



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS:

**“MICROCRÉDITO Y CREACION DE UNA EMPRESA DE
MICROFINANZAS EN MUJERES EMPRENDEDORAS EN
EL DISTRITO DE SANTIAGO – CUSCO 2018”**

PRESENTADO POR:

Bach. ROCIO YANA CURTI

ASESOR:

MG ANA LUISA BARRIGA ZEGARRA

**PARA OPTAR AL TITULO: LICENCIADO ADMINISTRACION Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PUERTO MALDONADO - PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicó esta investigación, a Dios, mis padres, hermanos y familiares; por su apoyo, comprensión, esfuerzo y sacrificio durante todo el tiempo de formación académica sin ellos no hubiera logrado mis planes y objetivos.

Agradecimiento

Gracias a mi Alma Mater la Universidad Alas Peruanas, Escuela Académica de Administración y Negocios internacionales, por haber permitido formarme en sus aulas. A todas las personas participes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes, que fueron los responsables de realizar sus aportes lo que hoy se refleja en la culminación de mi trabajo de investigación; agradecida de todo mi corazón.

ÍNDICE

<i>Dedicatoria</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>iii</i>
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Descripción del problema	13
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Problema General	16
1.2.2. Problema Específicos	16
1.3. Objetivos de la investigación.	17
1.3.1. Objetivo General	17
1.3.2. Objetivo Específicos	17
1.4. Hipótesis y variables de la investigación	17
1.4.1. Hipótesis General	17
1.4.3. Variables:	18
b) Conceptualización de las Variables	18
b) Enfoque de Investigación	20
1.5.2. Método y Diseño de la Investigación	20
1.5.3. Población y Muestra de la Investigación	21
b) Tamaño de la Muestra	22
1.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	22
Técnicas:	23
Entrevista a experto	23
1.5.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación	23
b) Importancia	24
CAPITULO II	27
MARCO TEORICO	27
2.1. Antecedentes del estudio	27
2.1.1. Antecedentes Internacionales	27

2.1.2.	Antecedentes de la Investigación Nacionales.	30
2.2.	<i>Bases teóricas</i>	34
2.2.1.	Crédito.....	34
2.2.1.1	Formalización de créditos	35
2.2.1.2	Microcrédito	35
2.2.1.3	Características del Microcrédito.....	36
	Es posible destacar dichas características:	36
	Objetivos de los Microcréditos	36
	Beneficios de los Microcréditos	37
2.2.1.5	Los Microcréditos y el Impacto del Instrumento financiero en los Beneficiarios.....	37
2.2.1.7	Ahorro	39
a.	Fomento al ahorro.....	39
b.	Uso del Ahorro	40
2.2.1.8	Socio emprendedor (socio)	41
2.2.1.9	Banco Comunal	41
2.2.2	. ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA MICROFIANANCIERA	42
2.2.2.1	Requisitos para acceder al crédito	42
a.	Documentos requeridos.....	43
2.2.2.2	Reseña Histórica de la Empresa Microfinanciera	43
2.2.2.3	Ventajas para los socios emprendedores Microcrédito	47
	<i>Promoción al ahorro en la Unidad de Empresa Microfinanciera.....</i>	47
2.2.2.4	Valores de las Socios	48
2.2.2.4	Microcréditos de los Bancos Comunales:.....	49
2.2.2.5	Graduación de la Empresa Microfinanciera.	50
2.2.3	<i>Definición de términos básicos</i>	50
✓	Aspecto Empresarial.....	50
✓	Bancos Comunales	51
✓	Gestión Financiera	51
✓	Interés	51
✓	Inversiones.....	51
✓	Microfinanzas.....	52
✓	Préstamos Bancarios:	52
✓	Prestamistas	52
✓	Reglamento Interno:.....	52
✓	Socio:.....	52
✓	Tasa de interés:	53

✓ Gasto.....	53
✓ Utilidad.....	53
✓ Ingreso.....	53
CAPITULO III.....	54
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	54
3.1. Análisis de tablas y gráficos.....	54
Mercado Potencial.....	54
.....	56
3.1.1. Características Generales.....	60
3.1.2. Factores importantes para la adquisición de un microcrédito	61
3.1.3. Conocimiento de la competencia	64
3.1.4. Características de los créditos.....	64
CAPÍTULO IV.....	73
PROCESO DE CONTRASTE DE HIPÓTESIS	73
3.2. Discusión de resultados	80
Conclusiones	82
Recomendaciones.....	83
TERCERO	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición de población objetivo	21
Tabla 2: Tamaño de la Muestra	22
Tabla 3: Diferencias entre Crédito Convencional y Microcrédito	38
Tabla 4: Junta Directiva de la Empresa Microfinanciera	42
Tabla 5: Solicitud y disposición a adquirir microcréditos	55
Tabla 6: Disposición a adquirir un crédito para iniciar un nuevo negocio según rango de edad.	56
Tabla 7: Mujeres con negocio propio	57
Tabla 8: Iniciativa a emprender un negocio propio	58
Tabla 9: Iniciativa a emprender un negocio vs. Disposición a adquirir un microcrédito.	58
Tabla 10: Ocupación	60
Tabla 11: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito	61
Tabla 12: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito	62
Tabla 13: Conocimiento de lo que es una Microfinanciera	63
Tabla 14: Utilidad del microcrédito	63
Tabla 15: Monto a financiar	65
Tabla 16: Frecuencia de pago	66
Tabla 17: Factores importantes para la adquisición de un crédito	67
Tabla 18: Situación actual de las Micro financieras	68
Tabla 19: Investigación de la competencia	69
Tabla 20: Características de los microcréditos	70
Tabla 21: Tasa de interés	71
Tabla 22: Cartera Vencida	71
Tabla 23: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	72
Tabla 24: Coeficiente de correlación de las variables microcrédito y creación de una empresa de microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de santiago – cusco 2018	74
Tabla 25: Tabulación cruzada entre las Coeficientes de correlación de la variable Microcrédito y el aspecto empresarial	75
Tabla 26: Coeficiente de correlación de la variable Microcrédito y el aspecto empresarial.	76
Tabla 27: Tabulación cruzada entre la variable microcrédito y aspecto empresarial	77
Tabla 28: Coeficiente de correlación de la variable microcrédito y aspecto financiero	78
Tabla 29: Tabulación cruzada entre la variable microcrédito y el aspecto financiero	78
Tabla 30: Coeficiente de correlación de la variable microcrédito y aspecto social	79
Tabla 31: Tabulación cruzada entre la variable Gestión comercial y conservación del medio ambiente.	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Solicitud y disposición a adquirir microcréditos	55
Grafico 2: Disposición a adquirir un crédito para iniciar un nuevo negocio según rango de edad.	56
Grafico 3: Mujeres con negocio propio	57
Grafico 4: Iniciativa a emprender un negocio propio	58
Grafico 5: Iniciativa a emprender un negocio vs. Disposición a adquirir un microcrédito	59
Grafico 6: Ocupación	60
Grafico 7: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito	61
Grafico 8: Factores que inhiben a la adquisición de un microcrédito	62
Grafico 9: Conocimiento de lo que es una Micro financiera	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la Empresa Microfinanciera.	45
---	----

RESUMEN

Las mujeres emprendedoras quienes conforman un grupo humano de suma importancia en este proceso de investigación y cambio puesto que como potencial humano se desenvuelven socialmente y tiene formas y estilos de vida según su formación y entorno social, el cual influye en la calidad de ser emprendedora de esta problemática surgió el interés de estudiar la siguiente interrogante ¿Existe relación entre Microcrédito y la Creación de una empresa microfinanciera en el distrito de Santiago en año 2018? Para lograr los objetivos a este potencial humano. Frente a ellos el objetivo de la investigación fue: determinar la relación que existe entre la Microcrédito y la Creación de una empresa microfinanciera en el Distrito de Santiago en el año 2018.

Asimismo, identificar las características resaltantes de la Calidad de Servicio y caracterizar el nivel de gestión de los créditos en el Distrito de Santiago que nos permite realizar el estudio.

La razón fundamental de la investigación es plantear estrategias para mejorar la condición de la mujer emprendedora para ser una micro empresaria, cambiando el pensamiento tradicional y obsoleto que la mujer solo es ama de casa, para aceptar los cambios que se están operando dentro del microcrédito, ya que una favorece al logro de los objetivos familiares y cambio que lograra una mejor condición de vida en la comunidad, que es la razón del desarrollo del Distrito de Santiago.

ABSTRACT

Women entrepreneurs who form a human group of utmost importance in this process of research and change since as a human potential they develop socially and have lifestyles and lifestyles according to their training and social environment, which influences the quality of being an entrepreneur of This problem raised the interest of studying the following question: Is there a relationship between Microcredit savings and the creation of a financial in the district of Santiago in 2018? To achieve the objectives to this human potential.

In front of them, the objective of the research was: to determine the relationship between Microcredit and savings and the creation of a financial institution in the District of Santiago in 2018.

Likewise, identify the outstanding characteristics of the Quality of Service and characterize the level of credit management in the District of Santiago that allows us to carry out the study.

The fundamental reason for the research is to plan strategies to improve the status of the enterprising woman to be a micro entrepreneur, changing the traditional and obsolete thinking that the woman is only a housewife, to accept the changes that are taking place within the microcredit, since one favors the achievement of family goals and change that will achieve a better living condition in the community, which is the reason for the development of the District of Santiago

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es desarrollada para optar al título de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales y corresponde a un estudio de factibilidad para la creación de una organización empresarial con el objetivo de financiar microcréditos en el Distrito de Santiago, provincia y distrito Cusco.

El acceso a los recursos y en especial los financieros constituyen una de las principales barreras para el desarrollo de los pueblos y el mejoramiento de su calidad de vida, según el Informe Mundial de Desarrollo (IMD-WDR`s). Los indicadores de desarrollo humano y económico muestran que de los 5,5 millones de personas que viven en los Países en desarrollo más del 20% viven con menos de \$ 4,25 dólares al día, significa en nuestro país con aproximadamente de 15 a 20 soles es decir se encuentran en el umbral de lo que se conoce como pobreza extrema, esto es más grave aún dado que al menos el 75% de la población mundial vive con menos de \$ 4 dólares al día, lo que da una idea de la cantidad de personas que se encuentran cerca de la línea de pobreza y que a pesar de los avances importantes en ciencia, tecnología, comunicaciones, comercio, finanzas, etc., siguen siendo vulnerables por los azotes de la pobreza.

En América Latina, el acceso a los recursos de crédito de corto, mediano y largo plazo sigue siendo un limitante para la creación y desarrollo de medianas, pequeñas y microempresas, debido principalmente a la dificultad que enfrentan dichos proyectos para conseguir financiamiento a largo plazo. Consideran que el crédito a medianas, pequeñas y microempresas sigue siendo caro y altamente riesgoso, lo que conlleva a que no se atiende suficientemente este segmento de mercado y a no desarrollar estrategias de análisis y colocación de créditos y gestión de cartera especializados. Así mismo, los mercados de capitales necesarios para desarrollar el capital de riesgo y la capital semilla o de inicio se encuentran en una fase inicial muy incipiente. Aunque es común que los emprendedores usen fondos propios y préstamos de familiares y amigos para el inicio de sus negocios, en muchos países de América Latina el acceso a fuentes externas es más difícil que en otras regiones del mundo. Este problema de acceso al financiamiento es más resaltante en los primeros años de vida de organizaciones empresariales por el alto costo de crédito, la falta de confianza de los bancos con respecto a los proyectos,

el exceso de documentación de los intermediarios financieros y el requisito de excesivas garantías.

En el caso del Perú, estos indicadores presentan una tendencia similar: de los 32 millones de peruanos según el INEI, el 34,1% se encuentra en línea de pobreza y el 10,6% en niveles de pobreza extrema; en contraste según el indicador de bancarización, que mide la relación entre el número de personas mayores de edad con al menos un producto financiero, incluyendo depósitos electrónicos, sobre el total de la población adulta, alcanzo 69,2%, lo que representa un incremento de 2,8 puntos porcentuales respecto al 66,4% observado en el mismo periodo del año anterior. El microcrédito otorgado por las entidades del sistema financiero del País, presenta un crecimiento del 154% en el número de usuarios entre el año 2015 y el 2018.

