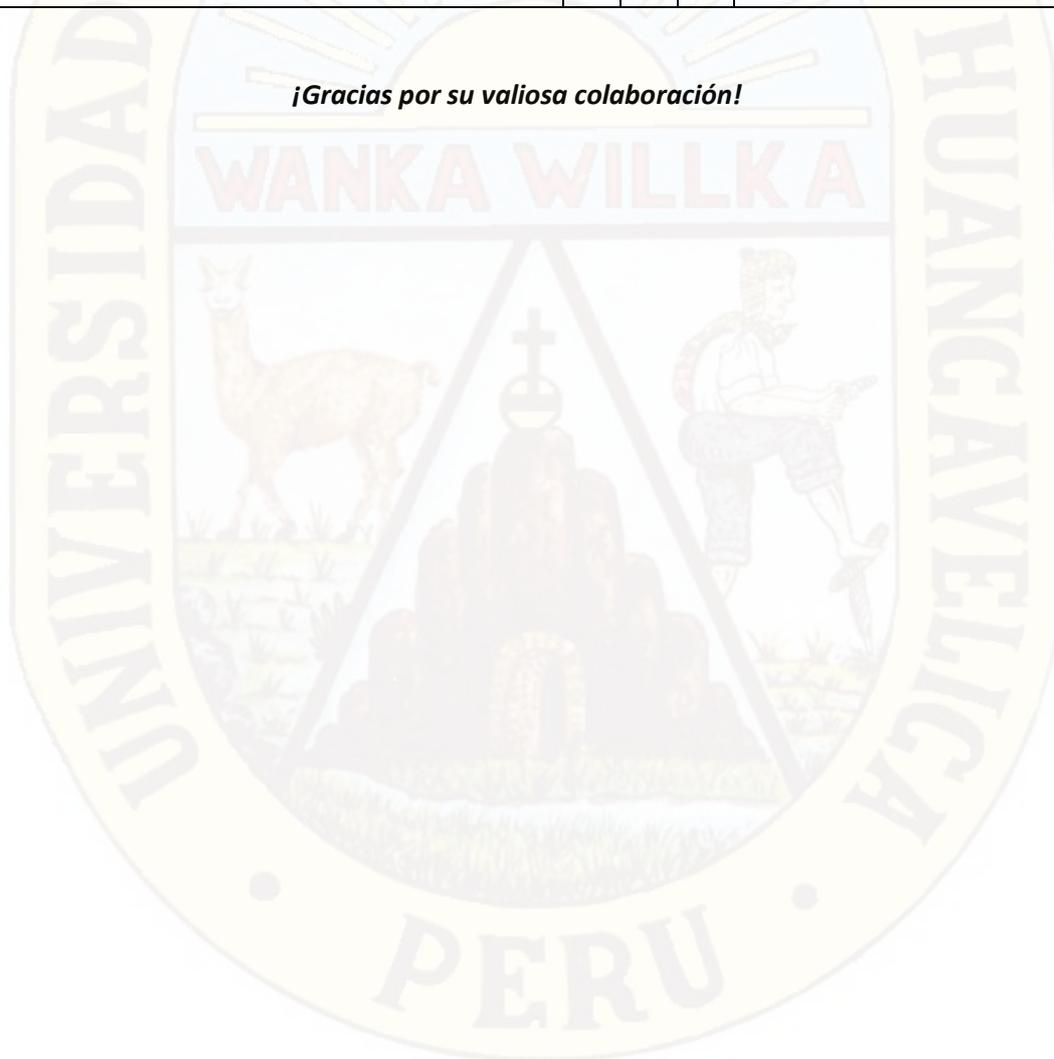
1 Si
2 No
3 Desconoce

