

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS



TESIS:

“CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA EN EL DISTRITO DE
YARINACocha, 2016”

PARA OBTENER EL TITULO

PROFESIONAL DE

CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

Bach. Luis Enrique Soria Saldaña

ASESOR:

DR. TTITO QUISPE, JESUS

PUCALLPA- PERU

2016

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por guiarme por el sendero del bien; a mis padres, por su apoyo, moral y económico quienes hicieron posible la culminación de mi carrera profesional.

Luis Enrique.

AGRADECIMIENTO

El especial reconocimiento a los empresarios del Distrito de Yarinacocha, por su constante apoyo en la realización de la investigación.

Así mismo a mis padres por su apoyo constante y desinteresado, por compartir sus conocimientos y contribuir en mi formación profesional.

A los catedráticos de la Universidad Alas Peruanas , por el interés que pusieron en mi carrera profesional y por sus sabios consejos que recibí para superarla.

El autor.

RESUMEN

Actualmente existen cambios radicales en la vida empresarial, por tal motivo, Los pequeños empresarios del Distrito de Yarinacocha, conformada por 20 empresarios, en el presente trabajo se investigó el crecimiento de las pequeñas empresas en el Distrito de Yarinacocha. En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de recolección de datos con su instrumento encuesta cuestionario adecuado para lograr los objetivos trazados. Del análisis realizado, se obtuvo como resultado que la mayor parte de las pequeñas empresas están expuestas a seguir creciendo ya que tienen conocimientos adecuados sobre sus empresas dicho tema pueden ocasionar, interés. En el presente trabajo de investigación se ha cumplido con el logro del objetivo general y los objetivos específicos al 100% llegando a la conclusión que las pequeñas empresas crecen de acuerdo a sus dimensiones como Dirección empresarial, organización empresarial, comercial y el financiamiento, los mismos que están relacionados con el marco teórico y con la variable en estudio.

Este estudio, explora, la pequeña empresa y las dimensiones, que inciden en el crecimiento de las pequeñas empresas, donde el empresario/gerente es un elemento fundamental para crear valor a la empresa. La metodología aplicada en el presente trabajo se desarrolló mediante un estudio cuantitativo. Los datos recolectados se obtuvieron mediante un cuestionario con su respectiva prueba de validez y confiabilidad. Las respuestas a los ítems están estructuradas de acuerdo con la escala de Likert. Los datos se examinaron mediante el paquete estadístico SPSS, realizando una regresión lineal múltiple, se llevó a cabo las pruebas por dimensión de la variable crecimiento de las pequeñas empresas, la distribución normal de los datos, la heterogeneidad y la linealidad. Los resultados de la presente investigación, muestran la significancia de la variable, crecimiento de la pequeña empresa, tienen un impacto positivo en el desarrollo de las pequeñas empresas, son dimensiones significativas en una muestra de 20 empresas a empresarios/gerentes. Finalmente, para conocer cuáles de las cuatro dimensiones considerados en la variable crecimiento de las pequeñas

empresas, los empresario consideran, las dimensiones más significativas en el crecimiento de las pequeñas empresas, se realizó una estadística y los resultados obtenidos que favorecen el crecimiento de las pequeñas empresas son las dimensiones, organización empresarial y comercial. Los conocimientos y la capacidad administrativa de acuerdo a la percepción de los empresarios/gerentes de las pequeñas empresas del Distrito de Yarinacocha.

El autor.

INTRODUCCIÓN

El Crecimiento de la pequeña empresa forman parte importante en el desarrollo de cualquier economía, en el Distrito de Yarinacocha no es la excepción. En las siguientes páginas se encuentra la revisión de la literatura reciente sobre el crecimiento de la pequeña empresa cuyo objetivo central consiste en determinar el crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha y las dimensiones que cada de uno de ellos que tiene para el crecimiento de las pequeñas empresas. El trabajo de investigación trata de aportar algunas soluciones a mejorar este segmento empresarial, que al final corresponde al Estado formular y aplicar políticas complementarias a las que ya se han dictado, pero que no han sido debidamente implementadas por la falta de capacidad económica del país, por tal motivo se describe la problemática, para crear alternativas de soluciones para el crecimiento ordenado de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha.

Los problemas más saltantes que se ha presentado en la investigación realizada, se deben en parte a la responsabilidad del propio empresario del Distrito de Yarinacocha, quienes con su antagonismo a lo que significa modernidad, técnica, crecimiento de la pequeña empresa en un mercado tan difícil, como el peruano y en especial al Distrito de Yarinacocha, estos problemas, son propios de un entorno con recesión económica, falta de poder adquisitivo, baja productividad y presión tributaria por parte del Estado, se piensa que la interacción informal de la gran mayoría de comerciantes de nuestro Distrito, genera parte de la problemática del crecimiento de la pequeña empresa, al menos es lo que se nota en nuestro medio.

La tesis encierra una serie de consideraciones propias de la actividad que se ha investigado, y es que en el Capítulo I, se integra el planteamiento del problema por la que se está pasando actualmente el crecimiento de la pequeña empresa, para llegar a determinar los objetivos de la investigación, y poder presentar la justificación del estudio.

El Capítulo II, crea las condiciones del Marco Teórico, en la que se menciona los antecedentes del estudio para poder considerar las bases teóricas.

El Capítulo III, se considera la metodología de la investigación, donde se integra, el ámbito del estudio, el tipo, nivel, método, y el diseño de la investigación, así mismo la población, muestra, muestreo, como las técnicas e instrumentos y los procedimientos de recolección de datos; así como las técnicas de procesamientos y análisis de datos.

El Capítulo IV, Se presenta los resultados y la discusión del estudio.

Así también indicamos las conclusiones, recomendaciones, referencia bibliográfica y los anexos.

El autor.

INDICE

Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Introducción	vi

Capítulo I: Problema

1.1. Planteamiento del Problema.....	12
1.2. Formulación del Problema.....	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problema Especifico	14
1.3. Objetivo	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos específicos	15
1.4. Justificación.....	15

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases Teóricas	25
2.2.1. Concepto Características y Fines.....	25
2.2.2. Características.....	26
2.2.3. Fines de Micro y Pequeñas Empresas.....	27
2.3. Impacto socioeconómico de las pequeñas empresas....	27
2.3.1. En el Mundo	27
2.3.2. La situación del micro y pequeña empresa en América Latina	29
2.4. En el Perú	31
2.5. En el Departamento de Ucayali	34

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1. Ámbito del Estudio	47
3.2. Tipo de Investigación.....	47
3.3. Nivel de Investigación.....	47
3.4. Método de la Investigación.....	48

3.5. Diseño de la Investigación	48
3.6. Población, Muestra, Muestreo	49
3.6.1. Población.....	49
3.6.2. Muestra.....	49
3.6.3. Muestreo.....	50
3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	50
3.7.1. Técnicas.....	50
3.7.2. Instrumentos.....	50
3.8. Procedimientos de Recolección de datos.....	50
3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	51

Capítulo IV: Resultados

4.1. Presentación de Resultados	52
4.2. Discusión.....	59
Conclusiones	62
Recomendaciones	63
Referencia Bibliográfica	64
Anexos	65
Anexo N° 1. Instrumento de recolección de datos	66
Anexo N° 2. Matriz de Consistencia	67

Índice de Gráficos

	Página
Grafico N° 01. Superposición de la Familia y la empresa	37
Grafico N° 02. Competencia entre el Negocio y la familia	38
Grafico N° 03. Patrones Culturales	43

Índice de tablas

	Página
Tabla 1. Resultado: Crecimiento de la pequeña empresa	52
Tabla 2. Resultado Dirección Empresarial	53
Tabla 3. Resultado Organización Empresarial	54
Tabla 4. Resultado Comercial	55
Tabla 5. Resultado de Financiamiento	56
Tabla 6. Crecimiento de la pequeña empresa	57
Tabla 7. Dimensiones del crecimiento de la pequeña empresa	58

Índice de figuras

	Página
Figura 1. Resultado Dirección Empresarial	53
Figura 2. Resultado Organización Empresarial	54
Figura 3. Resultado Comercial	55
Figura 4. Resultado Financiero	56
Figura 5. Crecimiento de la pequeña empresa	57
Figura 6. Crecimiento de la pequeña empresa-Frecuencias	58

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.

Las tendencias mundiales actuales en el campo empresarial reconocen en las pequeñas y medianas empresas (MYPES) una parte fundamental de la economía de cualquier nación. Los trabajos consultados revelan que más del 98% del universo de empresas formales e informales en los distintos países se ubican en este grupo, participando también de forma muy elevada en las ventas totales, las exportaciones, el PIB y el empleo (Marcelo, 1999; Echevarría, 1999). Cualquier dificultad general en estas organizaciones menores repercute desfavorablemente en los indicadores macroeconómicos y sociales del país de que se trate. En tal sentido, es indudable que un argumento sobre la importancia de las MYPES transita precisamente por este punto en particular, es decir la innovación y su rol en el enfrentamiento de los retos de la competitividad, dado que estas organizaciones tienen un papel mayoritario en el tejido productivo y empresarial. Por otra parte, es necesario tomar los avanzados dirigidos a la producción, ven considerablemente dificultado su avance hacia la frontera tecnológica

deseable. Las fuertes restricciones de financiamiento, aún y cuando estas se han ido aliviando algo con la ayuda gubernamental de los países, es uno de los factores. Complementariamente, la realidad de estas unidades productivas, al menos en los países en desarrollo, indican que por las condiciones económicas prevalecientes estas se convierten, salvo excepciones, en refugio de fuerza de trabajo de baja calificación que no encuentra empleo en la denominada economía formal. De hecho, pasan a constituir economías de subsistencia, con una pobre articulación técnico-productiva, aún y cuando las mismas puedan ser capaces de crear excedentes económicos y mantener, en algunas experiencias, vínculos estables y sistemáticos de cooperación con entidades mayores.

La pequeña empresa en Yarinacocha, tienen un problema en común que puede ser solucionado por ambos, ya que la desocupación que existe actualmente se genera por la falta de agresividad empresarial y los factores anotados son los empresarios no quieren cambiar de idea, se resisten a la modernización. Las medianas y grandes empresas son contadas en Yarinacocha y generan fuentes de trabajo fijos índices de productividad estable, razón por la que se debe acudir a la pequeña empresa como alternativa de solución. La falta de solución a dichos problemas que encierra este segmento empresarial no le permite actuar en función a objetivos de crecimiento sostenido y, que a la larga se refleje en resultados positivos para la misma organización. La falta de recursos humanos técnicos, es una de las debilidades de las pequeñas empresas, este hecho se nota cuando la gestión de la empresa no encuentra fórmulas de mejoramiento a la actividad que desarrolla, y que se limita al empirismo del propietario que actúa de gerente.

La resistencia al cambio casi es obligado en la propia organización así como hacia el entorno; y es que en las actividades que se generan por efectos de la misión empresarial no guardan relación con las nuevas técnicas de la administración o disciplinas afines que se requieren para mantenerse y crecer en un mercado tan difícil como el nuestro.

La normatividad gubernamental de protección a la pequeña empresa, no guarda relación con la actual situación de nuestro país que no logra aun la reactivación económica, esta actitud gubernamental no facilita la reactivación de las pequeñas organizaciones ya que se sienten asfixiadas por el decaimiento económico del mercado. Estas actitudes datan desde hace muchos años y que no han encontrado una respuesta de los gobiernos de turno en forma efectiva, ya que evitan el despliegue o crecimiento de la pequeña empresa, razón por la que la relación Estado-Empresa, no con normas de protección y/o reactivación de este segmento empresarial.

Estos son los principales problemas que podemos mencionar como la necesidad de solución y que deben ser tratados en forma prioritaria para lograr que las organizaciones en estudio encuentren el verdadero camino de reactivación socio-económico, en estos momentos que es necesario e imprescindible buscar soluciones a la problemática de la pequeña empresa en Yarinacocha.

1.2. Formulación del Problema.

1.2.1. Problema General.

¿Cuál será el crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016?