Consecuentemente la ciudad de Cusco, se ubica entre las cinco primeras del País con mayor índice de desempleo y dentro de las personas ocupadas se encuentra que un 35% corresponde a empleos formales y el 65% restantes a empleos informales.

En base a la realidad descrita y considerando que los gobiernos tienen como prioridad en sus planes de desarrollo realizar gestiones tendientes a la reducción de los índices de pobreza, se requieren crear ambientes que permitan el acceso a los recursos y la información reduciendo los costos necesarios para facilitar el acceso de familias que permita elevar el nivel de ingreso; así mismo fomentar los procesos de asociatividad ya que mediante acciones colectivas se pueden lograr cambios positivos y aprovechamiento de oportunidades, desde el hogar, la comunidad, empresas, el sistema financiero, el estado. En el Capítulo IV, se presenta el presupuesto que se utilizara en la elaboración del presente trabajo de investigación. En el Capítulo V se considera el cronograma de actividades del presente trabajo de investigación, también será incluida la bibliografía, los anexos respectivos del trabajo de investigación.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En la actualidad Perú está pasando por un periodo de cambio, en el cual la distribución de las actividades económicas entre varones y mujeres ha registrado cambios importantes en las últimas décadas, es decir, cada vez más mujeres se insertan en las actividades laborales generando economía en sus hogares.

En Perú existen 105 mujeres por cada 100 hombres, lo que significa que poco más de la mitad de la población nacional está compuesta por mujeres sin embargo solamente 15 mujeres por cada 100 hombres participan en la actividad económica. (Ministerio de la mujer, 2016)

Este panorama representa una oportunidad potencial para aumentar y apoyar el emprendimiento femenino tomando en cuenta que los hogares peruanos encabezados por mujeres se han incrementado de 4.5 a 5.6 millones hasta el 2015. (Ministerio de la mujer, 2016)

El creativo emprendedor peruano siempre ha sido un buscador de oportunidades que le ha permitido por excelencia ser experto especialista, sin

embargo el contexto económico es desfavorable en relación al financiamiento del emprendedor por parte de las entidades financieras, que no podemos considerar aliados estratégicos y son simplemente proveedores de dinero que aplican altas tasas de interés, todo ello ha obligado al emprendedor a desarrollar actividades económicas a menor escala y de manera informal, impidiéndole contar con una administración eficiente en sus ingresos y ahorros.

Por otro lado, se tiene el gran problema del ahorro en nuestro país. Utilizando una premisa en materia de ahorrar el cual permite indicar, es reservar algo valioso para utilizarlo en el futuro y de esta forma tener los recursos necesarios para tener un 90% de probabilidad de contar con estabilidad económica y posiblemente empresarial, financiera, académico, social y contar con una buena salud, en términos técnicos calidad de vida, sin embargo muchos ciudadanos (as) cusqueños (as) no toman en consideración la importancia de ahorrar y no se encuentran preparados para para emprender un negocio o afrontar posibles problemas personales como: pago de deudas, pago de las matrículas escolares, un evento social, enfermedad o poner en marcha el comienzo de una nueva empresa o la ampliación de una existente.

Los microcréditos que ofrecen en cartera de créditos las Instituciones financieras que está considerado como una herramienta vital para el desarrollo el cual ofrece acceso crediticio mercado financiero a aquellas personas excluidas por el sistema financiero debido la falta de garantías exigidas por las entidades adscritas a la superintendencia de banca y seguros y AFPs, y el fomento al ahorro permite que el solicitante de crédito no solo logre adquirir un financiamiento propio, sino que también ahorre ya sea para emprender su propio negocio o afrontar posibles gastos.

Otro aspecto que nos permita destacar, es que el incremento en la Actividad Económica del país por parte de las mujeres emprendedoras, se debe principalmente a la disminución de la tasa de fecundidad, el incremento de los niveles de escolaridad, aumento en las expectativas profesionales, en la autonomía personal y economía, pero también en una mayor exposición al desempleo, a menores salarios o al subempleo. Una vez analizado el

panorama general se propone la creación de un proyecto que proporcione recursos que motiven a las mujeres a crear sus propias microempresas o formas de autoempleo para cubrir necesidades económicas básicas que se presentan, así desarrollamos así un plan de negocios para poder otorgar microcréditos a mujeres emprendedoras en el Distrito de Santiago - Cusco.

Con el cambio de gobierno en el contexto nacional, también existen nuevas alternativas, dentro del programa nacional está permite impulsar nuevas regulaciones que termine con la discriminación laboral, la mejoría en las condiciones políticas del país nos permite impulsar el desarrollo productivo de las mujeres, además de mayores accesos a créditos para facilitar a las mujeres la creación de su patrimonio. (Procompite, 2016)

Para la realización de este proyecto de investigación es necesario tomar en cuenta, las diferentes variables que puedan intervenir o afectar en el proyecto, una de ellas es la inestabilidad económica de nuestro país, ya que podría afectar directamente en desarrollo normal de la actividad de la empresa, debido a que como deudores de crédito al momento de una inflación o de un desequilibrio económico las tasas de interés suben afectando tanto a los clientes deudores como a la misma gestión de la empresa, lo cual hace que pierda su sostenibilidad a nivel de rentabilidad.

Otro de los aspectos más importantes en el ámbito político – social ya que es indispensable tomar en cuenta la realización de trámites excesivos para abrir un negocio las regulaciones gubernamentales a las que están sujetas las micro financieras, para el otorgamiento de préstamos. En cuanto al aspecto social existen diferentes obstáculos que enfrentan las mujeres para acceder algún tipo de oportunidad como son la cultura discriminatoria, la desvalorización de las capacidades y aportaciones, la ausencia de mecanismos que promuevan la participación de las mujeres y la responsabilidad en el ámbito familiar. (Ministerio de la mujer, 2016)

Al enfocarse dentro del sector femenino como sector meta, es importante tomar en cuenta el papel y la posición que juega el rol de la mujer en la sociedad hoy en día, así como las características que hacen de estas un mercado atractivo

y confiable para la empresa.

Finalmente al considerar la creación de una microfinanciera permite contribuir al desarrollo regional de la entidad, porque fomenta la cultura del autoempleo y de la iniciativa propia, a su vez este permitirá generar mayores y mejores oportunidades, para las mujeres emprendedoras y sus respectivas familias, esto permite aumentar el crecimiento en número de población económicamente activa, lo cual permitirá elevar la calidad de vida y el bienestar de muchas familias, por lo que se considera un buen aporte social para el apoyo del desarrollo emprendedor de las mujeres trabajadoras del distrito de Santiago, que tiene como lema, "mujer emprendedora".

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Problema General

¿Existe relación entre el Microcrédito y la creación de una empresa de microfinanzas en las mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago - Cusco 2018?

1.2.2. Problema Específicos

PE.1 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?

PE.2 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?

PE.3 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo General

Determinar la situación del Microcrédito de las mujeres emprendedoras que influye en la creación de una empresa de Microfinanzas en el distrito de Santiago - Cusco 2018.

1.3.2. Objetivo Específicos

OE1. Determinar la relación entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018.

OE.2. Determinar la relación entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

OE.3. Determinar la relación entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

1.4. Hipótesis y variables de la investigación

1.4.1. Hipótesis General.

Existe relación significativa entre el Microcrédito y la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago - Cusco 2018.

1.4.2. Hipótesis secundarias

HE.1. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago - Cusco 2018.

HE.2. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago - Cusco 2018.

HE.3. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago - Cusco 2018

1.4.3. Variables:

a) Identificación de Variables

Variable Independiente: Microcrédito.

Variable Dependiente: Empresa financiera de Microfinanzas

b) Conceptualización de las Variables

Variable Independiente: Microcrédito: Son pequeños préstamos que se conceden a las personas con un reducido nivel de recursos económicos, es decir, a aquellas que carecen de las garantías suficientes para acceder al sistema bancario tradicional, pero que tienen capacidad emprendedora, por lo que también se les denomina “pobres emprendedores” (gil, 2019)

Variable Dependiente: La Microfinanzas es un crédito otorgado para personas de bajos recursos, que tiene como principal destino ser invertido en un emprendimiento productivo, que pequeños negocios. (Grandes - Satorre, 2012).

Operacionalización de las variables:

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE: MICROCRÉDITO	Pequeños préstamos que se generan a las personas con un reducido nivel de recursos económicos, es decir, a aquellas que carecen de las garantías suficientes para acceder al sistema bancario tradicional. Pero que tienen capacidad emprendedora, por lo que también se les denomina "pobres emprendedores".	<ul style="list-style-type: none"> - Ahorro - Tiempo - Interés - Capital 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis documental - Método Alemán - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Ficha de registro de datos - Matemática Financiera. - Cuestionario
VARIABLE DEPENDIENTE EMPRESA DE MICROFINANZAS	Empresa de Microfinanzas es un crédito otorgado para personas de bajos recursos, que tiene como principal destino ser invertido en un emprendimiento productivo.	<ul style="list-style-type: none"> - Aspecto Empresarial - Aspecto Financiero - Aspecto Social 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis documental - Encuesta 	

1.5. Metodología de la investigación

Para la elaboración de cualquier proyecto o investigación es necesario llevar a cabo una serie de pasos detallados que sirvan como guía para el cumplimiento de los objetivos planteados anteriormente, a lo cual se denomina metodología. Este proyecto se tomará como base la metodología propuesta por la autora de la investigación Roció Curí (2018), tomando en cuenta que en la etapa de la determinación de la muestra se llevara a cabo lo propuesto.

1.5.1. Tipo de Nivel de la Investigación

a) Tipo de Investigación

El tipo de mi investigación es de Tipo Básica porque no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues sólo permite buscar profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad en relación al estudio propuesto. (Diaz, 2013)

b) Enfoque de Investigación

El enfoque de la investigación tiene la finalidad cuantitativa porque permite la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico. (Fernandez Collado, 2014).

1.5.2. Método y Diseño de la Investigación

a) Método de la Investigación

El trabajo de investigación que tiene por alcance correlacional permite buscar y especificar propiedades, características importantes de cualquier fenómeno que permita analizar. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos a las variables a las que se refiere. (Fernandez Collado, 2014).

b) Diseño de la Investigación

Se aplicará en la investigación el diseño no experimental puesto que en este tipo de investigaciones los estudios se realizan sin la manipulación deliberada de variables en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. (Fernandez Collado, 2014).

c) Alcance de la Investigación

El trabajo de investigación realizado es de alcance correlacional porque busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos a las variables a las que se refiere. (Fernandez Collado, 2014)

1.5.3. Población y Muestra de la Investigación

a) Población

La población en nuestra investigación son organizaciones de mujeres emprendedoras por actividades que accederán al microcrédito y el ahorro en la creación de nuestra microfinanciera en el distrito de Santiago de la Ciudad del Cusco.

Tabla 1: Definición de población objetivo

POBLACIÓN OBJETIVO	Recopilación de elementos u Objetivos que poseen la información deseada por el investigador.
ELEMENTO	Objetivo que contiene la información buscada, acerca de la cual se harán deducciones.
UNIDAD DE MUESTREO	Unidad básica que contiene los elementos de población que serán muestreadas.
EXTENSIÓN	Límite Geográfico.
TIEMPO	Lapso en consideración.

Este apartado se refiere a la cantidad de personas que se requieren en la investigación. Se toma en cuenta el tipo de investigación no probabilística, se estima que la cantidad mínima a encuestar es de **100 personas**, considerando que la naturaleza de este proyecto de

investigación para la identificación de un problema, ya que se busca determinar el mercado potencial para la micro financiera.

b) Tamaño de la Muestra.

El tamaño de muestra se determinó aplicando los criterios que a continuación se detalla:

Tabla 2: Tamaño de la Muestra

CRITERIOS	
✓	Nivel de confiabilidad 95% (Z = 1.96).
✓	Margen de error + 5% (e)
✓	Probabilidad de ocurrencia del fenómeno 50% (P)
✓	Tamaño de la población de 500(N).

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

n = (500 * 1,96² * 0,5 * 0,5) / (499 * 0,05² + 1,96² * 0,5 * 0,5 = 100.20

Aplicando la secuencia de la formula, nos da como resultado muestra una de 100 mujeres emprendedora, para ser encuestados aplicando a las tareas el sistema aleatorio simple y proporcional a las áreas de trabajo.