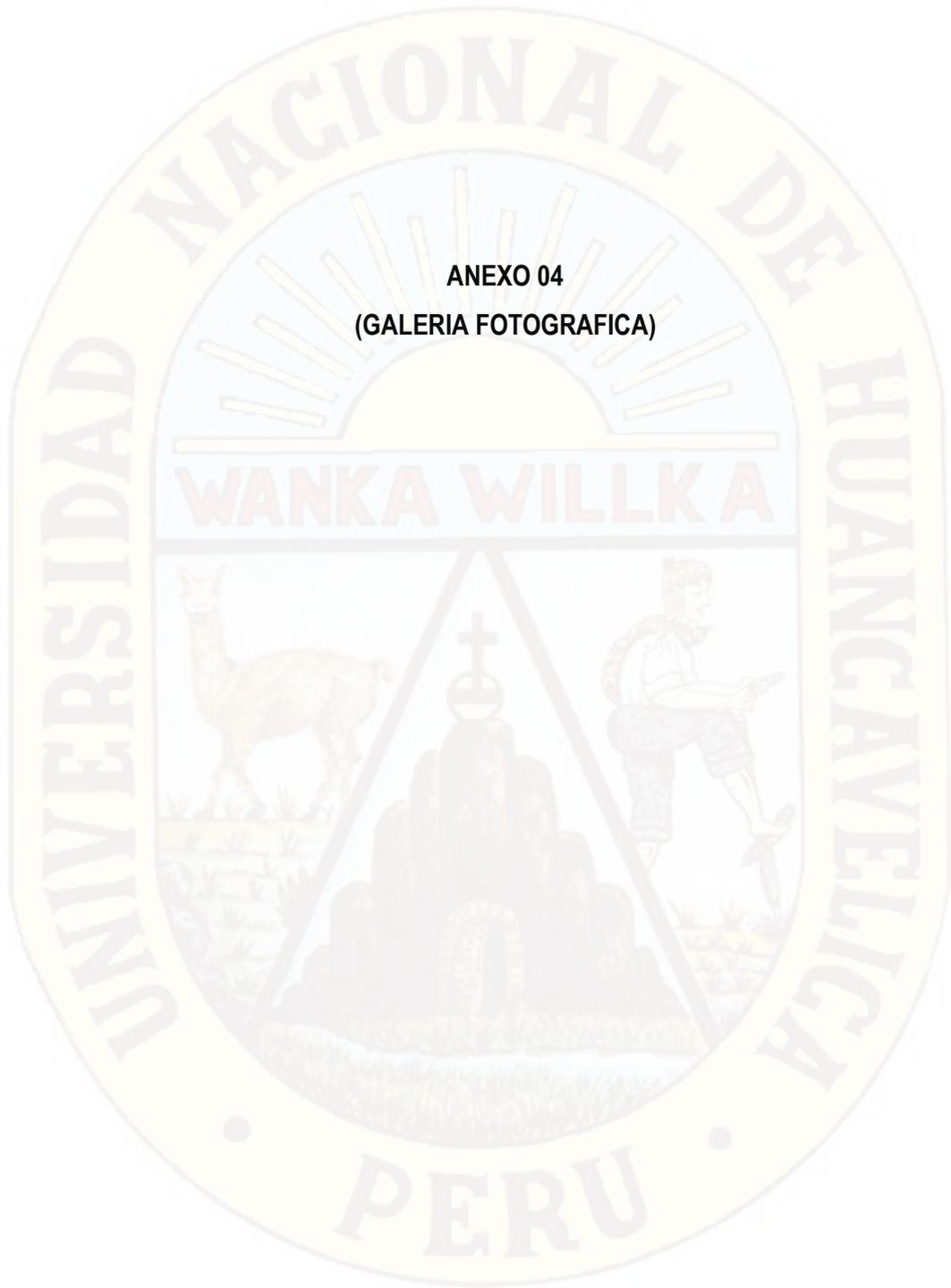
¿QUÉ NEGOCIO TIENE?