1.2.2. Problemas Específicos.

¿Cuál será el crecimiento en la dimensión Dirección empresarial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?

¿Cuál será el crecimiento en la dimensión organización empresarial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?

¿Cuál será el crecimiento en la dimensión comercial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?

¿Cuál será el crecimiento en la dimensión financiero de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?

1.3. Objetivo: General y Específicos.

1.3.1. Objetivo General.

Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- a) Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la Dimensión Dirección empresarial 2016.
- b) Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión Organización empresarial.
- c) Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión comercial.
- d) Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión financiero.

1.4. Justificación.

La presente investigación se justifica porque se ha dirigido al análisis de problemática por la que está atravesando el sector de la Pequeña Empresa en el Distrito de Yarinacocha, quienes han sido afectadas por los cambios de la política económico que el gobierno de turno impuso a la sociedad peruana y a la falta del criterio gerencial de los propios empresarios, quienes observan un comportamiento pasivo frente a dichos cambios. Estos factores han generado un estancamiento en la actividad productiva de las pequeñas empresas, para que las pequeñas empresas busquen la competencia total como un medio de lograr su crecimiento en el mercado donde se encuentra desarrollando su actividad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÒRICO

2.1. Antecedentes.

Antecedentes Internacionales.

Gómez, (2012) Investigo “Mapa estratégico de las pequeñas empresas como Apoyo en la Formulación de Políticas Públicas” del Instituto Politécnico Nacional (IPN), en la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA).El investigador concluye

- Como resultado de la investigación se identifican cinco etapas necesarias para que se dé el Mapa estratégico de las pequeñas empresas como formulación de Políticas Públicas

- Búsqueda de oportunidades en el mercado

-Invento tecnológico del producto o de una parte del proceso

-Generación del prototipo industrial, o del servicio

-Diseño de las inversiones requeridas

5) Esquema de financiación de la inversión

Kauffman, (2001) investigo “Factores gubernamentales que contribuyen al desarrollo de las PyMES en México” el autor concluye:

-Define que, ante la globalización, las PyMES mexicanas enfrentan a nivel interno, entre otros, las siguientes carencias: Sistemas de planeación, organización, administración y control eficientes, así como de tecnologías propias para la gestión y desarrollo de sus actividades productivas.

-Los factores externos como los siguientes: Indefinición de una política industrial, política fiscal no promotora del desarrollo, financiamiento y tasas de interés no competitivos, mercado interno deprimido no propicio para tomar ventajas de economías de escala, falta de apoyos e incentivos para la pequeña y mediana industria, servicios públicos no competitivos en calidad, precio e infraestructura, 27 prácticas comerciales desleales de empresas de los países signatarios del TLC, regulaciones ambientales y ecológicas más estrictas y costosas que las de nuestros socios comerciales.

-En función a lo descrito anteriormente podemos definir el problema de la presente investigación donde las VARIABLES de estudio son: 1) Factores gubernamentales de fomento (apoyos y servicios), 2) Factores personales del empresario, 3) Factores del negocio (internos y externos) que contribuyen al desarrollo de las PyMES del sector manufacturero del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA.

-Se han revisado diferentes estudios relacionados a la presente investigación, donde el primer estudio deriva de la adopción que hizo México, aplicando políticas industriales inspiradas en Europa, es decir, menos basadas en el mercado y más sustentadas en la regulación.

Suárez, (2008). Investigo “Elaboración del modelo mexicano las adecuaciones que exigen la idiosincrasia, el limitado nivel de desarrollo económico y las recurrentes crisis a las que el país estuvo expuesto en la segunda mitad del siglo pasado” El autor concluye:

-Por lo anterior, es posible inferir que ningún modelo puede ser funcional si no considera las necesidades y el perfil del empresario que lo va a ejecutar.

Dentro de la problemática que incide para que una PyMES desaparezca figuran los factores internos y externos.

-Ante la globalización, las PyMES mexicanas enfrentan a nivel interno, entre otros, las siguientes carencias: Sistemas de planeación, organización, administración y control eficientes, así como de tecnologías propias para la gestión y desarrollo de sus actividades productivas.

-Los factores externos como los siguientes: Indefinición de una política industrial, política fiscal no promotora del desarrollo, financiamiento y tasas de interés no competitivos, mercado interno deprimido no propicio para tomar ventajas de economías de escala, falta de apoyos e incentivos para la pequeña y mediana industria, servicios públicos no competitivos en calidad, precio e infraestructura, 27 prácticas comerciales desleales de empresas de los países signatarios del TLC, regulaciones ambientales y ecológicas más estrictas y costosas que las de nuestros socios comerciales.

-En función a lo descrito anteriormente podemos definir el problema de la presente investigación donde las VARIABLES de estudio son: 1) Factores gubernamentales de fomento (apoyos y servicios), 2) Factores personales del empresario, 3) Factores del negocio (internos y externos) que contribuyen al desarrollo de las PyMES del sector manufacturero del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA.

Suárez, (2012) “Metodología de innovación tecnológica desde la perspectiva empresarial” el autor concluye:

-El resumen del proyecto dice que: El proceso de innovación tiene dos partes: la que corresponde al fenómeno social más amplio, marcado en las revoluciones tecnológicas e industriales; y aquella que tiene que ver con las decisiones de cada empresario. En este último caso, el proceso de innovación no inicia con el invento, o con un descubrimiento, sino en la Micro innovación, una estrategia para el crecimiento de las PYMES
Página 27 detección de oportunidades en el mercado. Para esto, los

empresarios requieren contar con una herramienta que les permita transitar por las etapas que los conduzcan a su crecimiento económico, a través de la innovación desde la perspectiva de la empresa. Además, para que la innovación realizada a nivel de los agentes económicos individuales, tenga repercusión en la economía nacional, se considera que dicha innovación aumenta el valor del producto que llega a los consumidores, es decir, aumenta la riqueza social. Por lo tanto, la innovación desde el punto de vista de la empresa, se inserta en el mercado, desde la investigación sobre las oportunidades de inversión, así como en los estudios para evaluar los proyectos de inversión, como en la evaluación de la satisfacción del cliente que conduzca a la permanencia de ese nuevo producto.

-Con estas bases se diseñó un método, considerado en forma interdisciplinaria, para facilitar a los empresarios, especialmente los pequeños y medianos, una ruta a seguir para elevar su capitalización, a través de la innovación.

-El objetivo es desarrollar una metodología para la consolidación del crecimiento económico de las Pymes, a través del micro innovación tecnológica.

-El tema central de esta tesis es el análisis y estudio del micro innovación como estrategia de crecimiento para las Pymes en México, y se toman como referencia los dos proyectos antes mencionados. Desde el punto de vista del autor de esta tesis y del Seminario de Investigación "Micro innovación", el término se relaciona con el proceso de innovación, desde el punto de vista de los empresarios.

-La razón de esta aclaración se debe a que algunos investigadores suponen que la innovación puede ser generada por el gobierno o por las instituciones de investigación.

-La teoría de la innovación debe considerar a la teoría del valor, la teoría del Micro innovación, una estrategia para el crecimiento de las PYMES

Página 28 crecimiento y la teoría de los ciclos económicos. La parte fundamental para mi trabajo científico sobre la innovación es el incremento de la riqueza social y por lo tanto debe ser estudiado y comprobado.

-Por lo tanto, micro innovación es el proceso de innovación desde el punto de vista de los empresarios, únicos generadores de valor que se cristaliza en los mercados. Por otra parte, la actividad empresarial tuvo diferentes caminos, según su época. No es lo mismo un empresario en la época feudal (comerciante) que en 1850 o en 1930, mucho menos hoy.

Antecedentes Nacionales.

Acuña, (2010), investigó Crecimiento de las empresas y su relación con el grado de instrucción en la ciudad de Lima por la Universidad Nacional de San Marcos, donde manifiesta que los representantes legales son personas adultas ya que la edad promedio es de 40 años, el 57.1% de los representantes legales encuestados son del sexo femenino, el 42.9% de los microempresarios encuestados tiene grado de instrucción superior universitaria, 28.6% tienen grado de instrucción superior no universitaria y el 28.6% grado de instrucción secundaria.

Agrega Acuña, respecto al financiamiento: En el año 2008 el 42.86% de los empresarios encuestados recibieron créditos y en el año 2009 nadie recibió crédito, del 42.86% de los empresarios que recibieron crédito, el 28.57% recibieron montos de créditos entre 3,000 a 10,000 nuevos soles y el 14.29% recibieron montos de créditos por más de 10,000 nuevos soles, el 100% de las Mypes encuestadas recibieron crédito del sistema bancario; siendo él. 100% para el Banco Continental BBVA, el Banco Continental (sistema bancario) cobra una tasa de interés mensual por los créditos que otorga de 1.5% y 3.5% mensual según sea el monto solicitado, el 33.3% de los microempresarios encuestados dijeron que invirtieron los créditos recibidos en activos fijos y el 66.7% dijeron que utilizaron los créditos recibidos como capital de trabajo, el 100% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron sí

mejoraron la rentabilidad de sus empresas, el 66.7% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas se había incrementado en 5% y el 33.3% dijeron que se había incrementado en 15%.

Vela, (2008), investigó la Caracterización de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú y desempeño de las micro finanzas; y manifiesta que la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación plantea grandes retos a los países y a las Mypes en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitiría que en un periodo de 15 años podamos reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Ello quiere decir que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las Mypes como un componente clave.

Agrega Vela, que el reto de las Instituciones Financieras especializadas en el financiamiento de las Mypes es la oferta organizada de las Mypes para atender la oportunidad de negocios de producir bienes y servicios que las empresas corporativas requieren y el reto del Estado de dar un marco jurídico viable y el apoyo necesario para la articulación productiva de las Mypes con la mediana y gran empresa, en un clima de estabilidad y confianza. Para asegurar el desarrollo de las Mypes es indispensable la formalización de las Mypes que asegure su crecimiento de micro a pequeña empresa y de ésta hacia la mediana y gran empresa. Esto significa un cambio de legislación laboral y tributaria que aliente la formalización de las Mypes y destierre el atractivo de la informalidad, que sacrifica el beneficio del crecimiento virtuoso de las Mypes por falta de financiamiento.

Concluye, Vela L., el reto del Perú y del nuevo gobierno está en identificar en cada región del Perú proyectos agro industriales de alto impacto económico y social, que asegure una articulación competitiva de los

diferentes actores económicos, las Mypes , la mediana y gran empresa, las instituciones financieras, las instituciones de apoyo y el Estado, de manera que asegure una razonable rentabilidad de mercado en cada eslabón de la cadena de valor, con mecanismos de intervención del Estado y/o instituciones en el mercado, que asegure la ejecución de proyectos productivos de alto impacto social.

Roja, (2002) investigo La pequeña y micro empresa frente al sistema nacional. Analizar las ventajas y limitaciones de la pequeña y microempresas de nuestro país, desde un punto de vista legal, laboral y tributario. El estado no viene promoviendo en forma eficaz la creación de la cultura tributaria de los pequeños contribuyentes. El leasing como alternativa de financiamiento en las PYMES de productos lácteos de Lima.

El leasing puede ser por sus rasgos característicos de flexibilidad y dinamicidad el eficaz instrumento de promoción de inversiones en bienes de capital o instrumentales, contribuyendo así de manera franca y directa a la tan reclamada y necesaria reconversión de las PYMES de productos lácteos, ahora denominadas MYPES.

Vásquez, (2010) investigo la Creación e implementación de las PYMES avícolas en la provincia de Lima, donde Orienta a los apicultores a formalizarse legalmente como PYMES, para así comercializar sus productos de alta calidad, tales como: miel de abeja, polen, cera, jalea real, propóleos, etc. Se creó la pequeña empresa apícola "Enjambre" SRL en el distrito de Lima.

Antecedentes Regionales

Fuero, (2010), investigó a las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro ebanistería, en Callería-Pucallpa y concluye que el 60% de los microempresarios encuestados, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años; el 60% son del sexo femenino; el 50% tiene grado de instrucción secundaria completa; el 50% tienen un año en el rubro empresarial, el 30% manifestó que no posee ningún trabajador eventual dentro de su negocio y el 80%de las Mypes se formaron para obtener ganancias.