1.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Los instrumentos de aplicación en las encuestas estructurados sobre un tema en particular, las cuales serán implementadas en el análisis de entorno, en el estudio de mercado, ambiental y organizacional. Para tal fin, se realizaron entrevistas a personas del nivel directivo con conocimientos de las empresas del servicio de microcrédito. Igualmente, se usaron instrumentos de tipo documental especialmente para los estudios de mercado y el contexto legal.

a) Técnicas

El uso de la técnica de la investigación que se utiliza en el presente trabajo de investigación, es la aplicación de encuesta y el instrumento que emplea será el cuestionario, el cual será adecuadamente formulado

y aplicado a las mujeres emprendedoras del distrito de Santiago.

Técnicas:

- Encuesta
- Análisis Documental
- Método Alemán

b) Instrumentos

“El desarrollo de los principales objetivos de esta fase consisten en elaborar todas las formas de recolección de datos, procesarlos y analizarlos para generar las estructuras apropiadas para darles interpretación como información significativa para abordar el problema principal de la investigación”

- Cuestionario
- Ficha de registro de Datos
- Matemática Financiera

Entrevista a experto

El cuestionario de entrevista fue elaborado con la finalidad de obtener la información que proporcionaran y esto permitirá la situación en la que se encuentran las microfinancieras en la actualidad y cubrir los objetivos y necesidades de información planteados anteriormente.

1.5.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación

a) Justificación.

Con la elaboración y sustentación de un plan de negocios para la creación de una microfinanciera se busca brindar un apoyo directo a las mujeres emprendedoras del distrito de Santiago que quieran y tengan una idea de negocio para emprender.

Existen muchas mujeres emprendedoras en nuestro país que tiene excelentes ideas innovadoras, pero la escasez de recursos financieros es la principal causa por la cual no emprenden sus ideas de negocio, sumándole a esto la falta de confianza en ellas como futuras emprendedoras empresarias. Cabe mencionar que el 95% de los créditos que solicita el sector femenino, han sido liquidados, lo

cual es una desventaja porque demuestran su compromiso de pagos son inciertos para el sistema financiero crediticio.

Se debe tomar con suma importancia, que si se apoya a las microempresarias además se les dará una capacitación adecuada y el seguimiento a sus negocios emprenderá, no solo lograrán desarrollar una empresa o microempresa sino la sustentabilidad de esta, aportando en nuestro distrito los autoempleos.

En relación al aspecto social, la microfinanciera dará el apoyo en el desarrollo tanto laboral como psicológico de las mujeres emprendedoras, esto permitirá de manera directa que las madres solteras, divorciadas separadas etc., confíen en sus capacidades u pueden salir adelante junto con sus familias para poder solventar a su vez elevar su nivel de vida.

Se fomentará al desarrollo del comercio formal cuyos participantes que accederán a los créditos permitirán recibir capacitaciones y orientaciones que lograra facilitar para llevar a cabo todos los procesos necesarios para la apertura formal de sus negocios.

Se mejorará la situación en la que se encuentra la mujer en nuestra sociedad del distrito de Santiago al generarles una oportunidad que les permita desarrollar sus propias Micro – empresas, reforzando así su integridad y el reconocimiento de su esfuerzo y trabajo.

Las mujeres emprendedoras con el apoyo financiero y económico y el seguimiento a sus negocios, podrá generar más beneficios para nuestro distrito, cuya oportunidad de apertura de microempresas y PYMES, aumentará la generación de empleos logrando así una mejora en la economía y un mejor progreso del distrito de Santiago.

b) Importancia

A pesar de generar los avances, estos últimos años el acceso de los segmentos de la población de menores recursos a los servicios de las entidades financieras, en nuestro país, Está creciendo lentamente.

En cuanto a la labor Microfinanciera se convierten fundamentalmente una herramienta que permite mejorar la vida de millones de peruanos, al ofrecer microcréditos a las micro pequeñas empresas, que intervienen en la mayor parte de las actividades económicas del país. Más aún, si tenemos en cuenta que ellas son hoy el impulso de la economía nacional, pues representan más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, y la principal fuente de ingresos para centenares de familias. Además, generan casi el 50% del PBI, y aproximadamente el 72% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país está vinculada a una micro o pequeña empresa.

En el actual escenario de crisis mundial, las micro y pequeñas empresas continúan creciendo. En los últimos doce meses, a enero del 2017, los préstamos concedidos por la banca a las micro y pequeñas empresas aumentaron 14%. Esto, como consecuencia del dinamismo de la demanda interna, la fuerte competencia entre las entidades financieras por atender a dicho sector y la reducida profundización financiera que aun muestra se tona en cuenta que dicho sector está creciendo dentro de nuestras actividades económicas.

c) Limitaciones de la investigación

- **Limitaciones Teóricas.** - No se encuentran estudios con información actualizada específicamente, sobre la Calidad de servicio del crédito de las microfinancieras que apoyan en el desarrollo tanto laboral como psicológico de las mujeres, de tal manera que madres solteras, divorciadas, separadas, etc., confíen en sus capacidades emprenderá y pueden salir adelante en la zona donde desarrolla sus capacidades en cuanto a un negocio emprendedor, objeto de estudio propuesto.

- **Limitaciones Metodológicas.** - Existe una metodología aplicada a nuestro medio para definir información para generar un modelo sobre microfinanciera estas apoyarán en el desarrollo tanto laboral de la Mujeres del Distrito de Santiago, para lo cual se nos permitirá adoptará esto permitirá aplicar las metodologías referenciales existentes dentro del campo de la metodología.
- **Limitaciones Prácticas.** – Las limitantes al acceso a la información bibliográfica actualizada o aplicación práctica, sobre la calidad de servicio sobre microfinanciera que nos apoyará en el desarrollo de nuestra investigación y esto nos permitirá realizar un estudio real sobre las mujeres del Distrito de Santiago.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Oñate c, 2014) PRODUCTOS DE CRÉDITOS GRUPALES SOLIDARIOS COMO ALTERNATIVA DE ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS EN EL ÁREA RURAL. CASO COOPERATIVO DE AHORRO Y CRÉDITO “4 DE OCTUBRE” Quito Ecuador.

Objetivo: El trabajo de tesis propuesta Analiza y demuestra la importancia de la implementación de cartera de créditos grupales solidarios en el sector rural de la república del Ecuador.

Método: El trabajo de investigación fue realizada como trabajo de campo, el cual fortaleció tantos conocimientos teóricos cuantos conocimientos empíricos sobre el tema tratado y su importancia dentro del sistema economía actual.

Conclusiones:

A lo largo de la presente investigación y especialmente en el segmento referente a la operatividad de ventanillas rurales de la cooperativa de ahorro 4 de octubre se realizaron los análisis y cálculos concernientes para la comprobación o anulación de la única hipótesis propuesta, la cual expone el siguiente texto:

La cooperativa de ahorro y crédito 4 de octubre coloca créditos grupales solidarios expande sus servicios financieros a más personas y a una mayor área, para los beneficiarios implica el fortalecimiento de la productividad en las áreas beneficiadas, ya que las personas que acceden a dicho producto incrementan sus recursos, aumentando el rendimiento de la actividad que desempeñan, lo cual conlleva a un círculo virtuoso puesto que los beneficiados incrementan su capacidad de pago, que se verifica en la escasa cartera morosa que la tecnología de créditos grupales solidarios presenta.

Además, las carteras de créditos grupales solidarios, tratan de impedir que los beneficiarios incurran en costos de transacción (costos de oportunidad), como el costo de dejar su lugar de trabajo para realizar los trámites en la agencia de la cooperativa o los costos que implica obtener y legalizar documentos que sirvan como garantías para la adquisición de un crédito tradicional; dichos desembolsos monetarios son significativos e influyen directamente en la economía individual y/o familiar.

(Cabrera V, 2012) IMPLEMENTACION DE UN PRODUCTO EN BANCO SOLIDARIO S.A. "CREDITOS GRUPALES MICRO EMPRESARIALES EN EL SECTOR RURAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO". Trabajo presentado para optar el título de Ingeniería en Administración de Empresas en la Universidad Central de Ecuador.

El objetivo del autor en el presente trabajo de investigación indicando que el impacto cualitativo se refleja en que se crea una disciplina en el pago puntual y en manejo de diversas fuentes, así como también una mejora de estrategias y planificación de gastos, cabe resaltar que el crédito que se otorga va para destino con crecimiento del negocios (sea para creación y mejoramiento de sus pequeños negocios) mas no para el consumo pues esto constituye uno de los mayores errores en el que incurren los beneficiarios. Por el crédito hay más ingresos, más posibilidades de inversión y contribución al presupuesto familiar.

Conclusiones: Solidario S.A. es una Institución financiera que su principal actividad es otorgar créditos micro empresariales con la finalidad de

minimizar el nivel de pobreza en el país ecuatoriano, hoy en día se ha visto en la necesidad de ayudar al sector rural otorgando créditos grupales y facilitando la adquisición del crédito mediante formación de grupos solidarios entre familias.

- La Gestión de Riesgos dentro de la Institución podemos analizar mediante nuevas metodologías que permitan minimizar el riesgo mediante la implementación de nuevas estrategias diferenciadas por segmento o tipos de clientes, perfil de riesgo, zona geográfica, actividad económica y estacionalidad y procesar las operaciones en tiempos que satisfagan las necesidades de sus clientes. Banco Solidario S.A. tiene como objetivo de administrar la relación con el cliente. Visualizar la integridad y la voluntad de cada integrante del grupo.

(Herrera C, 2012) “LA REPERCUCION EN LA CAPACIDAD DE LA MUJER EN EL AMBITO ECONOMICO CONOCIENDO LAS VENTAJAS DE CREDITOS, OBTENIDOS EN LOS BANCOS COMUNALES”.

Trabajo presentado para optar el título de licenciada en ciencias jurídicas y sociales abogada y notaria de la “Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

El objetivo del autor en el presente trabajo de investigación indicando que debido a la situación económica que enfrenta el país y la falta de oportunidades de empleo, las mujeres se ven en la necesidad de efectuar labores dentro de la economía informal, en la cual no posee las condiciones necesarias de trabajo, y no le permite desenvolverse y dar un mejor rendimiento ante la sociedad. Conclusiones: La sociedad constantemente a calificado a las mujeres como las responsables del manejo del hogar, sin incluirlas en actividades que ayudarían a mejorar el sostenimiento de la economía de una familia, discriminándola de trabajos que puede desempeñar sin desatender el hogar. El nivel de educación con que cuentan las mujeres guatemaltecas es bajo, por lo que son excluidas en el goce de los beneficios del desarrollo nacional, debido a que la sociedad la cataloga, como un ser sensible y sin capacidad de desenvolverse en el ámbito empresarial, así tropezando con serias limitaciones para ejercer sus

derechos. las mujeres que recurren a solicitar un crédito en los bancos del sistema, tienen que cumplir con una serie de requisitos, la cual es negado cuando no existe un salario estable, no pudiendo solucionar varios de los problemas económicos que poseen la mayoría de hogares guatemaltecos.

2.1.2. Antecedentes de la Investigación Nacionales.

(Huaman E, 2017) “LOS CRÉDITOS GRUPALES – TAMBOS COMUNALES Y EL FOMENTO AL AHORRO EN BENEFICIO DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS CLIENTES DE LA EDPYME CREDIVISION S.A. DEL DISTRITO DE SAN SEBASTIÁN PERIODO – 2015”.

El objetivo fue identificar en qué medida los créditos grupales – tambos comunales contribuyen en el fomento al ahorro en beneficio de mujeres emprendedoras sobre la situación actual de los créditos grupales – tambos comunales y la medida en que el fomento al ahorro beneficia a las mujeres emprendedoras clientes de la EDPYME CREDIVISION S.A. del Distrito de San Sebastián.

Conclusiones: Aplicando el análisis de regresión entre el monto del desembolso y el ahorro total por periodo (MODELO PARA ESTIMAR EL AHORRO TOTAL POR PERIODO), se ha determinado la medida en que los créditos Grupales – Tambos Comunales contribuyen en el fomento al ahorro en beneficio de mujeres emprendedoras clientes de la EDPYME CREDIVISION S.A. del Distrito de San Sebastián periodo 2015, concluimos que por cada S/. 1000 nuevos soles que cada socia desembolsa, su ahorro total por periodo es más del 5% en promedio, según el análisis del gráfico de línea ajustada se concluye que a mayor desembolso mayor ahorro por periodo, cumpliéndose así el fomento al ahorro en beneficio de las mujeres emprendedoras clientes de la EDPYME CREDIVISION S.A.