		SI	NO	D	PRECISIONES EN CASO DE SI
CREDITO FINANCIERO					
1	¿Solicita su préstamo de dinero en las cajas municipales?				En cuál:
2	¿Le aceptaron su préstamo solicitado?				Indique monto: S/.
3	¿Solicitó su préstamo mayor a un año?				Indique el plazo:
4	¿Los intereses que le cobran por su préstamo son elevados?				Indique la tasa:
5	¿Le solicitan garantía para otorgarle el préstamo?				Cuáles:
6	¿Realiza muchos trámites al solicitar su préstamo?				Le satisface:
7	¿Considera que Ud. cumple sus pagos puntualmente?				Aún debe:
8	¿Le solicitan muchos requisitos para otorgarle el préstamo?				Le satisface:
9	¿Le atienden rápido al solicitar sus préstamos?				Le satisface:
10	¿Ud. tiene deudas o es moroso de préstamos recibidos?				Porqué:
11	¿Compra sus mercaderías o productos con el préstamo solicitado?				Le satisface:
12	¿El préstamo solicitado es de mucha utilidad?				Le satisface:
13	¿Ud. Paga sus deudas con el préstamo recibido?				Le satisface:
14	¿Compra maquinarias o equipos con el préstamo solicitado?				Cuáles:
15	¿Con el préstamo recibido Ud. se capacita?				En qué:
16	¿Con el préstamo recibido realiza mejoras de su puesto de venta?				En qué:
17	¿Con el préstamo recibido obtiene ganancias?				Cuánto:
TOMA DE DECISIONES					
18	¿Ud. realizó un diagnóstico de su negocio?				En qué año:
19	¿Ud. identifica los problemas que tiene en su negocio?				Lo soluciona:
20	¿Ud. plantea alternativas de solución frente a los problemas sucedidos?				Es difícil:
21	¿Frente a un problema de negocio decide acorde a la				Es difícil:

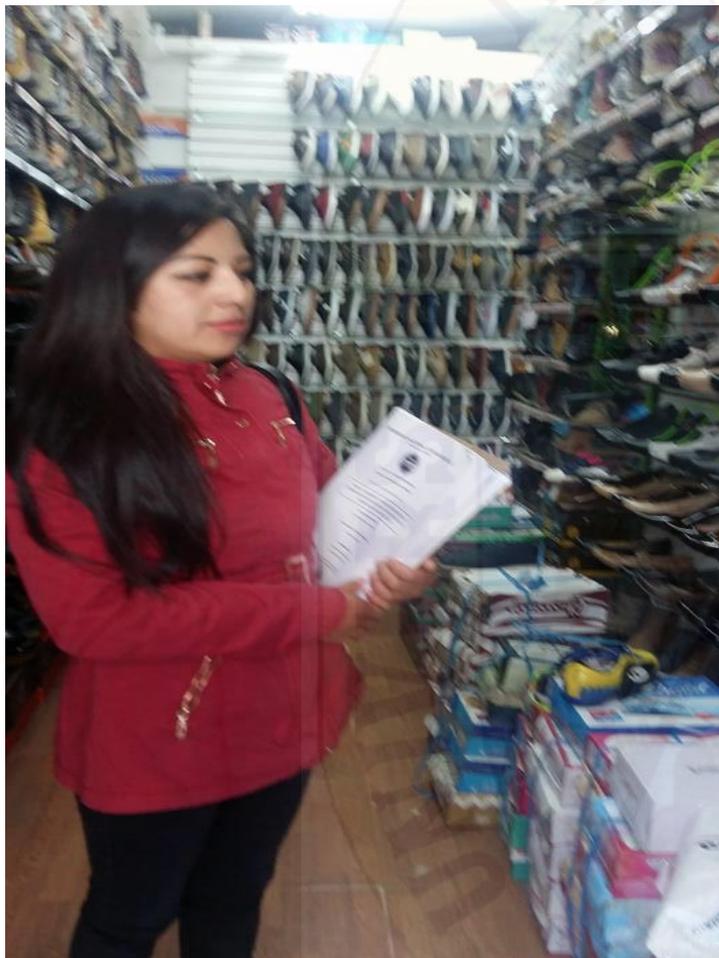
	realidad?				
22	¿Frente al problema de negocio escoge la mejor solución?				Es difícil:
23	¿Utiliza computadoras o tecnologías al decidir?				Le ayuda:
24	¿Frente al problema solucionado lo aplica en la realidad?				Es difícil:
25	¿Ud. tiene amplia experiencia en su negocio?				Cuántos años:
26	¿Tiene estudios técnicos o universitarios?				Cuáles:
27	¿Considera que para el negocio es necesario tener habilidades?				Cuáles:
28	¿Intercambia experiencias o conocimientos con otros negociantes				Le ayudan:
29	¿Considera importante tener información contable de un negocio				Tiene su contador:
30	¿En los últimos meses se ha capacitado en ventas exitosas				Le ayuda:

¡Gracias por su valiosa colaboración!