Respecto al financiamiento: El 50% de microempresarios encuestados obtuvieron financiamiento de terceros; el 80% obtuvieron el financiamiento de entidades bancarias.

Concluye, Fuero, en los años 2009 y 2010, el 40% invirtieron los créditos en capital de trabajo. Respecto a la capacitación: El 100% de los encuestados manifestaron que recibieron una capacitación en los dos últimos; el 60% manifestaron que su personal no ha recibido capacitación; el 100% de los representantes legales encuestados declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión y el 80% declaró que sí considera que la capacitación es relevante para sus empresas Respecto a la rentabilidad: El 40% de los representantes legales encuestados manifestaron que el financiamiento si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 70% manifestaron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró en los dos últimos años.

Araujo, (2011), investigó a las micros empresas de sector comercio, rubro abarrotes en Pucallpa, y concluye, respecto a los empresarios y las Mypes: El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, su edad fluctúa entre 26 a 60 años; el 80% son del sexo masculino y el 35% tiene grado de instrucción secundaria completa. El 80% tiene más de tres años en el rubro empresarial y el 35% posee más de tres trabajadores permanentes. Finalmente, el 95% manifestaron que la formación de las Mypes fue por obtención de ganancias. Respecto al financiamiento: El 78% manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante entidades bancarias. El 100% de los representantes legales encuestados que recibieron créditos en los años 2009 y 2010 lo invirtieron en capital de trabajo. Agrega Araujo, respecto a la capacitación: El 40% manifestó que recibió dos capacitaciones en los dos últimos años. El 60% declararon que la capacitación que tuvieron fue en manejo empresarial. El 100% de los representantes encuestados manifestó que su personal no ha recibido capacitación. El 90% declaro que si considera que la capacitación es una inversión. Y el 90% declaro que si considera que la capacitación fue relevante para sus empresas. Respecto a la rentabilidad: El 100% de los representantes legales encuestados manifestaron que el financiamiento

si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 70% manifestó que la rentabilidad de sus empresas si ha mejorado en los dos últimos años.

Soria, (2011), investigó a las microempresas del rubro agua de mesa, en el distrito de Calleria-Pucallpa y concluye: Respecto a los empresarios: el 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años, el 83% son de sexo masculino y el 17% son de sexo femenino; el 67% tiene grado de instrucción superior universitaria completa y el 33% tiene superior no universitario completa. Respecto a las características de las Mypes: Del 100% de los representantes legales encuestados, el 50% tiene más de tres años en el rubro empresarial, el 33% tienen tres años y el 17% tiene sólo dos años; además, el 33% posee más de tres trabajadores permanentes y el 17% tiene tres trabajadores permanentes. Agrega Soria, que el 50% manifestó tener dos trabajadores eventuales y el 33% no posee tres trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Del 100% de encuestados, el 50% manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante entidades bancarias y el 50% mediante entidades no bancarias. Del 100% de los representantes legales encuestados que recibieron créditos en los años 2009 y 2010, el 50% invirtieron sus créditos en capital de trabajo, el 25% lo invirtió en mejoramiento y ampliación de local y el 25% invirtieron en activos fijos. Respecto a la capacitación: El 100% de los representantes legales encuestados si recibieron capacitación al otorgamiento del crédito. Así mismo, del 100% de los representantes encuestados, el 67% manifestó que su personal si ha recibido capacitación, el 17% no precisa si tuvieron capacitación y 17% manifestó que el personal no recibió capacitación.

Concluye Soria, respecto a la rentabilidad: Del 100% de los representantes legales encuestados, el 67% manifestó que el financiamiento si mejoro la rentabilidad de la empresa y el 33% manifestó que el financiamiento no mejoro la rentabilidad de la empresa.

Rengifo, (2012) Problemática de la pequeña empresa de queso en la Región de Ucayali. Analizar la problemática de la situación actual de la pequeña y micro empresa de la ciudad de Pucallpa. Un gran número de PYMES son

administradas por sus propietarios, quienes lo hacen de una forma empírica y un menor número tienen una persona capacitada para desarrollar de manera adecuada el proceso administrativo en el negocio. La gestión de la calidad total en las PYMES en Ucayali. Demuestra que los pequeños y micro empresarios Ucayalinos poseen una cultura de calidad son competitivos. Las PYMES al aplicar la gestión de la calidad total mejorarán y consecuentemente lograrán mayor éxito empresarial. La gestión financiera como factor de desarrollo en las PYMES de Ucayali. Determina el rol que desempeña la gestión financiera en el desarrollo de los micros y pequeñas empresas del sector comercio en la ciudad de Pucallpa. La gestión financiera, en la mayoría de PYMES del sector comercio no se realiza o si se realiza, se lo hace de una manera poco técnica y analítica debido a los limitados conocimientos financieros con los que cuentan estos micro y pequeños empresarios.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Concepto, Características y Fines.

Concepto de Micro y Pequeña Empresa.

Son consideradas como tales por la Comunidad Europea aquellas empresas que cumplen unos requisitos determinados en cuanto al número de empleados, la cantidad de facturación y valor de sus activos totales.

a) Según el Decreto Legislativo N° 705, en su Art. 1° y la Ley General de la Pequeña y Micro empresa N° 27268, en su Art. 2°. Definen como micro empresa o pequeña empresa aquella unidad económica que opera una persona natural bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

2.2.2. Características.

La Micro Empresa reúne las siguientes características:

a) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.

- b) El número total de trabajadores y empleados no excede de 10 personas.
- c) El valor total anual de las ventas no excede de 12 UIT.
- d) Estas Microempresas son generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades destrezas con las que se cuentan.

La Pequeña Empresa reúne las siguientes características:

- a) El número total de trabajadores y empleados no excede de 40 personas.
- b) El valor total anual de las ventas no excede de 25 UIT.
- c) Las empresas son de tipo familiar y se observan dificultades para tener racionalidad en las decisiones.
- d) Existe un grupo que constituye la esencia de la empresa.
- e) No existen funciones fijas y delimitadas, tampoco existe planeamiento.
- f) El empresario ejerce la función de control (la cual carece de medios formales) en forma personal, visual con presencia permanente. Como consecuencia los demás miembros no deciden.
- g) El empresario tiene un falso esquema fatalista y asume una actitud Omnipotente y paternalista, además de creer que la gente no sirve.

2.2.3. Fines de Micro Y Pequeña Empresa

- a) Contribuir a la creación de empleo y generación de riqueza.
- b) Participar al desarrollo armónico y equilibrio de las actividades económicas del país.
- c) Favorecer el desenvolvimiento de la capacidad creadora de los pequeños y micro empresarios y de los trabajadores.

2.3. Impacto Socio Económico de las Pequeñas y Microempresas.

2.3.1. En el Mundo

Los especialistas además de reconocer (o reiterar) que las PYMES son el futuro de la economía mundial, con datos de fuente OCDE, afirmaron que representan el 50% del sector privado en Estados Unidos, el 65% de la Unión Europea y el 90% de las Manufacturas en América Latina. A su vez, el presidente de la Corporación de la Pequeña Empresa de Japón precisó que las PYMES representan el 99% de la Manufactura Japonesa.

El sector PYMES ha sido el motor del desarrollo equitativo socialmente positivo. Algunos ejemplos vienen del lejano oriente (Japón, Taiwán, Corea). Por ejemplo, la experiencia de Taiwán nos dice claramente que el mejor patrón de desarrollo que existe en el mundo en los últimos 50 años, es el patrón en que las PYMES dominan. Ese país que ha tenido un crecimiento increíble (8%, 9% y 10%) con nivel de equidad sorprendente buena, tal vez el mejor de todo el mundo en desarrollo. Su receta ha sido convertirse en un país de PYMES, donde la capacidad técnica, eficiencia y voz política de las PYMES, han sido magníficas.

Si bien la mayoría de países no pueden ejecutar esa experiencia, al menos aprendan de ella. Consideramos muy interesante y relevante la experiencia que tuvo Colombia en los años 70, con un auge interesante de las PYMES que resultó de una combinación de condiciones. Una buena parte de esas condiciones ahora están presentes en el Perú. La experiencia de Corea que es un país cuya estructura económica a principios de los 70 fue parecido a la estructura de Brasil. En ese sentido, el papel de la empresa grande era dominante. A mediados de los 70, el gobierno coreano previó que venía tarde o temprano un problema de empleo, por eso y por otros motivos, decidieron poner mucho más empresas en sector PYMES que hasta ese

momento no había jugado un papel muy importante en el país. En los últimos 25 años Corea ha tenido un desarrollo impresionante, pero lo más interesante es el aumento en el sector PYMES. Se produjeron muchas subcontrataciones con las diferentes empresas coreanas que exportan, aunque también otros tipos de desarrollo y Corea han resuelto el problema del empleo; la distribución de ingreso ha mejorado y la pobreza está casi desapareciendo. Cabe indicar que esto ha ocurrido en un país que no tenía historia de poner énfasis en las PYMES.

En Barcelona, España, se celebró en el año 2000 el III Foro Interamericano de la Microempresa, bajo los auspicios de la Unidad de la Microempresa de la División de Desarrollo Sostenible del BID, como un reconocimiento a los aportes extraordinarios realizados por estas instituciones que se dedican al apoyo de los emprendedores más humildes de América Latina y el Caribe. Foro propició, además, las alianzas entre gobiernos, donantes, entidades del sector privado y de la sociedad civil, para mejorar y ampliar la oferta de servicios para la micro empresa. Según estudios realizados recientemente, más del 80 por ciento de las empresas latinoamericanas y caribeñas entran en la categoría de Microempresas (menos de 10 trabajadores) y, entre todas, emplean a unos 120 millones de personas anualmente, lo que constituye la principal fuente de trabajo en la región.

2.3.2. La situación del micro y pequeña empresa en América Latina

Un estudio publicado en Centroamérica sobre la realidad que viven los micros y pequeñas empresas en América Latina ratifica la problemática similar que afronta este segmento empresarial en la mayoría de los países de la región. Es por eso que con este informe se pretende dilucidar cuál es la situación actual de la micro y pequeña empresa en Latinoamérica, considerando en gran aporte que éstas realizan a las economías de sus

respectivos países. El análisis global del "Libro Blanco de la Microempresa", distingue tres tipos de Microempresas:

A. El micro empresas de subsistencia.

Son aquellas cuya productividad es tan baja que sólo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato; tal vez esto es el segmento más grande de la tipología productiva micro empresarial donde se concentran los mayores problemas de tipo social de la Micro empresa, y donde los límites del hogar y la unidad económica se confunden más ampliamente.

B. Las Micro empresas de acumulación simple.

Empresas que generan ingresos que cubren los costos de su actividad aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en capital. Este segmento corresponde al momento en el que la micro empresa empieza su evolución productiva hacia el crecimiento, cuando el empresario puede cubrir los costos de su actividad aunque aún no tenga capacidad de ahorro o inversión. En este caso estamos hablando de una pequeña empresa. Sin embargo, puede también corresponder a una etapa de declinación productiva.

Las Micro Empresas de Acumulación Aplicadas a las que en algunos Países Se da la Región se les denomina "Micro se les denomina. "Micro-Top"

Empresas en la que su productividad es suficientemente elevada como para permitir acumular e invertirlo en el crecimiento de la empresa, para llegar a convertirse en medianas empresas. Si a esto le agregamos las características que presenta el sector PYMES en América Latina podemos señalar seis puntos:

Concentración en ciertas ramas de actividad: Tenemos el mayor número de empresarios de la micro y pequeña empresa

se encuentran en actividades relacionadas con el comercio y los servicios. Asimismo, la mayor parte de las actividades del sector están orientadas al mercado interno, por lo que los bienes y servicios generados por el sector llegan a suplir demandas locales.

Mano de obra poco calificada: Existe un grave problema en la calidad de la fuerza laboral de la micro y pequeña empresa, por lo tanto en la calidad de los productos ya que prevalecen la poca capacitación, los altos índices de analfabetismo y bajos niveles de escolaridad.