La situación actual de los créditos grupales – Tambos Comunales de la mujer emprendedoras clientes de la EDPYME CREDIVISION S.A. del distrito de San Sebastián periodo 2015, está reflejado porque los programas de créditos grupales son escasos; ya que se determinó que del

total de instituciones financieras que estén presentes en el distrito de San Sebastián solo una institución financiera da el servicio de crédito grupal aparte de la institución financiera EDPYME CREDIVISION S.A.

(Moreno S., 2015) LA IMAGEN CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA CAPTACION DE CLIENTES DE CREDITOS PYMES POR LA EDPYME “CREDIVISION S.A.” AGENCIA DE OTUZCO 2013 - 2014.

Trabajo presentado para optar al título de licenciamiento de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas De La Universidad Particular De Antenor Orrego.

El objetivo del autor en el presente trabajo de investigación indicando que el diagnóstico realizado nos ha permitido conocer que la imagen Corporativa de la EDPYME CREDIVISION, tiene como aspectos positivos para sus clientes: accesibilidad a los créditos 47% una buena infraestructura 48% personal joven y comprometido con su trabajo 51% estas son algunas de las razones por los que los clientes siempre (78%) recomendarían a la EDPYME.

Conclusiones: Además, la imagen corporativa de los clientes de la EDPYME CREDIVISION, en términos generales es buena respecto a la calidad de atención: la atención brindada por sus colaboradores, buena (61%) respecto a la seriedad en aspectos financieros: pocas veces (26%) a ocurrido algún inconveniente con los prestamos respecto a plazos, cuotas o tasas de interés.

Dada la buena imagen corporativa, las estadísticas recopiladas durante el estudio: referente al número de créditos hubo un aumento promedio en el periodo 2013 – 2014 en un 30% respecto al monto de colocaciones el incremento promedio del periodo analizado fue de un 41%, respecto a sus ingresos financieros estos tuvieron un incremento promedio bajo de un 8%, esto debido a que el año 2012 hubo disminución de los ingresos de un 15%.

(Aguilar ., 2015) BANCOS COMUNALES COMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO PARA EL MICRO EMPRESARIADO DEL DISTRITO DE URUBAMBA. Tesis para optar el título profesional Licenciada en

Administración en la UNSAAC.

El objetivo del autor concluye con el presente trabajo los bancos comunales actualmente vienen funcionando adecuadamente en relación a su gestión, organización, recursos humanos, y aspectos financieros de acuerdo al diagnóstico realizado; sin embargo, el necesario la realización de ajustes para su total implementación como organizaciones más competitivas.

Conclusiones: La metodología empleada en los bancos comunales (sistemas de créditos, capacitación, seguimiento y sistema de ahorro) es adaptable a las necesidades de los microempresarios del distrito de Urubamba dada la naturaleza y realidad de esta, lo cual se ha demostrado por el impacto logrado en los diferentes aspectos (condiciones de vida, cambios personales y mejora en su negocio).

(Alvares. A., 2018) "DIAGNOSTICO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS DEL PERÚ (AREQUIPA), 2017".

El objetivo de esta investigación es analizar, según el modelo antropológico humanista propuesto por Juan Antonio Pérez López, los motivos que llevaron a las mujeres de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (Capítulo Arequipa) a iniciar un emprendimiento. Se utilizará este modelo debido a que las teorías sobre motivación que se revisaron, en su mayoría, reducen al hombre a sus dimensiones física y psicológica y, por lo tanto, carecen de una concepción humana de la organización.

Conclusiones: Del total de 24 encuestas realizadas, luego de analizar la fuerza motivadora de cada una, se obtuvo una media de 43.9 en los motivos intrínsecos como se observa en la tabla 63, lo que lo convirtió en el motivo preponderante entre las mujeres socias de la Asociación AMEP.

El motivo extrínseco con más peso y con más tendencia definida en ambos bloques fue el de los ingresos económicos, ya que las mujeres consideraron que el factor económico es muy importante al momento de decidir emprender y eso se reflejó en el 58.3% en el bloque 1 de instrumentalidad, donde las encuestadas opinaron que era probable que obtengan más dinero al emprender y 45.8% en el bloque de valencia, donde las mujeres le dieron a este factor una puntuación de 6 sobre 7 en cuanto a importancia

que tenía al iniciar su negocio. Así mismo, este motivo tuvo una puntuación promedio de motivación de 890. Los motivos extrínsecos que se mencionaron, en orden de importancia para las encuestadas son: Respeto de la gente con quien trabaja, seguridad laboral, amistad de la gente con quien trabaja, un mejor status social y por último el elogio de su entorno.

(Jara M., 2015) “LA INFLUENCIA DE LOS BANCOS COMUNALES EN EL NIVEL DE ACCESO DE SERVICIO FINANCIEROS DE MUJERES MICROEMPRESARIOS EN EL DISTRITO DE URCOS PERIODO 2014”. Tesis para optar al título profesional de contador público en la Universidad Particular Andina del Cusco.

El objetivo del autor en el presente trabajo de investigación estableciendo que el número de bancos han influido el nivel de acceso de servicios financieros porque se han determinado que son pocas las entidades financieras que promueven este tipo de crédito lo cual es corroborado por los ejecutivos de ventas. La tasa de interés activa ha influido en el nivel de acceso de los servicios financieros y que a tiempo se viene trabajando, ha reducido el porcentaje de la tasa de interés lo cual deja satisfecha a las mujeres micro empresarias.

Conclusiones: -El número de movilizaciones de ahorro influye en el acceso de servicios financieros ya que un 88% señala que ahorra en la institución donde trabaja; y el 72% se encuentre satisfecha por finalizar el ciclo de ahorro y por qué el 100% señala tener ahorros. -El número de capitalización por socia influye en el acceso de servicios financieros porque el 60% que cumple 3 ciclos por año de ahorro. -Finalmente, el autor enfatiza indicando que los bancos si influye en el nivel de acceso de servicios financieros porque el 100% acceden en la obtención de un crédito porque les permite mejorar su calidad de vida y un 62% les permite mejorar su vivienda y un 38% mejorar su educación.

2.2. Bases teóricas

La necesidad de acceso a recursos aumenta entre la población que opera los negocios en todo el país de los cuales se deriva buena parte, si no es que toda la subsistencia familiar. Las micro financieras se han encargado de proporcionar recursos económicos y capacitación de personas de escasos recursos que deciden auto emplearse creando un negocio. Las micro financieras representan una alternativa de financiamiento, cuando no hay posibilidad de cubrir los requisitos de la banca comercial.

2.2.1. Crédito

- Es la posibilidad de obtener dinero, bienes o servicios sin pagar en el momento de recibirlos a cambio de una promesa de pago realizada por el prestatario de una suma pecuniaria debidamente cuantificada en una fecha en el futuro. (Brachfield, 2009)
- Acto de confianza que lleva aparejado el intercambio de dos prestaciones desfasadas en el tiempo; los bienes o medios de pago entregados, contra la promesa o esperanza de pago reembolso. (Iewandowski, 1991).
- Es un préstamo de dinero que el Banco otorga a su cliente, con el compromiso de que, en el futuro, el cliente devolverá dicho préstamo en forma gradual (mediante el pago de cuotas) o en un solo pago y con un interés adicional que compensa al Banco por todo el tiempo que no tuvo ese dinero (mediante el prepago). (Facil, 2015)
- Permiso para utilizar el capital de otras personas (Stuar, 2008).
- El crédito es la posibilidad de obtener dinero futuro en un plazo determinado donde intervienen: El vendedor quien adquiere el derecho de crédito, es decir el derecho a recibir el pago del importe de los bienes vendidos en un plazo determinado, el comprador quien está obligado a efectuar el pago de la deuda al vencimiento pactado.
- El factor clave de las concesiones de crédito y las transacciones crediticias es la promesa de pago en una fecha futura. En consecuencia, la concesión del crédito se basa en la confianza.

2.2.1.1 Formalización de créditos

La concesión de créditos puede hacerse de una forma muy formal, mediante contratos entre vendedor y comprador o de forma informal cuando no se firma ningún contrato y simplemente al recibir un pedido, el proveedor hace entrega de los bienes al comprador. Los contratos pueden ser públicos o privados cuando interviene un notario público. Los contratos Públicos gozan de mayor cobertura jurídica que los privados.

Las promesas de pago pueden ser verbales o escritos; en este último caso los compromisos se pueden documentar en letras de cambio, pagares, cheques, o reconocimiento de deuda. Las promesas formalizadas en documentos cambiarios siempre tendrán mayor garantía jurídica.

2.2.1.2 Microcrédito

- Es un crédito que se otorga a personas de bajos recursos y tiene como principal destino ser invertido en un emprendimiento productivo. (Grandes, 2012)
- Instrumento mayoritario y eficaz capaz de financiar muchas de las tareas encaminadas a luchar contra la pobreza e iniciar el camino del desarrollo de los pueblos. (Abril, 2001)
- Son micro finanzas adaptadas a poblaciones rurales que no acceden al crédito comercial. (Microfinanzas, 2018)
- Se define como el “Instrumento de financiación más extendido para fomentar el desarrollo local. (Europea, 2003).

2.2.1.3 Características del Microcrédito

Es posible destacar dichas características:

- En primer lugar, reducir los niveles de pobreza, mejorando los niveles de vida de los más pobres, sacar del círculo vicioso de la pobreza a los más desfavorecidos a través de la financiación y gestión de pequeños negocios.
- En segundo lugar, nace como respuesta a la falta de acceso al crédito por parte de millones de personas excluidas de los sistemas financieros formales y son una herramienta para reducir las diferencias en el acceso a la financiación.
- En tercer lugar, se centran en préstamos de dinero para los más necesitados.
- En cuarto lugar, son operaciones de préstamos muy sencillas y con pocos procesos burocráticos.
- En quinto lugar, los periodos de reposición son muy cortos y en cada reembolso las cantidades también son muy pequeñas. Lo más común es que la devolución del principal y los intereses sean semanales o mensuales.
- En sexto lugar, se conceden sin avales ni garantías patrimoniales pues el microcrédito se basa en la confianza hacia el prestatario y prestamista.
- En séptimo lugar, los recursos prestados se invierten en actividades escogidas de antemano por los propios prestatarios (Lacalle, 2008)
- Sugiere características adicionales tales como la baja tasa de morosidad por parte de las Microfinanciera y la elevada participación y concentración de los programas sociales. (Berreso, 2015)

Objetivos de los Microcréditos

Entre los objetivos principales del microcrédito está: el de beneficiar a individuos, grupos comunales y empresas relacionadas, pero sin acceso a instituciones financieras tradicionales y el de brindar apoyo a pequeños

empresarios que deseen poner en marcha una actividad o mejorar una ya existente y se ven imposibilitados por su exclusión en el sistema financiero. (Barcovich, 2004).

Beneficios de los Microcréditos

Los beneficios de los microcréditos son:

- Mejorar el ingreso por hogar.
- Generar fuente de trabajo
- Disminuir los niveles de pobreza y exclusión social
- Mejorar la calidad de vida.
- Promover la participación, estimulando el fortalecimiento y crecimiento de las instituciones o grupos comunales. (Calle, 2008)

2.2.1.5 Los Microcréditos y el Impacto del Instrumento financiero en los Beneficiarios

Los microcréditos se utilizan como apoyo para el crecimiento de las microempresas, pequeñas empresas y el desarrollo económico local, es así que acceder a un microcrédito es una alternativa frente al desempleo y la exclusión, a través de la promoción de la iniciativa empresarial, el desarrollo y el crecimiento de las microempresas y pequeñas empresas. (Cordobes., 2011)

Los microcréditos permiten a las personas romper con su exclusión crediticia, convirtiéndose, si el microcrédito es exitoso, en un primer paso para superar también la exclusión laboral y económica. Así se valoran las Microfinanzas como un medio para mejorar la calidad de vida, reducir la vulnerabilidad y desarrollar la capacidad de empoderamiento de las personas tanto a nivel social como económico.