ANEXO 04
(GALERIA FOTOGRAFICA)



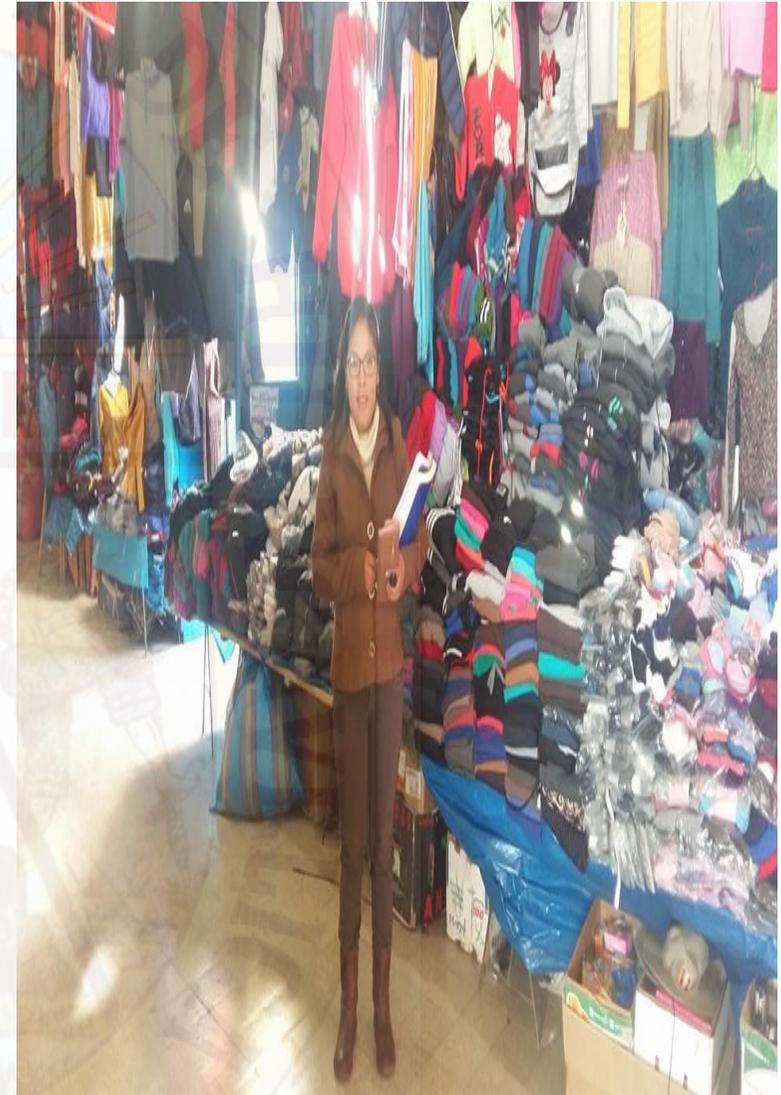
Visita al mercado de abastos a realizar la encuesta en los diferentes áreas zapatos sección papa.