Vulnerabilidad legal y organizacional: el sector difícilmente puede ingresar al sector formal de la economía porque los requerimientos legales para formalizarse son muchos y costosos. Por otro lado, el sector se caracteriza por su deficiente gestión y desconocimiento de las herramientas de administración para garantizar la supervivencia de las unidades productivas.

Fuerte competencia: el sector es obligado a competir en nichos de mercado muy competitivos, donde a veces se encuentran también las grandes empresas.

Crédito costoso y difícil de acceder: pocas veces las micro y pequeñas empresas logran acceder a recursos del sector financiero formal, teniendo que recurrir a fuentes de financiamiento informales tales como ONGs, prestamistas y programas de cooperación.

Fuerte adaptación de las unidades productivas: Ante la carencia de recursos, el sector ha demostrado una gran creatividad para adaptar los recursos disponibles a la realidad enfrentada, principalmente desde el punto de vista tecnológico.

2.4. En el Perú.

En el Perú, al igual que la mayoría de países de Latinoamérica, se ha observado en los últimos años un importante incremento del número de pequeñas y micro empresas (PYMES), debido principalmente a los siguientes factores:

Reforma Económica

La fuerte crisis económica experimentada en nuestro país desde la década pasada, obligó a realizar cambios estructurales de gran magnitud, tanto en los aspectos económicos, políticos como sociales; desencadenando un alto crecimiento del nivel de desempleo.

A. Reducción del aparato estatal.

Las reformas que se implantaron en nuestro país, incluyeron la reducción del aparato estatal que llevó consigo que una importante cantidad de empleados estatales tuvieran que pasar al lado de los desempleados, agudizando la problemática social que de por sí generaron las reformas económicas.

Es el sector de las pequeñas y micro empresas el que contribuyó a amortiguar eventuales problemas sociales al dirigirse los trabajadores despedidos de empresas públicas y privadas a crear sus propias unidades productivas. En los últimos años se observa un fuerte interés de los demás sectores y en especial del gobierno al sector de la pequeña y micro empresa, habiéndose dado disposiciones que buscan por un lado fomentar el empleo a través de la creación de nuevas PYMES y por otro lado enrumbarlas dentro del aspecto formal.

B. Principales características de las PYMES en el Perú:

Alta generación de empleo

Existen alrededor de 3.1 millones de PYMES:

1.7 millones de PYMES urbanas

1.4 millones de PYMES rurales

Dan ocupación de 74% de la PEA (5.6 millones de trabajadores).

Alta contribución al PBI

Las PYMES contribuyen con el 43% del PBI:

PYMES urbanas con 34%

PYMES rurales con 9%

Informalidad

Sólo el 18% PYMES posee RUC.

El 78% de las PYMES urbanas están organizando como "persona natural con negocios propio".

El 75% de las PYMES urbanas no cuenta con licencia de funcionamiento.

Situación Socioeconómica.

La mayoría de las personas del Sector PYMES pertenecen a niveles socio económicos bajos. El ingreso aportado por la unidad productiva representa el principal o único ingreso familiar.

Escaso Acceso Al Crédito

Debido, principalmente, a las siguientes razones:

Las PYMES son consideradas como de muy alto riesgo.

Insuficiente documentación contable – financiera.

No poseen el nivel y tipo de garantías exigidas.

Las instituciones financieras no han desarrollado una tecnología adecuada para su atención. Escasa Capacidad Empresarial.

Cultura Empresarial incipiente.

El 70% de PYMES que inician sus actividades desaparecen en el primer año de operación.

Impaciente Desarrollo Tecnológico.

Escasos recursos tecnológicos.

Máquinas y equipos obsoletos, resultado: baja productividad.

No existen sistemas de producción para operaciones a la pequeña empresa.

Heterogeneidad

El sector PYMES no es un grupo homogéneo, son muchas las diferencias que existen entre las diversas unidades que conforman este sector, por lo cual cualquier tratamiento tiene que ser diferenciado en función a:

Nivel de crecimiento

Acumulación ampliada

Acumulación simple

Subsistencia

Gestión y organización

Familiar

Grupal

Personal

Actividad económica.

Se observa que las PYMES urbanas se concentran en los sectores de: comercio, servicios, transporte e industria.

En las zonas rurales se concentran en los sectores agrícolas, ganaderos, comercio, artesanía. El bajo nivel de crédito en estas zonas rurales es una de las limitaciones para el desarrollo rural. Este bajo nivel de crédito no puede asociarse sólo con problemas por el lado de la oferta, pues existen también problemas por el lado de la demanda. Usualmente se justifica la ausencia de crédito en zonas rurales porque no hay recursos suficientes en estas zonas y/o porque los rendimientos de estos créditos no son atractivos para los intermediarios, ya sea por los riesgos de las actividades productivas o por las dificultades para monitorear y seleccionar a los prestatarios. Sin embargo, y de modo adicional a este razonamiento, hay que considerar problemas por el lado de la demanda. La demanda de créditos es una demanda derivada que depende de la rentabilidad de la producción y de otros factores económicos e instituciones.

2.5. En el departamento de Ucayali

En el departamento de Ucayali, al igual que en los otros departamentos del Perú, se ha observado en los últimos 10 años un crecimiento desmedido de pequeñas y micro empresas, con un mayor porcentaje en el sector urbano, principalmente en la ciudad de Pucallpa, que es considerado como un lugar de concentración de los comerciantes de la selva del país. En el departamento de Ucayali, respecto a la cuantificación de PYMES no existe un dato exacto del número de ellas. Existen un registro de empresarios con número de RUC, registrados en SUNAT alrededor 5500 negocios. Existiendo un gran porcentaje de informalidad lo que elevaría mucho mas este número de PYMES.

La Empresa Familiar: Una Institución singular

Una empresa familiar difiere de otros tipos de pequeños negocios en muchas formas. Por ejemplo su toma de dediciones una mezcla de valores familiares y de negocios esta sección examina una característica de esta institución peculiar.

La empresa familiar

Una empresa familiar se caracteriza por la propiedad o alguna otra participación de dos o más miembros de la misma familia, en su vida y funcionamiento. La naturaleza y medida de tal participación es variable. En ciertos casos, algunos miembros de la familia trabajan tiempo parcial. Por ejemplo, en pequeños restaurante un cónyuge puede servir como anfitrión y administrador, el otro puede llevar los registros contables y los hijos pueden trabaja en la cocina o como meseros.

También se reconoce que la empresa es un negocio familiar cuando pasa de una generación a otra. Por ejemplo , Thompson"s Plumbing Supply está ahora encabezada por Bill Thompson Jr., hijo del fundador quien ya falleció. Bill Thompson III ha comenzado a trabajar en el piso de ventas, después de servir en el área de inventarios durante sus años de educación media superior. Él es el evidente heredero que algún día

sustituirá a su padre. La gente de su comunidad reconocerá a Thompson's Plumbing Supply como un negocio familiar.

La mayoría de los negocios familiares son pequeños. Sin embargo, las consideraciones familiares pueden seguir siendo importantes aun cuando tales negocios se conviertan en grandes corporaciones. Compañías como Wal-Mart, Levi Strauss, Ford Motor Company y MarritCorpoation todavía se reconoce, en algún grado, como negocios familiares.

Súper Posición de la Familia y la Empresa.

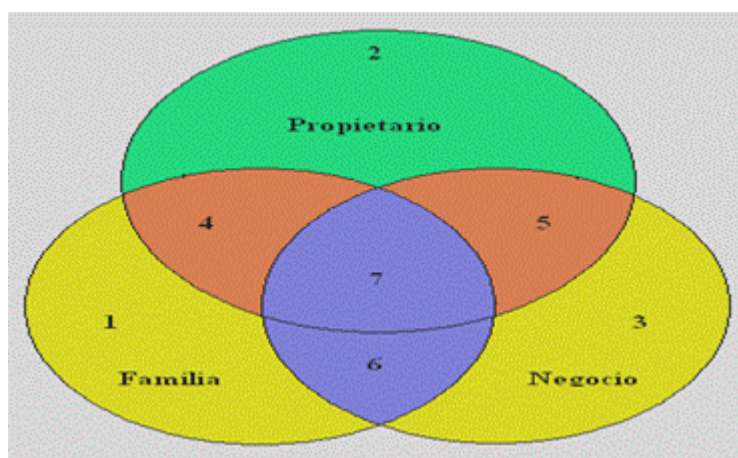
Cualquier empresa familiar está compuesta de una familia y de un negocio. Aunque la familia y el negocio son instituciones separadas – cada una con sus propios miembros, metas y valores estas se superponen en una empresa familiar para mucha gente, estas dos instituciones superpuestas son las áreas más importantes de sus vidas. Las familias y los negocios existen por razones fundamentalmente diferentes. La función principal de la familia se relaciona con el cuidado y el desarrollo de sus miembros, en tanto que el negocio tiene que ver con la producción y la distribución de bienes y servicios. Las metas de la familia son el desarrollo máximo posible de cada miembro, independientemente de sus limitaciones y la provisión de oportunidades y recompensas iguales para cada miembro; las metas de los negocios son la rentabilidad y la supervivencia.

Los individuos que participan directa o indirectamente en un negocio familiar tienen intereses y puntos de vista que difieren de acuerdo con sus situaciones particulares. El modelo que se reprecnda en la figura 01 muestra la forma en que los individuos pueden participar – como miembros de la familia, empleados del negocio, propietarios y diversas combinaciones de las anteriores. Un miembro de la familia que trabaja en la empresa, pero que no tenga participación en la propiedad (sector 6) podría favorecer oportunidades de empleo avances más generosas para los miembros de la familia que aquel que es, digamos un miembro

de la familia que tiene parte de la propiedad, pero que trabaje en algún otro lado (sector 4) o un empleado que no tiene intereses familiares ni en la propiedad (sector 3).

Los diversos intereses pueden crear tensión y conducir a conflictos. La relación entre los miembros de la familia en un negocio es más delicada que las relaciones entre empleados que no comparten esta liga familiar. Por ejemplo, la disciplina de un empleado que constantemente llega tarde es mucho más problemática si se trata de un miembro de la familia.

Gráfico N° 01
Superposición de la Familia y la empresa



Fuentes: Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty; Pag. 29.

Competencia entre el Negocio y la Familia.

La superposición de las preocupaciones familiares y de los intereses del negocio en una empresa familiar complica el proceso administrativo. Muchas decisiones afectan tanto al negocio como a la familia. Por ejemplo consideremos una sesión de revisión de desempeño entre un jefe padre y subordinado hijo. Aun con empleados que no son familiares, las revisiones de desempeño pueden ser campos minados. La existencia de una relación familiar agrega complicaciones emocionales que dificulten mucho el proceso de revisión.

¿Qué es prioritario, la familia o el negocio? Por lo menos en teoría, la mayoría de la gente opta por la familia. Pocos propietarios de negocios

permitirían deliberadamente que el negocio destruyera su familia. Sin embargo, en la práctica, la solución de tales tensiones es difícil. Por ejemplo, a pesar de estar motivados por un sentido de responsabilidad familiar, los padres pueden estar tan absortos en el negocio que pasan tiempo insuficiente con sus hijos.

Muchas familias están acostumbradas a hacer sacrificios menores por el bien del negocio. Por ejemplo, en muchas empresas de este tipo, las largas horas que se necesita pasar en el negocio significan algunas veces dejan de comer con la familia o perderse un juego de béisbol.

Las familias suelen tolerar algunas inconveniencias e interrupciones en la vida familiar. Sin embargo, en ocasiones el choque entre los intereses del negocio y los de la familia es tan persistente o tan grave, que los empresarios deben decidir qué es prioritario. Aun cuando el precio es muy alto, algunos escogen el negocio sobre la familia. Otros declaran que su lealtad principal corresponde a la familia pero no lo niegan con su conducta.

Un artículo que discutía que es inútil tratar de equilibrar el trabajo y la familia arrojó reacciones profundamente diferentes de dos personas que respondieron.