En el año 2005 diversas entidades de apoyo al Microcrédito e Instituciones financieras que calificaron la importancia de diversos

indicadores a la hora de seleccionar a los beneficiarios, establecieron las principales características que debe poseer un microempresario para que el microcrédito funcione:

- Espíritu Emprendedor.
- Experiencia y conocimiento en gestionar un negocio.
- Información y conocimiento del funcionamiento del mercado.
- Apoyo de la pareja.
- Estabilidad familiar y psicológica.
- Habilidades laborales.

Tabla 3: Diferencias entre Crédito Convencional y Microcrédito

	CRÉDITO CONVENCIONAL	MICROCRÉDITO
Propiedad y Forma de Gerencia	Bancos e instituciones maximizadora de beneficios y accionistas individuales.	ONGs, Edpyme
Características del cliente	Diversos tipos de empresas formales y empleados asalariados.	Empresarios de bajo ingreso con firmas familiares rudimentarias y limitada documentación formal

Fuente: (Vereda del Abril, 2018)

2.2.1.6 Las Microfinanzas en el Perú

En el Perú, el crédito bancario nunca había existido para los pobres. Pero hace veinte años, el panorama empezó a cambiar radicalmente. Hoy, una extraordinaria cantidad y variedad de instituciones de crédito ofrece préstamos, depósitos y otros servicios financieros a millones de hogares pobres. La industria de las Microfinanzas en el Perú, está constituida por una combinación de bancos grandes y pequeños, ONGs, EDPYMES (ONGs convertidas a instituciones financieras especializadas reguladas), financieras, cajas rurales (pequeños bancos dirigidos al agro y la pequeña empresa), cajas municipales (empresas municipales de ahorro y crédito) y cooperativas de crédito. Todas ellas tienen común participación en el mercado de pequeños créditos, siendo la mayoría financieramente autosuficientes. Hoy, una extraordinaria cantidad y variedad de instituciones de crédito ofrece préstamos, depósitos y otros servicios financieros

a millones de hogares pobres.

Muchos funcionarios de bancos multinacionales y organizaciones no gubernamentales (ONG) escalan cerros arenosos o cruzan zonas desérticas para alcanzar los cinturones de pobreza de las ciudades y competir por el negocio de captar a los nuevos inmigrantes: familias que apenas acaban de armar sus casas rudimentarias. (Rivera Paredes., 2014)

2.2.1.7 Ahorro

- Es la cantidad de dinero que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras. (Trunst, 2007)
- Ahorro es la parte del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras a través de diversos mecanismos financieros. En compensación al ahorrante, la institución elegida le paga intereses al titular de la cuenta de manera periódica por colocar su dinero en ella. (Facil, 2015)
- El ahorro está constituido por el conjunto de las imposiciones de dinero que, bajo cualquier modalidad, realizan las personas en las empresas del sistema financiero. Tales imposiciones están protegidas en la forma que señala la ley. (Parkin, 2014)
- El ahorro es la acción de separar una parte del ingreso mensual que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para un futuro, se puede utilizar para algún gasto importante que se tenga, algún imprevisto o emergencia económica. (Wikipedia, 2016)

a. Fomento al ahorro

Se refiere a proceder a guardar lo que son los ahorros de los socios emprendedores otorgándoles un beneficio mejorando así en las diferentes actividades que realicen.

Es la acción de impulsar a un ente, persona o grupo de personas a reservar algo valioso para utilizarlo en el futuro.

b. Uso del Ahorro

El ahorro es considerado como la fuente de los fondos que se utilizan para financiar cualquier proyecto o actividad que realice la persona. (Parkin, 2014).

El Ahorro se destina específicamente a 4 aspectos importantes:

1. **Aspecto Empresarial:** Se puede decir que el ahorro influye positivamente a aquellas personas que pretenden iniciar un negocio rentable, ya que el ahorro es un instrumento para tener el capital necesario y por consiguiente formar un negocio.
2. **Aspecto Financiero:** El ahorrar es un instrumento que influye en la administración financiera de un negocio o familia y por consiguiente lograr mantener estables y en equilibrio los recursos económicos sean rentables de manera que el microempresario no se adeude.
3. **Aspecto Académico:** Es importante realizar diferentes actividades académicas como reforzar los conocimientos adquiridos en el aula, desarrollar nuevas habilidades y vincular al alumno con su campo de trabajo, con su entorno social, para ello es necesario contar con un capital disponible e inmediato y es ahí donde se da la importancia de ahorrar para lograr dicho capital.
4. **Aspecto Social:** El ahorro posibilita a las personas contar con el capital necesario para que realicen diferentes actividades sociales como: boda, deporte, viaje y deporte.
5. **Salud:** El ahorro puede ser de gran ayuda para a aquella persona que desea invertir en la salud para un bienestar físico, mental y social.

2.2.1.8 Socio emprendedor (socio)

El socio emprendedor es autónomo, adivina la ganancia y percibe la oportunidad que ofrece el mercado, se sobrepone con rapidez a las caídas, corre riesgos, tiene motivación, el impulso y habilidad de movilizar los recursos a fin de ir al encuentro de dicha oportunidad. (Soto Pineda - Cárdenas Marroquín, 2007).

El socio emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas. Es capaz de acometer un proyecto que es rechazado por la mayoría. (Universidad España, 2015).

2.2.1.9 Banco Comunal

Un banco comunal es una organización económica y social, compuesto entre 10 a 35 socios emprendedores de menores recursos, quienes tienen información sobre sus socios y existe confianza mutua. Por ello para formar un banco comunal los futuras socios se autoseleccionan. Como toda organización sería útil, tiene un equipo que la lidera y gestiona: su Junta Directiva, cuenta con su reglamento interno que norma su funcionamiento, se organiza para existir en el largo plazo. Se reúnen solo una vez al mes en forma obligatoria.

“Crédito pro compite”, es la marca con la que se conoce al programa de bancos comunales. Los socios de los bancos comunales se identifican con la “chanchita” por la calidad de los servicios que provee Microfinanzas y del mismo banco comunal.

Una “Crédito pro compite”, tiene siguientes significados en nuestra Región del Cusco:

- Es reunir entre los amigos algún dinero para realizar una actividad en común.
- También significa “ahorro”. Mejora de sus ingresos
- Mayor capacidad de gestión de sus negocios
- Mayor desarrollo personal
- Mayor confianza para actuar en su entorno social.

2.2.2. ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA MICROFIANCIERA

El banco comunal está organizado de la siguiente manera:

1. La Asamblea General: Está formada por los socios emprendedores del Empresa Microfianciera siendo el órgano de máxima decisión de la organización.
2. La Junta Directiva: Es elegida en la Asamblea General bajo un sistema estrictamente democrático y está formado fundamentalmente por un Presidente, Tesorero, Secretario y Fiscal. Es la que representa, ejecuta y coordina las acciones del Banco Comunal.

Tabla 4: Junta Directiva de la Empresa Microfianciera

PRESIDENTE	SECRETARIO	TESORERO	FISCAL
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir y hacer cumplir los acuerdos de la Asamblea General. • Representar al Banco Comunal • Tiene obligación de ejercer acciones administrativas y legales. • Convocar y presidir las sesiones de la Asamblea General. • Informar al Empresa Microfianciera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el Padrón de los socios • Llevar el Libro de Actas de las sesiones de la Asamblea General y Junta Directiva • Recepcionar y archivar los documentos. • Llevar el control de asistencia de los socios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el Estado y Movimiento de los Ingresos y Egresos del Banco Comunal • Recepcionar y llevar el registro de pagos y aportes • Informar sobre el movimiento económico del Banco Comunal. • Efectuar el cobro de cuotas de préstamos, multas. • Depositar los recursos de la Cuenta Interna 	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el manejo del sistema de ahorros y préstamos garantizando su transparencia. • Solicitar información de la empresa Microfianciera y Junta Directiva. • Velar porque se lleve el control de Asistencia.

Fuente: (Empresa Microfianciera 2018)

2.2.2.1 Requisitos para acceder al crédito

- Voluntad de trabajar en grupo y aceptar la responsabilidad de garantizar los préstamos de las socias del banco comunal.
- Los socios deben tener confianza mutua y en lo posible ser vecinos (por negocio o domicilio).
- Personas mayores de 18 años hasta los 70 años.
- No registrar antecedentes negativos en centrales de riesgo (INFOCORP, SBS, OTROS)
- No registrar en la base negativa de clientes deudores Empresa Microfinanciera.
- Participar en las reuniones de capacitación y/o formación del banco comunal.

a. Documentos requeridos

- Fotocopia de DNI del titular y cónyuge
- Fotocopia del último recibo cancelado de luz, agua, teléfono (del mes anterior a la solicitud del crédito), donde no tengan estos servicios, constancia domiciliaria otorgada por las autoridades de su localidad.
- Croquis de ubicación del negocio y domicilio.

2.2.2.2 Reseña Histórica de la Empresa Microfinanciera

Promueve el desarrollo sostenible y trabaja para construir relaciones entre la sociedad civil y los diferentes niveles de gobierno en la región de Cusco. Para ello, trabaja principalmente con familias, organizaciones de productores y de mujeres, gobiernos locales y regionales, redes y plataformas.

Empresa Microfinanciera tiene como objetivo contribuir al desarrollo regional y nacional de la población a través de:

- La mejora de la calidad de vida.
- La promoción de la identidad cultural.

- El fortalecimiento de las instituciones de la democracia y el ejercicio de la ciudadanía.

Empresa Microfinanciera desarrolla su actividad en cuatro áreas:

- La seguridad alimentaria y la nutrición.
- El sistema de producción y gestión de los recursos naturales.
- Fortalecimiento de las instituciones locales y regionales.
- Mercado y comercio.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- a) Pro compite:** Es una organización que permite prestar dinero a pequeñas empresas o emprendedores de países en vías de desarrollo a través de Internet. Es una organización sin fines de lucro, establecida en San Francisco y basada en los préstamos que realizan sus usuarios y en acuerdos con empresas e instituciones.
- b) PROMUC (Promoción de la Mujer emprendora):** Consorcio de Organizaciones de Microfinanzas que trabajaría a partir 2018 en los sectores más vulnerables de la sociedad y geografía peruana, fomentando e impulsando su desarrollo mediante el apoyo de actividades de autoempleo y de micro emprendimiento de las mujeres pobres de nuestro país, siendo la metodología de Empresa Microfinanciera el mejor instrumento para proveerles servicios integrales, financieros y no financieros.
- c) MISIÓN:** Contribuir al desarrollo regional y nacional a través de expansión de capacidades y derechos de la población, mejorando su calidad de vida, promoviendo su identidad cultural y relación intercultural, consolidando la institucionalidad democrática y el ejercicio ciudadano con equidad, favoreciendo el crecimiento económico justo y equitativo en busca del desarrollo humano y sostenible.
- d) VISIÓN:** Al 2023, sectores pobres urbanos y rurales del Sur Andino tienen unidades económicas capitalizadas y generan mayores ingresos, mejorando sus condiciones de vida, sobre la base de la

calidad, cobertura y diversidad de servicios financieros y no financieros que con liderazgo, sostenibilidad y perspectiva de desarrollo humano que les brinda Empresa Microfinanciera.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA MICROFINANCIERA.