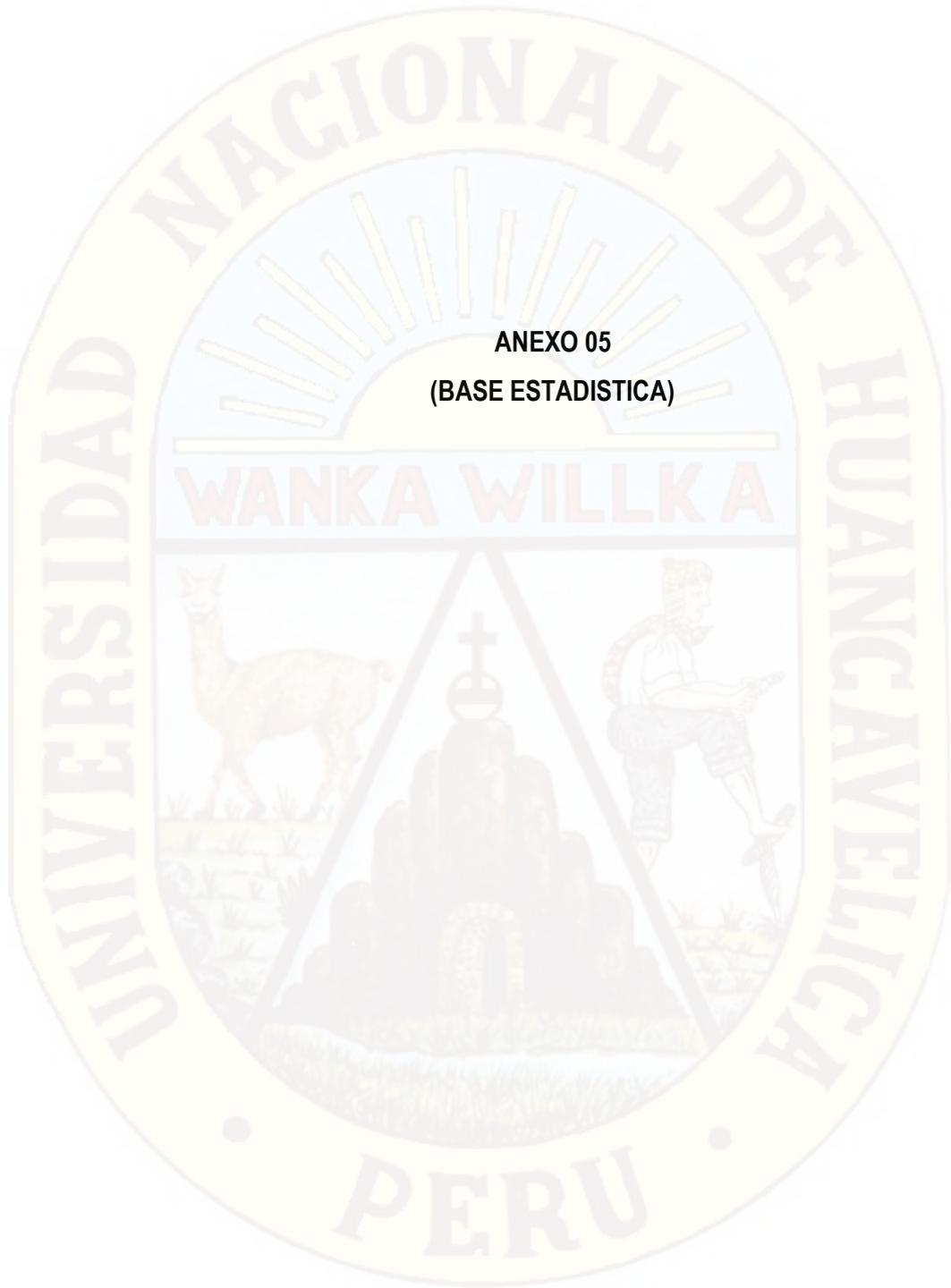
Visita al mercado de abastos a realizar la encuesta en las diferentes áreas ropa y sección carne.



Visita al mercado de abastos a realizar la encuesta en las diferentes áreas maíz y trigos papa y sección carne.



Visita al mercado de abastos a realizar la encuesta en las diferentes áreas maíz y trigos papa y sección ropa.



ANEXO 05
(BASE ESTADISTICA)