Gráfico N°02

Competencia entre el negocio y la familia

El que favorece el trabajo.

“Conozco muchas mujeres que han tenido que hacer esa difícil decisión más de una vez. No es fácil. Pero... dada la posibilidad, creo que de todas maneras aprovecharía la oportunidad de construir algo grande, es decir, un negocio.”

El que favorece a la familia.

“Yo soy un hombre cuya ‘tierra firme’ es su fe y su familia, no su negocio...; cuyo concepto de construir algo grande incluye el carácter de sus hijos y la fortaleza de su matrimonio...; y que, a pesar de las presiones que significan comenzar un negocio, todavía considera que el trabajo es solo un medio para alcanzar un fin, no un fin en sí mismo... podría escribir más, pero tengo que prepararme para la práctica de béisbol de hoy en la noche: los 13 chicos del sexto año cuentan con que su entrenador realmente este con ellos.”

Fuente: *Pierre, la gran empresa no tenía la obligación de darle empleo a la familia; más bien debía asegurarse de proporcionarles grandes dividendos.*

Si el negocio a de sobrevivir, sus intereses no pueden estar indebidamente comprendidos para satisfacer los deseos familiares. Para crecer, los negocios familiares deben reconocer la necesidad de una administración profesional y el hecho de que en ocasiones los intereses familiares deben ser subordinados. Se encuentra un ejemplo en la experiencia de Pierre DuPont, miembro de la familia fundadora de E. I. DuPont de Nemours.

La salud y supervivencia de un negocio quiere una atención familiar requiere una atención correcta tanto a los intereses del negocio como a los de la familia, así como de su adecuado balance. De otra manera, por lo menos en el largo plazo, los resultados serán insatisfechos para ambas partes.

Ventajas de la participación familiar en la empresa

Los problemas asociados con los negocios familiares pueden cegar fácilmente a los jóvenes ante las ventajas que puedan derivarse de participar en el negocio. Los muchos beneficios asociados con la participación familiar deben reconocerse y aplicarse en el reclutamiento de los miembros más jóvenes para que trabajen en la empresa familiar.

Un beneficio básico proviene de la fuerza de las relaciones familiares. Los miembros de la familia son atraídos hacia el negocio por las relaciones, por los lazos familiares, y tienden a seguir en él aunque las épocas no siempre sean buenas. Una temporada mala en el negocio podría hacer que los empleados no familiares buscaran pastos más verdes en algún otro lado. Sin embargo, un hijo o hija suele mostrarse rebelde a partir. El nombre de la familia, su bienestar y tal vez la fortuna familiar están en juego. Además, la reputación de una persona en la familia y en la comunidad empresarial puede basarse en el hecho de que pueda o no continuar el negocio que la mamá o el abuelo constituyó.

Los miembros de la familia también pueden sacrificar ingresos para mantener un negocio en marcha. Más que obtener grandes sueldos o grandes dividendos, permiten que los recursos permanezcan con el fin de satisfacer necesidades actuales. Muchas familias han tenido que pasarse sin un auto nuevo o muebles nuevos durante el tiempo suficiente como para que el negocio pueda comenzar o atravesar un periodo de dificultades financieras.

Algunos negocios familiares usan el tema de familia en su publicidad, para distinguirse de sus competidores. Tales campañas publicitarias tratan de transmitir el hecho de que las empresas que son propiedad de familias tienen un fuerte compromiso con el negocio, altas normas éticas y un compromiso personal para atender a sus clientes y a la comunidad local.

Otras características de participación familiar en una empresa también pueden contribuir a un desempeño superior en el negocio. Peter Davis, director del centro de investigación aplicada de Wharton, de Wharton School de Filadelfia, ofrece como ejemplos estas tres características:

- **Conservar la humanidad en el sitio de trabajo.** Un negocio familiar puede demostrar fácilmente mayores niveles de preocupación por los individuos, que los que encuentran en una corporación común.
- **Enfoque en el largo plazo.** Los administradores familiares pueden asumir el punto de vista de largo plazo con más facilidad que los gerentes corporativos, que están siendo juzgados por los resultados de año con año.
- **Destacan la calidad.** Como tienen interés en preservar la reputación de la familia, es probable que los miembros mantengan la tradición de ofrecer calidad y valor para el consumidor.

La Cultura de una Empresa Familiar.

Como otras organizaciones, las empresas desarrollan ciertas formas de hacer las cosas y ciertas prioridades que son exclusivas de cada empresa en particular. Estos patrones especiales de conducta y creencias conforman la cultura organizacional de la empresa. En la medida en que nuevos empleados y miembros de la familia entran al negocio, recogen estos puntos de vista y formas de operar especiales.

El sello del fundador en la cultura

Los valores distintivos que motivan y guían a un empresario en la fundación de una empresa pueden llegar a crear una ventaja competitiva para la nueva compañía. Por ejemplo el fundador puede atender las necesidades de los clientes en una forma especial y hacer el servicio al cliente un principio orientador de la empresa. La nueva empresa puede ir mucho más allá de las prácticas normales de su industria asegurándose de que los clientes estén satisfechos, incluso si ello significa trabajar tiempo extra o hacer una entrega e sábado. Aquellos que trabajan en la empresa aprenden rápidamente que los clientes deben manejarse siempre con el cuidado muy especial.

En un negocio familiar, los valores centrales del fundador puede convertirse tanto en parte de la cultura del negocio como del código familiar "las cosas en que creemos como familia". John Robben, el Director ejecutivo (CEO; ChiefExecutiveOfficer) de segunda generación de RobToy, Inc., describe el legado de su padre, quien fundó la empresa, como sigue:

Pero nos dejó mucho más que su confianza y su voluntad de aprovechar las oportunidades. Mi padre nunca mintió, nunca engañó a nadie ni tomó un dólar que no se hubiera ganado honestamente. Él nos heredó estos valores, primero a mí y luego, por mi conducta, a sus nietos. Es curiosa la forma en que eso funcionó. Él nunca habló de estas cosas, simplemente las hizo.

La última frase de Robben ilustra la forma en que se transmiten los valores culturales. Los miembros de la familia y otros de la empresa

aprenden lo que es importante y absorben las tradiciones simplemente al funcionar como parte de la organización.

Patrones culturales.

La cultura de una empresa particular incluye numerosas creencias y conductas distintivas. Un examen cuidadoso de tales creencias y comportamientos revelará varios patrones culturales que ayudan a explicar la forma en que funciona la empresa.

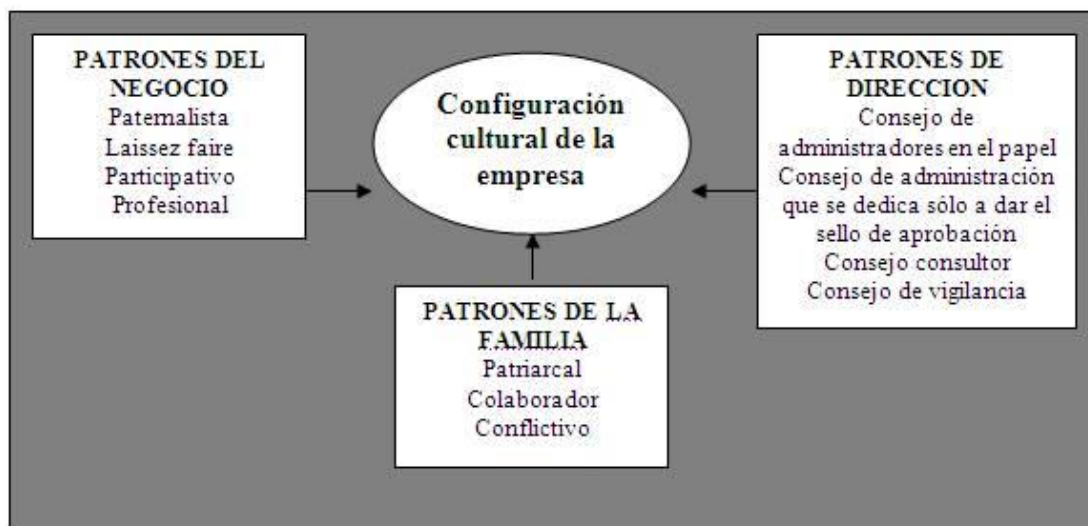
W. GibbDyer, profesor de BrighamYouUniversity, ha identificado un conjunto de patrones culturales que se aplican a tres facetas de las empresas familiares: el negocio en sí, la familia y la dirección (consejo de directores) del negocio como se ilustra en la figura 02 el patrón de negocios, el patrón familiar y el patrón de dirección forman una configuración cultural global que constituye la cultura total de una empresa familiar.

Un ejemplo de un patrón de negocios es el sistema de creencias y conductas que se refiere a la importancia de la calidad. Los miembros de una organización tienden a adoptar un punto de vista común a respecto a la medida en que debe dedicarse esfuerzo, o incluso sacrificio, para atender el servicio al cliente y la calidad del producto. Cuando el dirigente de una compañía demuestra consistentemente un compromiso en servir a sus clientes, estimula a otros a apreciar los mismos valores. En consecuencia mediante las decisiones y prácticas que asignan una alta prioridad al servicio al cliente, el líder de un negocio familiar puede construir un patrón de negocios basado en un fuerte compromiso con una producción de bienes y servicios de alta calidad.

De acuerdo con Dyer, en las primeras etapas de un negocio familiar, una configuración cultural común es un patrón de negocios paternalista, un patrón de familia patriarcal y un consejo de directores que se dedica solo a dar el sello de aprobación (patrón de dirección). Esto simplemente significa que las relaciones familiares son más importantes que las habilidades profesionales, que el fundador es la cabeza indiscutible del

clan y que el grupo de la administración apoya automáticamente las decisiones del fundador.

Gráfico N° 03
Patrones Culturales



Fuente: Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J.william Petty ; Pag 33

2.3. Hipótesis.

De acuerdo a la naturaleza del estudio la presente tesis no lleva hipótesis por ser una investigación netamente descriptiva unidimensional por tener una sola variable.

2.4. Variables de Estudio.

2.4.1. Variable Única.

Crecimiento de la pequeña empresa

2.5. Definición Operativa de Variables e Indicadores.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Crecimiento de la pequeña empresa	Según Guido Sánchez, Yabár	Es la existencia de dos	-Dirección empresarial	-La actividad Productividad familiar	1.- La pequeña empresa es dirigida por un familiar.

	Es un proceso de mejora de una pequeña empresa que impulsa a alcanzar determinada cuota de éxito y un componente importante de la economía, y en muchos casos, es la base de las medianas y grandes empresas.	características que se podrían considerar como elementos esenciales del proceso de crecimiento de la pequeña empresa, el aumento de la dimensión de la empresa y las modificaciones estructurales que experimenta la misma.		-Los profesionales dedicados a las aplicaciones Documentación de la pequeña empresa	2.- La pequeña empresa es dirigida por un profesional. 3.- El gerente elabora planes de acción para la empresa. 4.-Las actividades que realiza la empresa son todas rutinarias.
			-Organización empresarial	-Tamaño de la empresa. -Crecimiento de la empresa. -Bienestar de los empleados -Reglamento de organización y funciones -Manual de procedimientos	5.- Su pequeña empresa cuenta con el organigrama que dispone las áreas y recursos humanos. 6.- La pequeña empresa cuenta con todos los documentos de gestión. 7.- La pequeña empresa cuenta con el reglamento de

				organización y funciones. 8.- La pequeña empresa cuenta con el manual de procedimientos.	
			-Aspecto comercial	<p>-Índice de ventas.</p> <p>-Precio medio de un artículo.</p> <p>-Ticket medio.</p> <p>-Tasa de interés.</p>	<p>9.- Su sistema de venta es al por mayor.</p> <p>10.- El sistema de venta que realiza logra colocar su producto.</p> <p>11.- El mercado del distrito de Yarinacocha es bueno para su negocio</p> <p>12.- La venta de su empresa es buena en el mercado.</p>
			-Aspecto financiero	<p>-Crédito por entidades financieras</p> <p>-Requerimiento</p> <p>-Rentabilidad</p>	<p>13.-Trabaja con algún banco o Institución financiera</p> <p>14.-Necesita realmente</p>

					apoyo financiero. 15.- Accede a empresas financieras 16.-Ud. considera que el financiamiento le es rentable.
--	--	--	--	--	---

Fuente: Tapia, *Crecimiento de la pequeña empresa: Origen, entrenamiento y evaluación*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid .

CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito del Estudio.

Se realizó en el Distrito de Yarinacocha.

3.2. Tipo de Investigación.

Hernández (2003) Investigación descriptiva: No hay manipulación de variables, estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural.

El tipo de investigación fue descriptivo, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados, se realizaron con procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

3.3. Nivel de Investigación.

Marín, (2012) Investigación Básica parte de un marco teórico y permanece en el. La finalidad radica en formular nuevas teorías o

modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico.

Fue básico descriptivo unidimensional debido a que solo se limitó a describir las principales características de la variable única en estudio, crecimiento de la pequeña empresa.

3.4. Método de Investigación.

GÓMEZ, J. (2006) Método cuantitativo, es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente, en términos cuantitativos, no hay medición perfecta, el resultado hace posible a la representación del concepto que el investigador tiene en mente.

Se aplicó el método cuantitativo, porque utilizamos los números para examinar datos de la información, ya que aportó a la conexión fundamental entre la observación, y la conexión entre la observación y la experiencia matemática, es decir mostramos los números y gráficos como por ejemplo las estadísticas, porcentajes, etc.

-Base de datos

-Distribución de frecuencias

-Tabla comparativa por dimensiones e indicadores de la variable

3.5. Diseño de Investigación

Hernández (2003) El diseño de la presente investigación es de tipo: no experimental ya que se observaron la situación ya existente dentro de las reas de estudio. Este estudio su vez fue de tipo Transeccional, ya que la recolección de información se hizo en un solo momento y en un tiempo único, además de que en este tipo de diseño no experimental, el propósito es describir la variable de estudio y analizar su incidencia en un momento dado.

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental descriptivo.

M-----O
(Muestra) (Observación)

Donde:

M = Muestra conformada por los pequeños empresarios que serán encuestados.

O = Observación de la variable Crecimiento de la pequeña empresa.

3.6. Población, Muestra, Muestreo

3.6.1. Población.

Ramos, 2007) La población es el conjunto de elementos, objetivo. Desde el punto de vista estadístico, se entiende por tal al conjunto de todas las posibles mediaciones u observaciones acerca de las cuales se desea obtener información. La población de estudio estuvo constituido por 40 empresarios del Distrito de Yarinacocha 2016.

3.6.2. Muestra.

Ramos, (2007) La muestra es el sub conjunto de la población. Es la base que amplía la estadística inferencial para extraer conclusiones sobre la población, ahorrándonos el estudio de la población completa que puede ser muy costoso.

La muestra estuvo constituida por 20 empresarios del Distrito de Yarinacocha, de la siguiente manera:

Muestra de estudio

Micro empresario	Nº	Sexo	
		Femenino	Masculino
Distrito de Yarinacocha	20	04	16
Total	20	04	16

Fuente: Registrados en la Municipalidad de Yarinacocha 2016.

3.6.3. Muestreo.

Ramos, (2007) El muestreo no probabilístico en cada unidad no tiene igual probabilidad de participar en la muestra. No se puede calcular un error muestral. Alto riesgo de invalidez producido por la introducción de sesgos.

El muestreo fue No probabilístico, porque se hizo de manera intencional, el criterio que se tomo para seleccionar a los 20 pequeños empresarios del Distrito de Yarinacocha-2016, fueron personas amigas.

3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.7.1. Técnica

Malhorta (1997) La encuesta es una técnica estructurada para recopilar datos que consiste en una serie de preguntas, escritas u orales que debe responder el encuestado.

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta.

3.7.2. Instrumentos.

Malhorta (1997) El cuestionario esta compuesto por preguntas estructuradas son las que especifican en forma previa el grupo de alternativas de respuestas y el formato de las respuestas. Una pregunta estructurada puede ser de opción múltiple dicotómica o de escala.

El instrumento que se utilizo en la presente tesis fue: Instrumento físico cuestionario con 16 Items para recoger información del comportamiento de los micros empresarios en cuanto al crecimiento de las pequeñas empresas.

3.8. Procedimientos de Recolección de Datos

Berger, (1998), Método cuantitativo, recoge y analiza datos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos, sus objetivos son cuantitativo.

Para el procedimiento de la recolección de datos realizamos la encuesta y se aplicó el estadístico “t” de Student porque la muestra fue tomada a 20 micros empresarios del Distrito de Yarinacocha 2016.

3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Los datos cuantitativos fueron procesados y analizados por medios electrónicos, clasificados y sistematizados de acuerdo a las respuestas de los 20 micros empresarios teniendo en cuenta la variable crecimiento de la pequeña empresa a través del programa estadístico SPSS.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

Tabla Nº 1. Resultados: Crecimiento de la pequeña empresa

Nº	Dirección empresarial		Organización empresarial		Aspecto comercial		Aspecto financiero		Crecimiento de la pequeña empresa.		
	Ptj.	Nvl	Ptj.	Nvl	Ptj.	Nvl	Ptj.	Nvl	Ttl	Nvl	NIVEL
1	10	3	8	2	9	3	6	2	33	3	SIEMPRE
2	9	3	12	3	11	3	4	1	36	3	SIEMPRE
3	7	2	9	3	11	3	8	2	35	3	SIEMPRE
4	12	3	11	3	7	2	12	3	42	3	SIEMPRE
5	8	2	11	3	12	3	4	1	35	3	SIEMPRE
6	9	3	12	3	11	3	8	2	40	3	SIEMPRE
7	8	2	5	2	11	3	6	2	30	2	A VECES
8	9	3	11	3	9	3	7	2	36	3	SIEMPRE
9	7	2	11	3	9	3	8	2	35	3	SIEMPRE
10	10	3	10	3	11	3	4	1	35	3	SIEMPRE
11	6	2	8	2	9	3	8	2	31	2	A VECES
12	9	3	12	3	9	3	7	2	37	3	SIEMPRE
13	7	2	12	3	8	2	4	1	31	2	A VECES
14	6	2	4	1	9	3	11	3	30	2	A VECES
15	12	3	11	3	11	3	6	2	40	3	SIEMPRE
16	7	2	11	3	9	3	8	2	35	3	SIEMPRE
17	9	3	9	3	9	3	5	2	32	2	A VECES
18	7	2	7	2	10	3	4	1	28	2	A VECES
19	10	3	5	2	9	3	5	2	29	2	A VECES
20	11	3	12	3	8	2	7	2	38	3	SIEMPRE

Fuente: Encuesta realizadas a los empresarios del distrito de Yarinacocha.

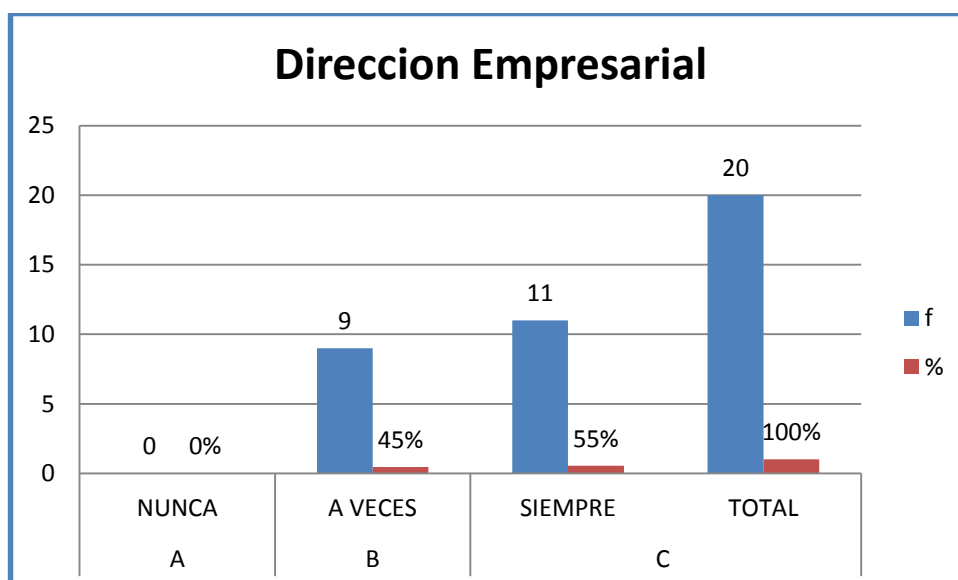
Dirección Empresarial	(3) SIEMPRE 9-12	(2) A VECES 5-8	(1) NUNCA 1-4
Organización Empresarial	(3) SIEMPRE 9-12	(2) A VECES 5-8	(1) NUNCA 1-4
Aspecto Comercial	(3) SIEMPRE 9-12	(2) A VECES 5-8	(1) NUNCA 1-4
Aspecto de Financiamiento	(3) SIEMPRE 9-12	(2) A VECES 5-8	(1) NUNCA 1-4
Crecimiento de la Pequeña Empresa	(3) SIEMPRE 33-48	(2) A VECES 17-32	(1) NUNCA 1-16

Tabla N° 02. Resultados Dirección empresarial

CÓDIGO	Dirección empresarial	fi	%
1	NUNCA	0	0%
2	A VECES	9	45%
3	SIEMPRE	11	55%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Tabla 1.

Figura N° 01. Resultados Dirección empresarial



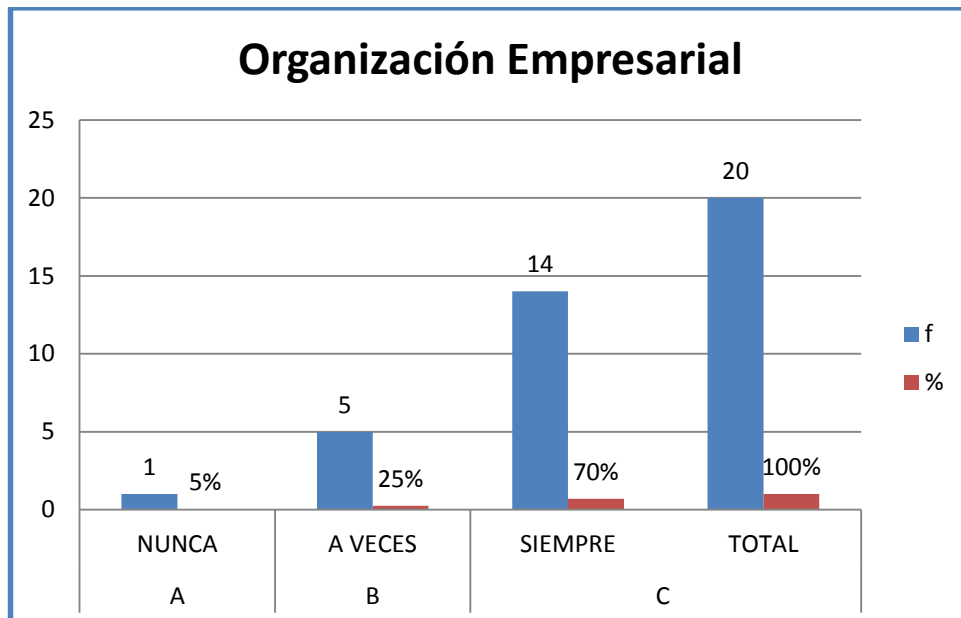
En la figura N° 01 El 55% de los empresarios respondieron que SIEMPRE la dirección empresarial hace crecer la pequeña empresa y el 45% respondieron que A veces, el 0% de los empresarios respondieron que nunca, la dirección empresarial hace crecer la pequeña empresa.

Tabla N° 03. Organización empresarial

CÓDIGO	Organización Empresarial	fi	%
1	NUNCA	1	5%
2	A VECES	5	25%
3	SIEMPRE	14	70%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Tabla 1.