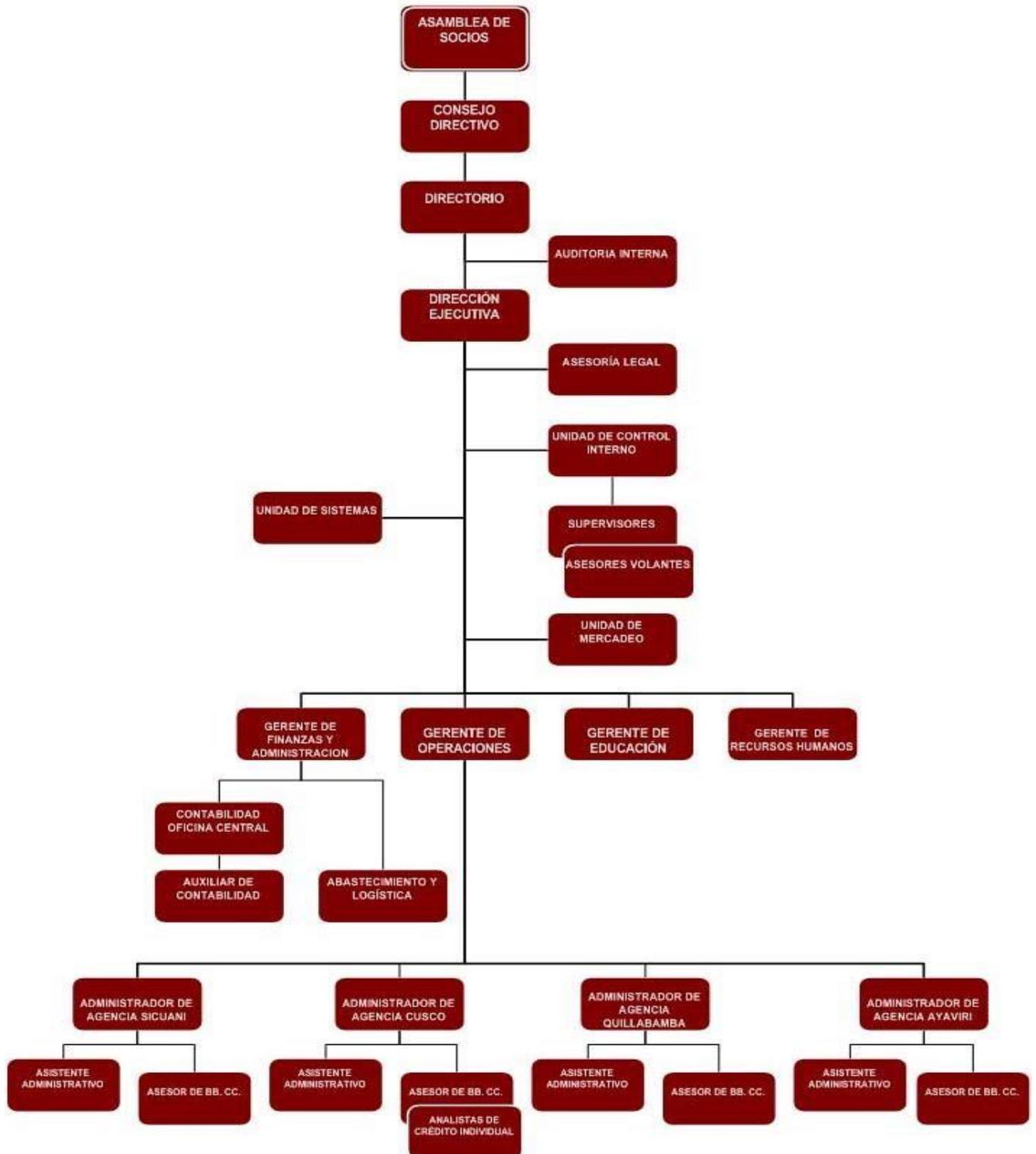


Figura 1: Organigrama de la Empresa Microfinanciera.

Fuente: (Empresa Microfinanciera., 2018)

2.2.2.3 Ventajas para los socios emprendedores Microcrédito

- Facilidad de acceso (solamente DNI).
- Crédito permanente y creciente (en base a la puntualidad, capacidad de pago, participación activa en el banco comunal)
- Garantía solidaria.
- Fomentar y ayudar el autoempleo, mediante la puesta en marcha de pequeños negocios y/o actividades.
- Atención personalizada (atención en su comunidad, barrio, o donde indiquen los participantes).

Promoción al ahorro en la Unidad de Empresa Microfinanciera.

- Se entiende como ahorro a la parte del ingreso o dinero que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras (para familias con ingresos fijos y que cubre de manera suficiente sus gastos).
- Les permite a los socios:
 - ✓ Generar cultura y hábito de ahorro.
 - ✓ Gastos mínimos de transacción al ahorro, sin cuentas ni papeleos.
 - ✓ Disciplina para hacer depósitos (tener el ahorro en casa es muy tentador)
 - ✓ Seguridad (cuenta a nombre de la JJ.DD en una institución financiera formal.
 - ✓ Permite acceder a mayores montos de crédito.
 - ✓ Disponibilidad o acceso rápido a los fondos (préstamo del credi-ahorro)
 - ✓ Contribuye en el desarrollo de la familia (educación, vivienda, salud, negocios)
 - ✓ Buenos regimientos, por la movilización del ahorro.

- Ahorros programados: Dineros generados por la relación crédito de credi chanchita – ahorro. Representan el 5% mensual del monto de crédito de cuenta externa.
- Ahorros voluntarios: Son depósitos de dinero que las socias realizan voluntariamente para incrementar sus ahorros. (Empresa Microfinanciera. 2018)
- Asesoría Organizacional
 - ✓ Asesoría y capacitación para el buen funcionamiento de la organización como banco comunal.
 - ✓ Fortalecimiento de sus capacidades organizativas y de liderazgo para gestionar su organización
 - ✓ Capacitación en la práctica en aspectos financieros, administrativos y contables.
 - ✓ Permite intercambiar experiencias con otras microempresarias, permitiendo el desarrollo solidario de un grupo social.
 - ✓ Solidaridad entre sus integrantes (por ejemplo: actividades por-salud)
 - ✓ Realizar actividades conjuntas para generar ingresos para beneficio de sus integrantes.

2.2.2.4 Valores de las Socios

Como en toda organización, en los bancos comunales organizados por Empresa Microfinanciera, se promueve los siguientes valores:

- Confianza: Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones de los socios emprendedores.
- La solidaridad: Todos los integrantes del banco comunal se conocen entre sí, existe una confianza mutua y por ende todos se ayudan, tal cual pasa en el barrio o distrito donde viven.

- Respeto mutuo: El derecho de exigir respeto está ligado al deber de respetar, todos merecemos respeto. Enmarcado en nuestras opiniones, creencias, cultura, religión, ideología. Dentro del banco comunal todos son iguales, con derechos y deberes que tienen que ser respetados.
- La Puntualidad: La hora es la hora, todos los integrantes del banco comunal deben de cumplir con la hora pactada anticipadamente para cada reunión.
- Responsabilidad: En el banco comunal la principal responsabilidad de las socias es cumplir con sus cuotas completas en la fecha de pago.
- Honestidad: Decir la verdad siempre es bueno y mejor, no conviene hacer trampa ni fraude como; esconderse en la fecha de pago, tratar de confundir con el monto de sus cuotas o multas, coger dinero del Credi Chanchita, sin autorización de la junta directiva o el asesor(a) de crédito, llevar billetes falsos, etc.

2.2.2.4 Microcréditos de los Bancos Comunales:

- ❖ Cuenta Externa (Credi chanchita): Este crédito otorga Microfinanzas al banco comunal, a su vez este presta a los socios teniendo en cuenta principalmente su capacidad y voluntad de pago por ende según las condiciones financieras los montos que se otorgan serán evaluados por cada uno de los socios integrantes del banco comunal. Dentro de la Cuenta Externa se utiliza la Cuenta de Ahorro.
- ❖ Cuenta Interna: Los bancos comunales tienen sus propios recursos su propio dinero que está administrada por los mismos integrantes del banco comunal. Generalmente ahorros generados por ingresos provenientes de actividades internas como: rifas, venta de comidas.

- ❖ Cuenta Complementaria: La persona puede acceder a este crédito a partir del 2° ciclo, evaluando su capacidad y voluntad de pago, por el asesor y todas las demás socias. Si el préstamo, no cubre la necesidad de crédito de nuestros socios se puede complementar con esta línea de crédito.

2.2.2.5 Graduación de la Empresa Microfinanciera.

Objetivo de la Graduación: Devolver los aportes obligatorios y voluntarios acumulados (ahorros) y distribuir equitativamente los dividendos generados durante los ciclos de funcionamiento del banco comunal.

Procedimiento:

- i. Una Empresa Microfinanciera. se gradúa después de 12 meses; o más de 12 meses siempre que el Banco Comunal lo decida. No tener deudas pendientes.
- ii. Se debe tener un Formato de Cuadro de Ahorros y Dividendos de cada uno de los socios.
- iii. La información debe ser aprobada por cada uno de los socios y la asamblea en pleno y se registra en el libro de actas con la firma del 100% de los socios.
- iv. Con el cuadro de ahorros y dividendos procede el acto de graduación del Banco Comunal.

2.2.3 Definición de términos básicos

- ✓ Aspecto Empresarial

Son todos los que tienen que ver con la economía y desarrollo de la empresa. Algunos tienen un carácter más temporal, como las crisis y las subidas de tipos, mientras que otros tienen un carácter permanente, como el grado de desarrollo económico del país y las infraestructuras disponibles. (Lacalle, 2008)

✓ Bancos Comunales

Los bancos comunales son organizaciones de crédito y ahorro formado por grupos de entre 10 y 50 miembros. Estos grupos se asocian para auto gestionar un sistema de microcréditos, ahorro y apoyo mutuo. Los miembros del grupo administran el sistema y garantizan los préstamos entre sí. (Lacalle, 2008)

✓ Gestión Financiera

En la gestión financiera de una empresa se adquiere, conserva y manipula dinero en sus diferentes modalidades o a través de sus diversas herramientas, ya que esta requiere de recursos financieros para suplir sus necesidades y consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta puede funcionar. (Padilla, 2016)

✓ Interés

Precio de servicio proporcionado por el prestamista al prestatario y pagado por este último para conseguir la utilización de cierta suma de dinero durante un periodo determinado. Es un índice utilizado para medir la rentabilidad para medir los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito bancario como crédito hipotecario para crédito de una vivienda. (Lewandowski, 1991).

✓ Inversiones

Las inversiones son colocaciones de capital en ciertas actividades que pueden ser comerciales o civiles, con la finalidad de alcanzar un rendimiento económico. Cualquier persona que cuente con cierto dinero puede invertir y buscar con esto, obtener ganancias mayores a largo plazo. (Parkin, 2014)

✓ Microfinanzas

Una amplia gama de servicios financieros, entre los cuales no sólo se incluye el microcrédito, sino también todo un portafolio de servicios, ofrecidos a todos aquellos que están excluidos del sistema financiero formal. (Lewandowski, 1991)

✓ Préstamos Bancarios:

Contrato mercantil entre la entidad financiera y una persona física o jurídica en el que se conviene que la entidad financiera (prestamista), entregue dinero a la otra persona (prestatario) con la condición de que este lo devuelva más tarde junto con unos intereses pactados. (Pérez Porto - Gardey, 2013)

✓ Prestamistas

Personas que dan una cantidad de dinero (crédito) y que suelen cobrar con intereses y a veces tratan de cobrar los créditos a través de medios violentos. Por otro lado, los prestamistas pueden dar crédito en forma rápida en casos de emergencia y no piden garantía. (Academia Edu., s.f.)

✓ Reglamento Interno:

Un reglamento interno es un conjunto ordenado de normas que tiene validez en un cierto contexto interno. Para que exista un reglamento, debe haber una escala jerárquica y una autoridad con la potestad de hacer cumplir las normativas establecidas. (Merino, 2016)

✓ Socio:

Es el individuo que se une a otro para desarrollar algo en conjunto. Se refiere también a las personas que se vinculan con un objetivo en común (es decir, que se asocian). Los socios tienen como derechos: participación paritaria, es decir que todos los socios son iguales y cuentan con los mismos derechos, donde cada socio tiene derecho a un

voto. (Merino, 2016)

✓ Tasa de interés:

Es el valor que se paga por los fondos solicitados en préstamo. Las tasas de interés que ofrecen las distintas entidades del sistema financiero para créditos y ahorros, depende del fondeo con el que cuente, es decir para ofrecer tasas de interés atractivas para ahorros deben cobrar altas tasas de interés para los créditos. (Pérez Porto - Gardey, 2013)

✓ Gasto

Son decrementos en el patrimonio neto de la empresa o de una persona durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos. (López, 2011).

✓ Utilidad

Propiedad por la cual una cosa o acción adquiere la condición de valor útil para satisfacer las necesidades humanas. (Walter, 2009).

✓ Ingreso

Dinero o equivalente monetario que es ganado o recibido como contrapartida por la venta de bienes y servicios u otros, también considerado como las cantidades recibidos por una empresa por la venta de sus bienes o productos, así como en el patrimonio de la empresa durante el ejercicio ya sea en forma de aumentos o entradas en el valor de los activos. (Mesa, 2015).

CAPITULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de tablas y gráficos

En este capítulo, se muestran los resultados obtenidos de la investigación realizada. Primero se describen las estadísticas obtenidas en las encuestas, cuya información responde a las necesidades de información anteriormente planteadas. Posteriormente, se describe la información obtenida de las entrevistas realizadas a expertos.