BASE DE DATOS

N	Préstamo financiero										Tot1		Inversión del préstamo					Tot2		Var1		Acción decisional					Tot1		Decisor de rentabilidad					Tot2		Var2									
1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	0	0	1	1	1	3	2	0	1	0	0	0	0	1	1	4	1			
2	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	0	0	0	1	1	1	3	2	8	2	1	0	0	0	1	1	1	4	2	1	0	0	0	0	1	2	1	6	2			
3	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	1	1	0	1	0	1	0	4	2	1	1	0	1	1	1	1	5	3	9	3		
4	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	7	3	1	1	1	0	0	1	1	5	2	12	3	0	1	1	0	0	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	10	3		
5	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	1	1	1	4	2	0	1	0	1	1	0	1	1	0	3	2	7	2	
6	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	1	0	1	1	5	3	8	2	
7	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	6	2	0	1	1	0	0	1	1	4	2	10	2	0	1	0	0	1	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	0	1	4	2	8	2	
8	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	0	1	3	2	8	2	0	0	1	0	0	1	1	3	2	1	1	0	0	1	0	3	2	6	2			
9	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1			
10	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	0	3	2	8	2	0	0	1	0	1	1	0	3	2	0	1	0	1	0	1	0	1	3	2	6	2	
11	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	0	3	2	8	2	1	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	0	0	0	1	3	2	7	2			
12	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	1	0	0	1	1	1	4	2	1	0	0	1	1	1	1	4	2	8	2		
13	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	0	0	1	3	2	8	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	4	2	6	2
14	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	0	1	0	0	1	1	1	4	2	10	2	0	1	0	0	1	1	0	4	2	1	1	1	1	0	1	5	3	9	3			
15	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	0	3	2	8	2	0	0	1	0	1	1	1	4	2	0	1	0	1	1	1	1	4	2	8	2		
16	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	1	0	0	1	1	3	2	1	1	0	1	1	0	4	2	7	2			
17	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	1	1	0	1	0	3	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	9	3		
18	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	1	0	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	0	1	1	1	4	2	1	0	1	1	1	1	0	4	2	8	2			
19	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	9	2	0	0	0	1	1	1	0	3	2	1	0	0	1	1	1	1	4	2	7	2		
20	0	1	0	1	1	1	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	1	1	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	0	1	4	2	8	2		
21	1	1	1	1	1	0	0	0	0	5	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	9	2	0	1	0	1	0	1	1	4	2	1	1	0	1	1	1	1	5	3	9	3			
22	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	4	2	1	1	0	0	1	0	0	3	2	7	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1			
23	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	5	2	1	0	0	1	0	1	1	4	2	9	2	0	1	0	0	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	5	3	7	2			
24	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	7	3	1	1	1	1	0	1	1	6	3	13	3	0	0	1	1	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	6	3	11	3			
25	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	9	2	0	0	0	1	1	1	4	2	0	1	0	1	1	1	1	4	2	8	2			
26	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	4	2	1	1	0	0	0	0	1	3	2	7	2	0	0	0	0	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	3	1			
27	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	6	2	1	1	0	0	1	0	0	1	4	2	10	2	0	0	1	1	1	0	1	4	2	1	1	0	1	1	0	4	2	8	2		
28	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	6	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1		
29	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	6	2	1	0	0	1	0	1	1	4	2	10	2	1	1	0	0	1	0	1	4	2	0	1	1	0	0	1	3	2	7	2			
30	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	5	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	9	2	0	0	0	0	1	1	1	3	2	0	1	0	1	1	1	4	2	7	2			
31	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	4	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	7	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	3	1			
32	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	1	0	1	1	1	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3			
33	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	9	2	0	0	0	0	1	1	1	3	2	1	1	0	0	1	1	4	2	7	2			
34	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	10	2	1	0	0	1	1	0	1	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3			
35	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	5	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	9	2	0	1	1	0	1	1	1	5	2	1	1	1	0	0	1	4	2	9	3			
36	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	0	0	1	0	0	2	1	4	1			
37	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	9	2	0	1	0	0	1	1	0	3	2	1	0	0	1	0	1	3	2	6	2			
38	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	1	1	1	0	0	0	1	4	2	9	2	0	0	1	0	1	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	4	2	8	2			
39	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	6	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	1	0	1	1	1	4	2	0	1	0	1	1	1	4	2	8	2			
40	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	7	3	1	1	0	0	1	1	1	5	2	12	3	0	1	0	0	1	1	1	4	2	1	0	1	1	0	1	4	2	8	2			
41	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	5	2	1	0	1	0	1	1	0	4	2	9	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	0	1	0	1	1	1	4	2	8	2			
42	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	1	1	1	4	2	0	1	0	1	1	1	4	2	8	2				