Figura N° 02. Resultados Organización empresarial



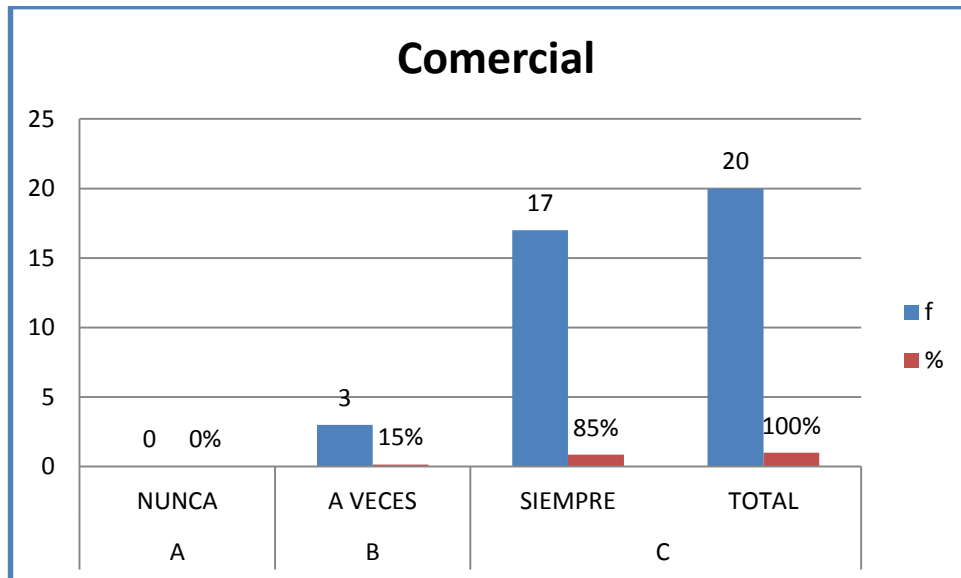
En la figura N° 02 El 70% de los empresarios respondieron que SIEMPRE la organización empresarial hace crecer la pequeña empresa y el 25% respondieron que A veces, el 5% de los empresarios respondieron que nunca, la organización empresarial hace crecer la pequeña empresa.

Tabla N° 04. Comercial

CÓDIGO	Comercial	fi	%
1	NUNCA	0	0%
2	A VECES	3	15%
3	SIEMPRE	17	85%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Tabla 1.

Figura N° 03. Comercial



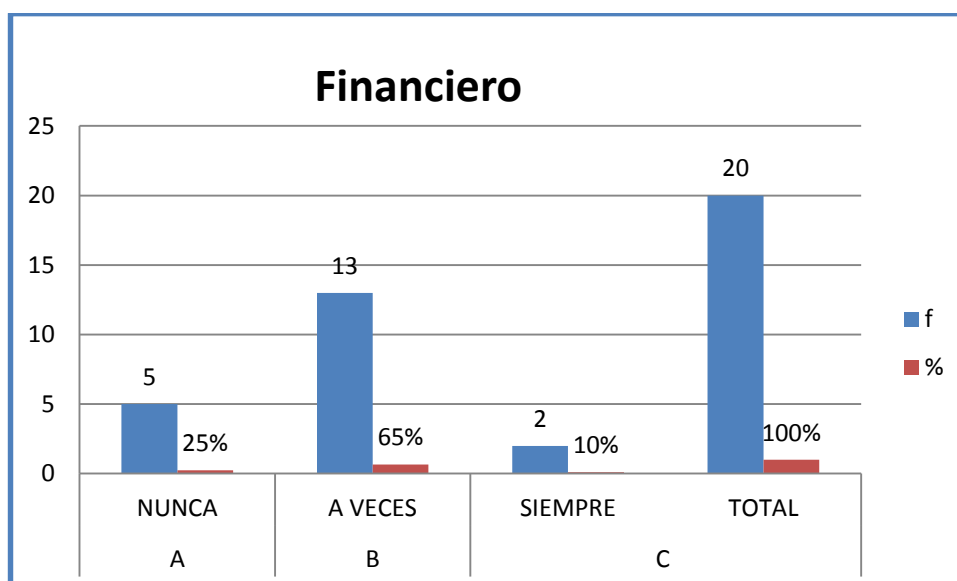
En la figura N° 03 El 85% de los empresarios respondieron que SIEMPRE lo comercial hace crecer la pequeña empresa y el 15% respondieron que A veces, el 0% de los empresarios respondieron que nunca, en lo comercial hace crecer la pequeña empresa.

Tabla N° 05. Resultados financiero

CÓDIGO	Financiero	fi	%
1	NUNCA	5	25%
2	A VECES	13	65%
3	SIEMPRE	2	10%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Tabla 1.

Figura N°04. Resultados Financiero



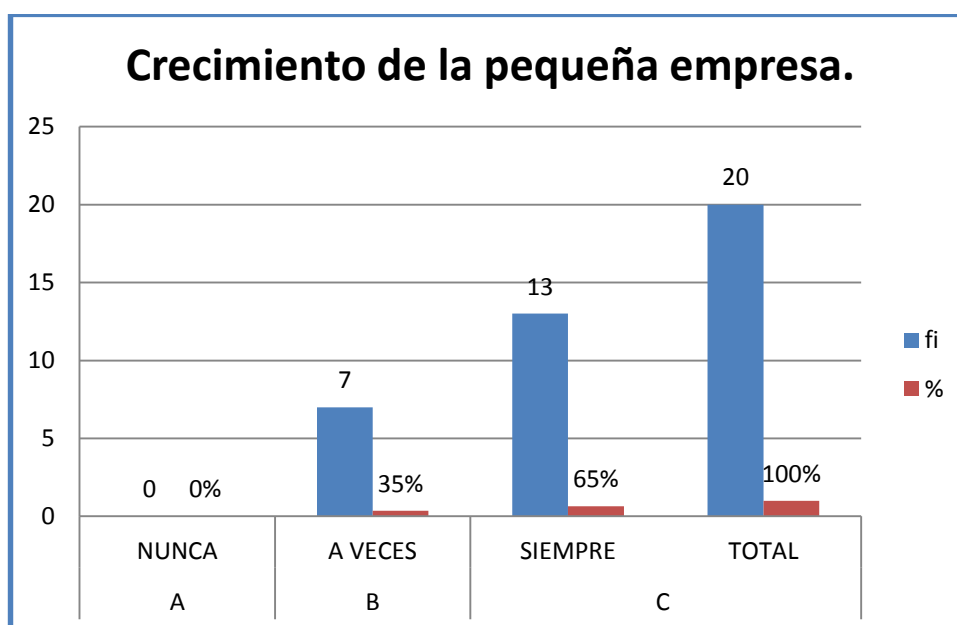
En la figura N° 04 El 10% de los empresarios respondieron que SIEMPRE lo financiero hace crecer la pequeña empresa y el 65% respondieron que A veces, el 25% de los empresarios respondieron que nunca, lo financiero hace crecer la pequeña empresa.

Tabla N° 06. Crecimiento de la pequeña empresa

CÓDIGO	Crecimiento de la pequeña empresa.	fi	%
1	NUNCA	0	0%
2	A VECES	7	35%
3	SIEMPRE	13	65%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Tabla N° 01.

Figura N° 05. Crecimiento de la pequeña empresa



Fuente: Tabla N°. 01.

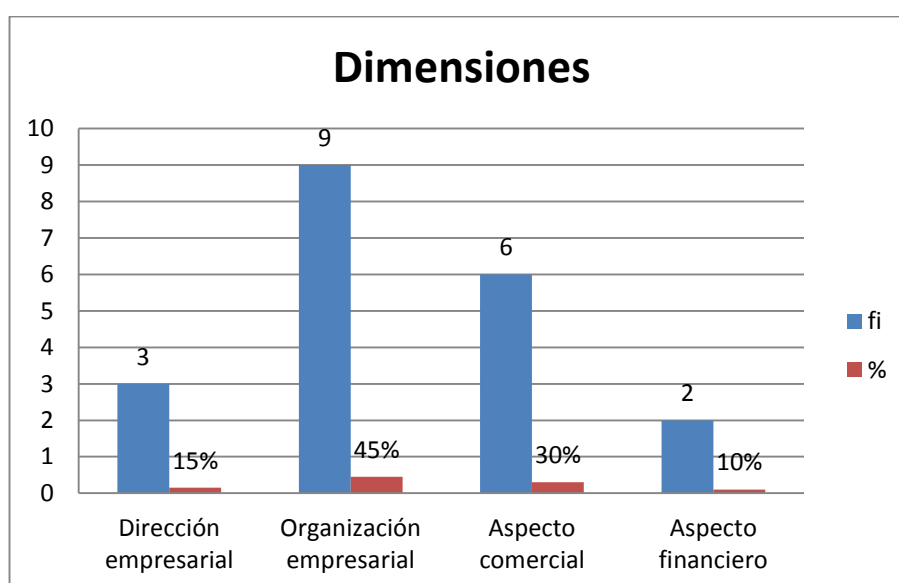
Del total de la muestra, un 65% siempre crece su pequeña empresa, mientras que el 35% a veces crece su pequeña empresa y 0% nunca crece su pequeña empresa.

Tabla N° 07. CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Dimensiones	fi	%
Dirección empresarial	3	15%
Organización empresarial	9	45%
Comercial	6	30%
Financiero	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Tabla N° 01.

Figura N° 06. Crecimiento de la pequeña empresa



Fuente: Tabla N° 01.

La tabla y su respectivo gráfico muestra que el crecimiento de la pequeña empresa más frecuente son las de Organización Empresarial (45%) y lo comercial (30%), seguido es la Dirección Empresarial (15%) y lo financiero (10%).

4.2. Discusión

El crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016. Ha obtenido resultado de la encuesta en la figura N° 01 que la Dirección Empresarial El 15% de los empresarios respondieron que SIEMPRE la dirección empresarial hace crecer la pequeña empresa; los resultados encontrados por los investigadores Fuero (2010) en su investigación denominada: “Las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro ebanistería, en Callería-Pucallpa **concluye:** que la capacitación es relevante para sus empresas Respecto al financiamiento : El 40% de los representantes legales encuestados manifestaron que el financiamiento si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 60% manifestaron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró en los dos últimos años.

Por **Suárez, (2012)** en su investigación “Metodología de innovación tecnológica desde la perspectiva empresarial” los autores manifiestan que ayuda al crecimiento de las Mypes el proceso de innovación que tiene dos partes: la que corresponde a las revoluciones tecnológicas e industriales; y aquella que tiene que ver con las decisiones de cada empresario. Por lo tanto micro innovación es el proceso de innovación desde el punto de vista de los empresarios, único generador del valor que se cristaliza en los mercados.

Y **Kauffman, (2001)** investigo “Factores gubernamentales que contribuyen al desarrollo de las PyMES en México” el autor concluye: Que los Factores gubernamentales de fomento (apoyos y servicios), los Factores personales del empresario, y los Factores del negocio (internos y externos) si contribuyen al desarrollo de las PyMES del sector manufacturero del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA en un 70%.

Se diferencia porque ambas investigaciones fueron trabajados con diferentes pequeños empresarios y encontraron incrementos

significativos en sus resultados finales. Sin embargo en esta investigación se describe que como resultado la Dirección empresarial siempre hace crecer la pequeña empresa en un 15%.

Los resultados de la ficha de encuesta en el figura N° 02, referido a la organización empresarial, se relaciona directamente proporcional con el crecimiento de la pequeña empresa como siempre en un 45% en cambio **Rengifo, (2012)** Problemática de la pequeña empresa de queso en la Región de Ucayali. Propone Analizar la problemática de la situación actual de la pequeña y micro empresa de la ciudad de Pucallpa. Un gran número de PYMES son administradas por sus propietarios, quienes lo hacen de una forma empírica y un menor número tienen una persona capacitada para desarrollar de manera adecuada el proceso administrativo en el negocio.