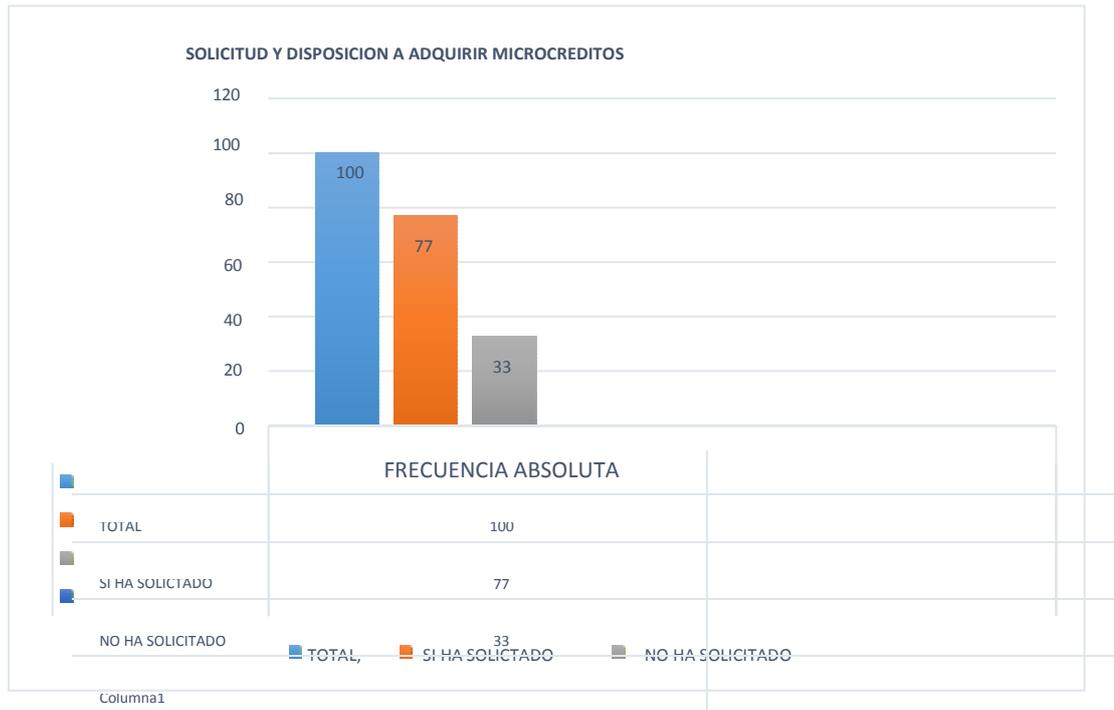
Mercado Potencial

En cuanto a la demanda de los microcréditos se encontró que, de las mujeres encuestadas, el 33% de ellas han solicitado alguna vez algún microcrédito. Del segmento que afirma no haber solicitado algún microcrédito, se encontró que el 77% estaría dispuesto a solicitarlo para emprender un nuevo negocio, como se muestra en la Grafico 1:

Tabla 5: Solicitud y disposición a adquirir microcréditos

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
No ha solicitado	33	33.00%
Ha solicitado	77	77.00%
TOTAL	100	100%

Grafico 1: Solicitud y disposición a adquirir microcréditos



FUENTE: El Microcrédito y la creación de un empresa de microfinanzas para mujeres emprendedoras del distrito de Santiago – Cusco.

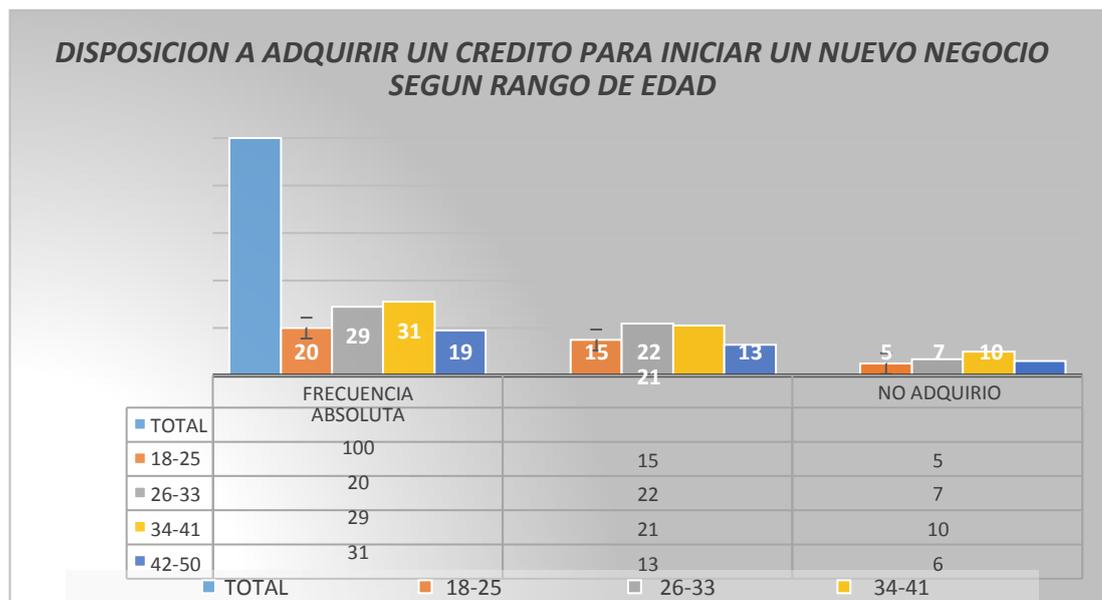
Como nos muestra la gráfica anterior podemos observar que, para efectos positivos del proyecto, la mayoría de las mujeres estarían dispuestas a adquirir un microcrédito. Esto es un indicador de que existe una alta probabilidad de que la gente esté dispuesta a ir al Micro financiero a adquirir los servicios. Además, podemos observar un gran mercado potencial de mujeres que aún no han adquirido el servicio, las cuales representan el 77%, y que de ese porcentaje la mayoría lo llevarían a cabo en algún momento.

En cuanto a la composición por edades, se encontró que el rango que muestra mayor interés a la adquisición de un microcrédito va de los 26 a los 40 años y que en total suman el 43% de las mujeres dispuestas a adquirir un microcrédito para emprender un negocio, como se muestran en la siguiente Tabla 6.

Tabla 6: Disposición a adquirir un crédito para iniciar un nuevo negocio según rango de edad.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si Adquirió	46	46.00%
No Adquirió	54	54.00%
TOTAL	100	100.00%

Grafico 2: Disposición a adquirir un crédito para iniciar un nuevo negocio según rango de edad.



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedoras en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

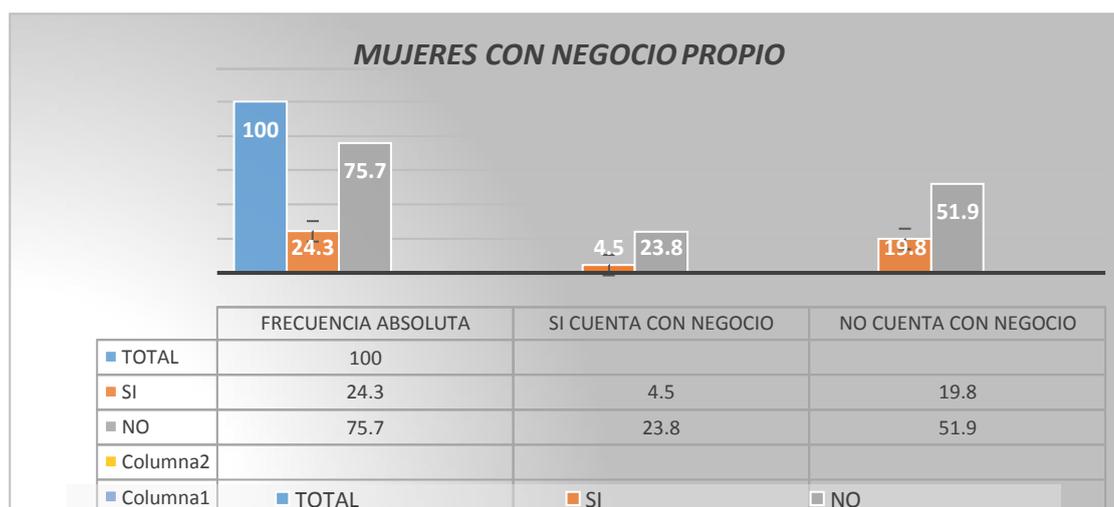
A través de este Grafico, se puede observar que el mercado potencial al que se estaría dirigiendo la estrategia del proyecto son mujeres entre 26 y 40 años de edad, ya que como se muestra son la mayoría.

De las mujeres encuestadas, se obtuvo como resultado que el 24.3 % cuentan con un negocio propio, mientras que el 75.7% de ellas no cuentan con él. La mayoría de las mujeres que no cuentan con un negocio están dispuestas a adquirir un microcrédito, como se muestra en él Tabla 7.

Tabla 7: Mujeres con negocio propio

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si cuenta con negocio	24.3	24.30%
No cuenta con negocio	75.7	75.70%
TOTAL	100	100.00%

Grafico 3: Mujeres con negocio propio



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedoras en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

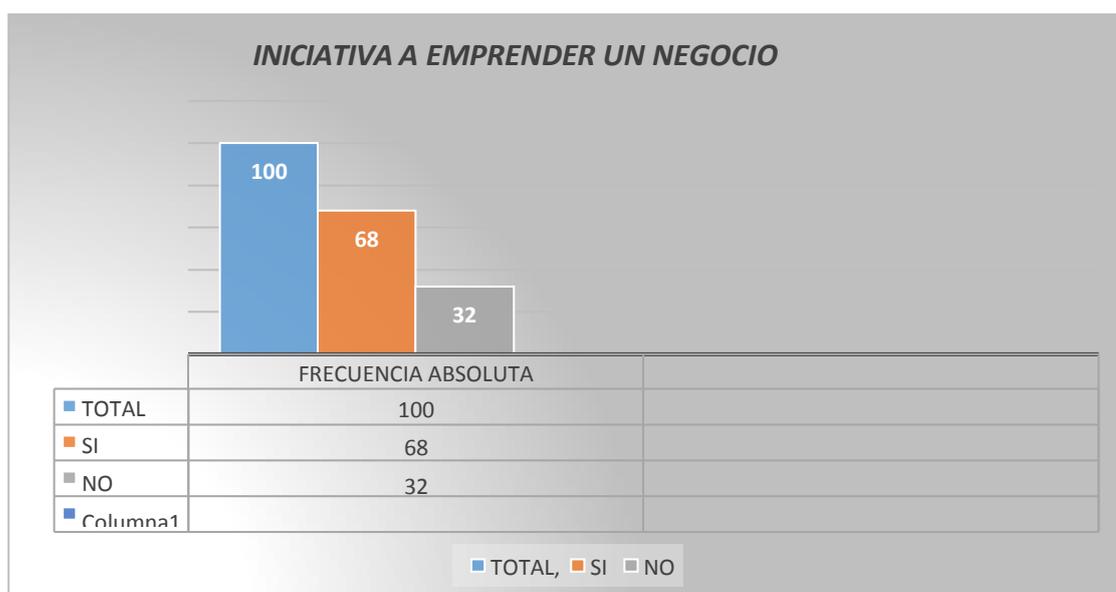
De ésta gráfica se puede concluir que el proyecto deberá estar más enfocado a promover el emprendimiento de nuevos negocios más que en la inversión o ampliación de los ya establecidos.

Del total de mujeres encuestadas, el 68% ha tenido la iniciativa de iniciar un negocio propio, mientras que el 32 % no ha tenido la iniciativa de emprender un negocio.

Tabla 8: Iniciativa a emprender un negocio propio

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si Iniciativa a Emprendedor	68	68 %
No Iniciativa a Emprendedor	32	32 %
TOTAL	100	100.00%

Grafico 4: Iniciativa a emprender un negocio propio



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedoras en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Esta gráfica 4 refuerza el hecho de que la mayoría de las mujeres a parte de estar dispuestas a adquirir un microcrédito, están dispuestas a emprender un nuevo negocio, lo cual apoya la idea anterior de que el proyecto se enfoque a impulsar el emprendimiento a nuevas oportunidades de negocio para las mujeres.