N	Préstamo financiero										Tot1	Inversión del préstamo					Tot2	Var1	Acción decisional					Tot1	Decisor de rentabilidad					Tot2	Var2													
43	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	5	2	1	0	0	0	0	1	1	3	2	8	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	3	1			
44	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	5	2	1	1	0	0	1	0	0	3	2	8	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	2	1	4	1		
45	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	0	0	1	3	2	8	2	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	0	0	2	1	4	1		
46	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	1	0	0	1	3	2	8	2	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	2	1	4	1		
47	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	1	0	0	1	1	1	4	2	7	2		
48	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	6	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	4	2	8	2			
49	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	1	0	0	0	1	1	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3			
50	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	4	2	6	2		
51	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	6	2	1	1	1	0	0	0	1	4	2	10	2	0	1	1	0	0	1	1	4	2	1	1	0	1	1	0	4	2	8	2		
52	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	7	3	1	1	0	0	1	1	1	5	2	12	3	1	1	0	0	1	1	1	5	2	1	1	1	0	1	1	5	3	10	3		
53	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	7	3	1	1	0	0	1	1	1	5	2	12	3	1	0	1	0	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	6	3	11	3		
54	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	6	2	1	0	1	0	0	1	1	4	2	10	2	0	1	1	1	1	0	4	2	1	0	0	0	1	1	3	2	7	2			
55	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	4	2	1	1	0	0	0	0	0	2	1	6	2	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1		
56	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	7	3	1	1	0	1	1	1	1	6	3	13	3	1	1	0	1	1	1	6	3	1	1	1	1	1	1	1	6	3	12	3		
57	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	9	3	1	1	1	0	1	1	1	6	3	15	3	1	1	0	1	1	1	6	3	1	1	1	1	1	1	1	6	3	12	3		
58	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	7	3	1	1	0	1	0	1	1	5	2	12	3	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	10	3		
59	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	4	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	6	2	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1		
60	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	1	0	0	1	1	1	5	2	0	1	0	0	1	1	3	2	8	2			
61	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	0	1	1	3	2	0	1	0	1	1	1	4	2	7	2			
62	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	4	2	8	2		
63	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	0	0	0	1	1	1	4	2	10	2	0	0	1	0	1	0	3	2	1	1	1	0	0	1	4	2	7	2			
64	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	7	3	1	1	0	1	0	1	1	5	2	12	3	1	1	1	0	1	1	1	6	3	0	1	0	1	1	1	4	2	10	3		
65	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	7	3	1	1	0	0	1	1	1	5	2	12	3	1	0	0	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	11	3		
66	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	6	2	1	1	1	0	0	1	0	4	2	10	2	0	0	1	1	1	1	0	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3		
67	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	2	1	5	2		
68	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	5	2	1	1	1	0	0	0	0	3	2	8	2	0	0	1	0	1	0	3	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	5	2		
69	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	5	2	1	0	0	0	1	1	0	3	2	8	2	1	0	0	0	1	0	3	2	1	0	0	1	0	0	2	1	5	2			
70	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	7	3	0	1	1	0	1	1	1	5	2	12	3	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	10	3		
71	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	6	2	1	1	0	0	1	1	0	4	2	10	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	1	0	1	1	0	1	4	2	7	2		
72	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	4	2	0	0	1	0	0	1	0	2	1	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1		
73	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	1	0	0	0	1	1	4	2	10	2	0	1	0	1	1	1	5	2	1	0	1	1	0	1	1	0	1	4	2	9	3
74	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	4	2	0	1	0	0	0	0	1	2	1	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	
75	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4	2	1	1	0	0	0	1	0	3	2	7	2	0	1	0	0	1	0	3	2	0	0	0	0	1	0	1	1	4	1	1		
76	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	7	3	1	1	0	1	0	1	1	5	2	12	3	1	1	1	0	1	1	1	6	3	1	1	1	1	1	1	1	6	3	12	3	
77	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	7	3	1	1	1	0	0	1	1	5	2	12	3	0	1	0	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	11	3		
78	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	6	2	1	0	0	0	1	1	1	4	2	10	2	0	0	0	1	1	1	4	2	1	0	0	1	1	1	1	4	2	8	2		
79	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	6	2	0	1	1	0	0	1	1	4	2	10	2	0	0	0	0	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	0	5	3	8	2		
80	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	1	1	3	2	8	2	0	1	0	0	1	0	1	3	2	1	0	0	0	0	1	2	1	5	2	2	
81	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	6	2	1	1	0	1	0	0	1	4	2	10	2	0	0	1	0	1	1	1	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3		
82	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	7	3	1	1	1	0	0	1	1	5	2	12	3	1	0	1	1	1	1	6	3	1	1	1	1	1	1	1	6	3	12	3		
83	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	5	2	1	1	0	0	0	0	1	3	2	8	2	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	5	3	7	2		
84	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1		
85	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	6	2	1	1	1	0	0	1	1	5	2	11	2	1	0	0	1	1	1	0	4	2	1	1	0	1	1	1	5	3	9	3		