Los resultados de la figura N° 03, referida al aspecto comercial nos permiten interpretar que un 30% el aspecto comercial si hace crecer a la pequeña empresa. Sin embargo se observa que **Soria, (2011)**, investigó a las microempresas del rubro agua de mesa, en el distrito de Calleria-Pucallpa, presenta un 67% que el financiamiento hizo crecer la rentabilidad de la pequeña empresa.

Los resultados del gráfico N° 04, referido al aspecto financiero nos permiten interpretar que el 10% de los pequeños empresarios respondieron el financiamiento hace crecer a la pequeña empresa, mientras que **Araujo, (2011)**, en su tesis Las micros empresas de sector comercio, rubro abarrotes en Pucallpa, se interpreta que el 100% de los empresarios consideran que el financiamiento hizo crecer la rentabilidad de la pequeña empresa.

De este modo, la tabla 7 y su figura 6, muestran que en la Dirección empresarial el 15% de los pequeños empresarios hace crecer la pequeña empresa , en la organización empresarial el 45% de los pequeños empresarios respondieron hace crecer la pequeña empresa, en el aspecto comercial en un 30% de los pequeños empresarios respondieron

que hace crecer la pequeña y en el aspecto financiero el 10% de los pequeños empresarios respondieron que hace crecer la pequeña empresa, sin embargo, el lapso de la descripción fue suficiente para demostrar el crecimiento de la pequeña empresa, lo que se ve respaldado por Peter Davis, (2008) director del centro de investigación aplicada de Wharton, School de Filadelfia, quien manifiesta tres características: ***Conservar la humanidad en el sitio de trabajo, Enfoque en el largo plazo y Destacar la calidad, que hacen crecer la pequeña empresa.*** En este sentido, se demuestra en la teoría de Patrones Culturales lo postulado por **GibbDyer, W** profesor de BrighamYoungUniversity, (2010) que afirma ha identificado un conjunto de patrones culturales que se aplican a tres facetas de las empresas familiares: el negocio en sí, la familia y la dirección (consejo de directores) del negocio, el patrón de negocios, el patrón familiar y el patrón de dirección forman una configuración cultural global que constituye la cultura total de una empresa familiar.

Finalmente se considera que esta investigación es un aporte que permite contribuir a futuras investigaciones para los pequeños empresarios.

CONCLUSIONES

Al término de esta investigación según los resultados, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Para el crecimiento de la pequeña empresa más frecuentes son la Organización Empresarial (45%) y lo Comercial (30%) en las pequeñas empresas del distrito de Yarinacocha, 2016, tal como se muestra en la tabla N° 07.
- El 55% de los empresarios encuestados afirman que SIEMPRE es necesario la Dirección Empresarial para el crecimiento de la pequeña empresa como se muestra en la tabla N° 02.
- El 70% de los empresarios encuestados afirman que SIEMPRE es necesario la Organización Empresarial para el crecimiento de la pequeña empresa como se muestra en la tabla N° 03.
- El 85% de los empresarios encuestados afirman que SIEMPRE es necesario lo comercial para el crecimiento de la pequeña empresa como se muestra en la tabla N° 04.
- El 65% de los empresarios encuestados afirman que A VECES es necesario lo financiero para el crecimiento de la pequeña empresa como se muestra en la tabla N° 05.

RECOMENDACIONES

1. A las pequeñas empresa del distrito de Yarinacocha, contar con un profesional capacitado en Dirección Empresarial teniendo en cuenta la actividad productiva familiar y el orden de la documentación de los ingresos y egresos de la actividad empresarial.
2. A los empresarios de las pequeñas empresas del distrito de Yarinacocha, realizar adecuadamente la organización empresarial para el crecimiento de la empresa, teniendo en cuenta el bienestar de los empleados y el cumplimiento del reglamento de organización, funciones y el manual de procedimiento.
3. A los empresarios organizar el sistema de venta al por mayor y menor teniendo en cuenta el precio del mercado.
4. Se recomienda a los pequeños empresarios incrementar su capital con las utilidades generadas, para incrementar sus ganancias.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Acuña (2010), Crecimiento de las empresas y su relación con el grado de instrucción en la ciudad de Lima por la Universidad Nacional de San Marcos.
- Acuña L. O. (2010), Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Araujo (2011), Las pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes en Pucallpa.
- Berger y Luckman (1998), Método cuantitativo.
- Echevarría, (1999) Importancia de las MYPES y los retos de competitividad en la producción empresarial.
- Fuero (2010), investigó a las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro ebanistería, en Callería-Pucallpa.
- GibbDyer, W. (1999) Patrones Culturales.
- Gómez García, Joas (2012) Mapa estratégico de las pequeñas empresas como Apoyo en la Formulación de Políticas Públicas” del Instituto Politécnico Nacional (IPN), en la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA).
- Guido Sánchez, Yabár. Crecimiento de la pequeña empresa.
- Hernández (2003) Investigación descriptiva
- Hernández (2003) El diseño de la investigación.
- Kauffman (2001) “Factores gubernamentales que contribuyen al desarrollo de las PyMES en México”.
- Longenecker, Justin G. Carlos W. Moore, J.william Petty. Súper Posición de la Familia y la Empresa.
- Malhorta (1997) La encuesta e Instrumentos de Medición.

- Oscar Vásquez Luna (2010) La Creación e implementación de las PYMES avícolas en la provincia de Lima.
- Peter Davis, director del centro de investigación aplicada de Wharton, de Wharton School de Filadelfia, Empresa familia.
- Ramos, Antony (2007) La población, muestra y muestreo en Estudio.
- Rengifo Cárdenas, Katy (2012) Problemática de la pequeña empresa de queso en la Región de Ucayali.
- Roja Medina Elisa (2002) La pequeña y micro empresa frente al sistema nacional. desde un punto de vista legal, laboral y tributario.
- Soria (2011), investigó a las microempresas del rubro agua de mesa, en el distrito de Calleria-Pucallpa.
- Suárez y Martín, (2008). "Elaboración del modelo mexicano y el nivel de desarrollo económico.
- Suárez y Martín, (2012) "Metodología de innovación tecnológica desde la perspectiva empresarial".
- Tapia, J. (s/f). *Crecimiento de la pequeña empresa: Origen, entrenamiento y evaluación*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Vela (2008), la Caracterización de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú y desempeño de las micro finanzas. Lima-Perú.
- Villarán, Fernando (2003) Empleo y pequeña empresa en el Perú. Editorial Didi en Ateta S.A. Lima-Perú.

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

CUESTIONARIO ENCUESTA CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA

INTRODUCCIÓN: Amigo empresario el objetivo de la encuesta es conocer el crecimiento de las pequeñas empresas en el Distrito de Yarinacocha - 2016. Solicito responder el cuestionario encuesta con sinceridad, marcando con una (X) la que mejor exprese.

1 NUNCA	2 A VECES	3 SIEMPRE
---------	-----------	-----------

PARTE: Crecimiento de la Pequeña Empresa

Dimensiones/ ítems	1	2	3
Dimensión: Dirección empresarial			
1	¿La pequeña empresa es dirigida por un familiar?		
2	¿La pequeña empresa es dirigido por un profesional?		
3	¿El gerente elabora planes de acción para la empresa?		
4	¿Las actividades que realiza la empresa son todas rutinarias?		
Dimensión: Organización empresarial			
5	¿Su pequeña empresa cuenta con el organigrama que dispone las areas y recursos humanos?		
6	¿La pequeña empresa cuenta con todos los documentos de gestión?		
7	¿La pequeña empresa cuenta con el reglamento de organizaciones y funciones?		
8	¿La pequeña empresa cuenta con el manual de procedimientos?		
Dimensión: Aspecto comercial			
9	¿Su sistema de venta es al por mayor?		
10	¿El sistema de venta que realiza logra colocar su producto?		
11	¿El mercado del distrito de Yarinacocha es bueno para su negocio?		
12	¿La venta de su empresa es buena en el mercado?		
Dimensión : Aspecto Financiero			
13	¿Trabaja con algún banco o Institución financiera?		
14	¿Necesita realmente apoyo financiero?		
15	¿Accede a empresas financieras?		
16	¿Ud. considera que el financiamiento le es rentable		

Total			
Total General			

Gracias.

ANEXO 2
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA EN EL DISTRITO DE YARINACocha, 2016”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA		
<p>GENERAL ¿Cuál será el crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016?</p> <p>ESPECÍFICOS ¿Cuál será el crecimiento en la dimensión Dirección empresarial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016?</p> <p>¿Cuál será el crecimiento en la dimensión organización empresarial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?</p> <p>¿Cuál será el crecimiento en la</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha, 2016.</p> <p>ESPECIFICO</p> <p>-Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la Dimensión Dirección empresarial 2016.</p> <p>-Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión Organización empresarial.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>De acuerdo a la naturaleza del estudio el presente proyecto no lleva hipótesis por ser una investigación netamente descriptiva unidimensional por tener una sola variable.</p>	<p>Crecimiento de la pequeña empresa</p>	<p>1. Dirección empresarial</p> <p>2. Organización empresarial</p>	<p>-La actividad Productividad familiar</p> <p>-Los profesionales dedicados a las aplicaciones</p> <p>Documentación de la pequeña empresa</p> <p>-Tamaño de la empresa.</p> <p>-Crecimiento de la empresa.</p> <p>-Bienestar de los empleados</p> <p>-Reglamento de organización y funciones</p> <p>-Manual de procedimientos</p>	<p>TIPO Y NIVEL</p> <p><u>Tipo de Investigación.</u></p> <p>El tipo de investigación fue descriptivo, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados, se realizaron con procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p> <p><u>Nivel de Investigación</u></p> <p>Fue básico descriptivo unidimensional debido a que solo se limito a</p>	<p><u>POBLACION</u></p> <p>La población de estudio estuvo constituido por 40 empresarios del Distrito de Yarinacocha 2016.</p> <p><u>MUESTRA</u></p> <p>La muestra estuvo constituida por 20 empresarios del Distrito de Yarinacocha-, de la siguiente manera:</p> <p><u>MUESTREO</u></p>	<p><u>TÉCNICA.</u></p> <p>La técnica que se utilizo en el presente proyecto fue la encuesta. Esta técnica se empleo para determinar el instrumento que permitió la encuesta y la observación directa de la muestra, en función de comportamientos esperados.</p> <p><u>INSTRUMENTOS</u></p> <p>El instrumento que se utilizo en el presente proyecto fue: Instrumento físico cuestionario con 16 Items para recoger información del comportamiento de los micros empresarios en cuanto al crecimiento</p>

<p>dimensión aspecto comercial de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?</p> <p>¿Cuál será el crecimiento en la dimensión aspecto financiero de la pequeña empresa en el Distrito de Yarinacocha 2016?</p>	<p>-Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión aspecto comercial.</p> <p>-Determinar el crecimiento de la pequeña empresa en la dimensión aspecto financiero.</p>			<p>3. Aspecto comercial</p> <p>4. Aspecto financiero</p>	<p>-Índice de ventas. -Precio medio de un artículo. -Ticket medio. -Tasa de interés</p> <p>-Crédito por entidades financieras -Requerimiento Rentabilidad</p>	<p>describirlas principales características de la variable única en estudio, crecimiento de la pequeña empresa.</p> <p><u>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</u> El diseño que se utilizo en esta investigación fue no experimental descriptivo.</p> <p>M ----- O</p> <p>(Muestra) (Observación) Donde:</p> <p>M = Muestra conformada por los pequeños empresarios que serán encuestados.</p> <p>O = Observación de la variable Crecimiento de la pequeña empresa.</p>	<p>El muestreo fue No probabilístico, porque se hizo de manera intencional solo se tomo a los micro empresarios del Distrito de Yarinacocha- 2016, porque la producción fue casi parecidas.</p>	<p>de las pequeñas empresas. El instrumento de recolección de datos fue validado mediante el juicio de expertos.</p> <p><u>Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos</u></p> <p>Los datos cuantitativos fueron procesados y analizados por medios electrónicos, clasificados y sistematizados de acuerdo a las respuestas de los 66 micros empresarios teniendo en cuenta la variable crecimiento de la pequeña empresa a través del programa estadístico SPSS.</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--