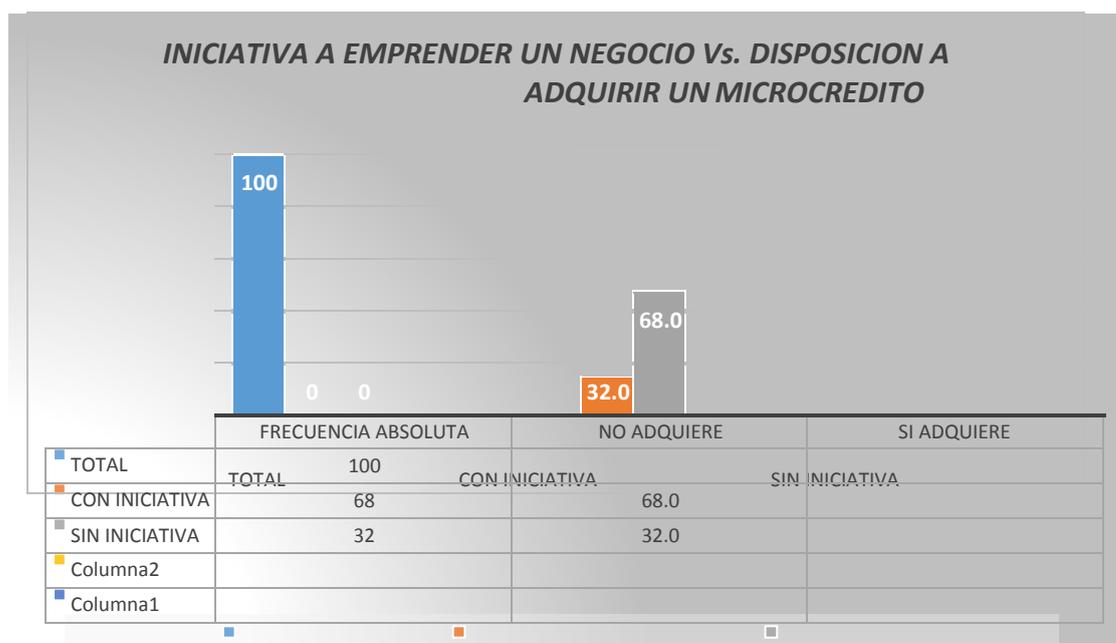
Como se observó anteriormente en el Tabla 5, las mujeres que tienen la iniciativa de emprender un negocio propio son el 68%, y se puede observar que el 32. % de estas mujeres que no tienen iniciativa, están dispuestas a obtener un micro financiamiento para comenzar.

Tabla 9: Iniciativa a emprender un negocio vs. Disposición a adquirir un microcrédito.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si Tiene Iniciativa a Emprender <i>Vs. disposición a adquirir un microcrédito</i>	68	68 %
No Tiene Iniciativa a Emprender <i>Vs. disposición a adquirir un microcrédito</i>	32	32 %
TOTAL	100	100.00%

Por el contrario, las mujeres sin la iniciativa de emprender un negocio, que como se observó en la figura anterior representa un 32%, se encuentran menos dispuestas a adquirir un microcrédito, ya que sólo el 68 % de estas mujeres sin iniciativa, estaría dispuesto a adquirirlo.

Grafico 5: Iniciativa a emprender un negocio vs. Disposición a adquirir un microcrédito



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Microfinanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

En conclusión, se puede observar que existe una estrecha relación entre la disposición de adquirir un microcrédito y el emprendimiento de un nuevo negocio y para efectos del proyecto, se puede tomar este hecho para realizar una estrategia de mercadotecnia en el cual ambos conceptos se tengan presentes.

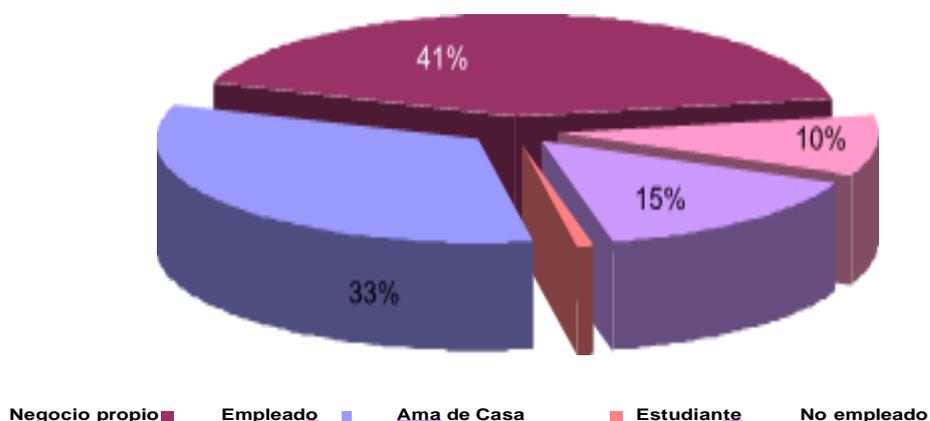
3.1.1. Características Generales

En cuanto a la ocupación de las mujeres encuestadas se encontró que el 41% son trabajadoras de hogar, el 33% cuenta con un negocio propio, el 15% se dedica a las actividades del hogar y el 10% son estudiantes.

Tabla 10: Ocupación

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Negocio Propio	41	41 %
Empleada	15	15 %
Ama de Casa	33	33 %
Estudiante	10	10 %
No empleada	1	1 %
TOTAL	100	100.00%

Grafico 6: Ocupación



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Los resultados anteriores son un indicador de que sería adecuado que la Micro financiera se enfocara principalmente a las trabajadoras del hogar y a las dueñas de negocios, ya que como mercado conforman la mayoría.

En cuanto al estado civil de las mujeres que fueron encuestadas, el 39 % son divorciadas o separadas, el 32 % son solteras, mientras que un 24 % están casadas o viven en unión libre.

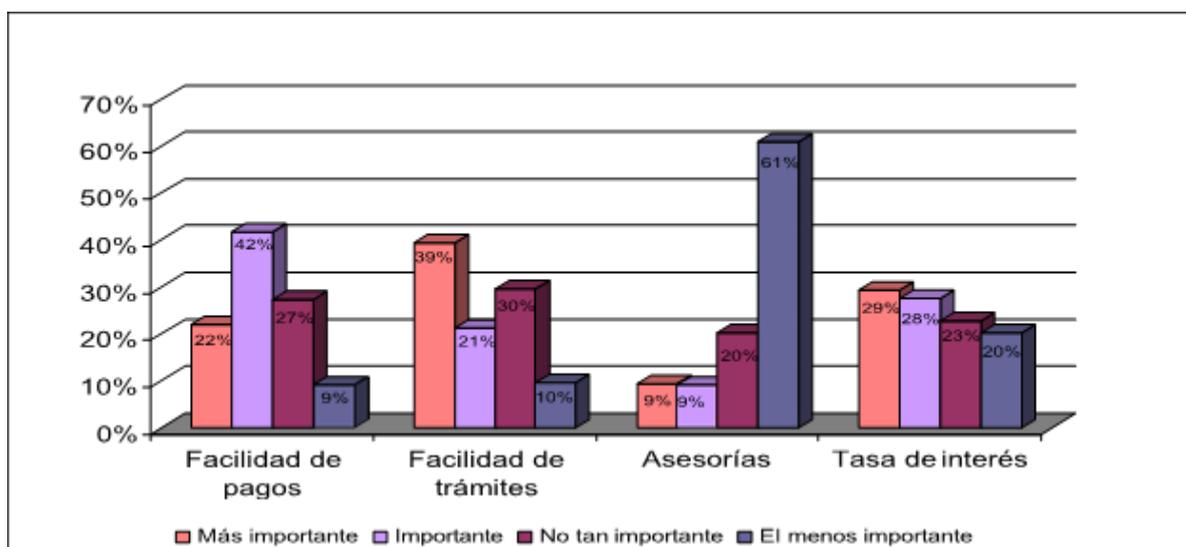
3.1.2. Factores importantes para la adquisición de un microcrédito

Como se muestra en la siguiente gráfica, los factores que facilitan la decisión para adquirir un microcrédito, el considerado más importante con un 39% fue la facilidad de trámites, seguida de la facilidad de pagos considerado importante con un 42%, es importante mencionar que las mujeres consideran como menos importante el hecho de que se les brinde asesorías con puntaje de 61%.

Tabla 11: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Facilidad de Pago	42	42 %
Facilidad de Tramites	21	21 %
Asesorías	9	9 %
Tasas de interés	28	28 %
TOTAL	100	100.00%

Gráfico 7: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Los resultados de la figura anterior nos indican que los aspectos importantes a los cuales se debe enfocar la Microfinanciera son la rapidez y facilidad de

trámites, los cuales deben verse reflejados en la atención y servicio que brinde Mujer-Emprende. Como se muestra en el Grafico 8, los factores que inhiben a las mujeres a emprender un negocio son principalmente, la falta de recursos con un 69% de incidencia en las encuestas y en segundo lugar la falta de tiempo, con un 18%.

Tabla 12: Factores que facilitan la adquisición de un microcrédito

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recursos	69	69 %
Interés	18	18 %
Tiempo	4	4 %
Información	8	8 %
Otros	2	2 %
TOTAL	100	100.00%

Grafico 8: Factores que inhiben a la adquisición de un microcrédito



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

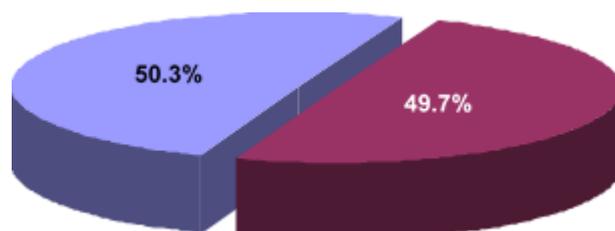
Con estos resultados, se puede observar que existe una gran oportunidad para la Microfinanciera, ya que ésta puede cubrir esa principal limitante, de escasos recursos, que presentan las mujeres para poder emprender o crecer, a través de los microcréditos que otorgará Mujer-Emprende.

De las mujeres encuestadas el 50.3 % contestó que sí sabe lo que es una Microfinanciera, mientras que el 49.7 % contestó que no sabe lo que es una Microfinanciera, como se muestra en la Tabla 10.

Tabla 13: Conocimiento de lo que es una Microfinanciera

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sabe que es una Microfinanciera	50.3	50.3 %
No sabe que es una Microfinanciera	49.7	49.7 %
TOTAL	100	100.00%

Grafico 9: Conocimiento de lo que es una Micro financiera



- Sabe que es una Microfinanciera
- No sabe que es una Microfinanciera

Fuente: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Los resultados obtenidos de la Grafico 10, muestran un panorama en el que gran cantidad de mujeres en la actualidad, todavía desconocen qué es una Microfinanciera, su forma de operar y los servicios que brinda, lo cual sugiere, que la información inicial que se le debe brindar a las mujeres debe ser amplia, clara y adecuada para mejorar y atacar el problema de ignorancia que se presenta.

Se encontró, que el factor que se considera más importante para la adquisición de un microcrédito, es iniciar un nuevo negocio, en tanto que el factor considerado con menos importancia, es la necesidad de cubrir una deuda, la siguiente figura muestra la información obtenida.

Tabla 14: Utilidad del microcrédito

	Pagar deuda	Invertir capital	Iniciar negocio	Actividad económica
Más importante	9%	23%	55%	13%
Importante	17%	22%	21%	40%
No tan importante	28%	30%	14%	28%
El menos importante	46%	25%	10%	19%

Fuente: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Apoyando las ideas anteriores, se puede concluir que uno de los factores que más motiva a una mujer a adquirir un microcrédito es el hecho de iniciar un nuevo negocio, por lo que existe un gran potencial en este ámbito, y la mercadotecnia deberá estar dirigida principalmente al emprendimiento de la mujer.

3.1.3. Conocimiento de la competencia

Como se puede observar en la se obtuvo que un 50.3 % de las mujeres encuestadas tienen conocimiento de lo que es una Microfinanciera, y tomando este dato, se obtuvo que de esas mujeres que, si tienen conocimiento, el 65 % tiene conocimiento de alguna Microfinanciera que opera en la actualidad en el Distrito de Santiago, de la cual Compartamos obtuvo el primer lugar con un porcentaje de 36 %, seguido por Fondo 5 de mayo con un porcentaje de 22%, y Crece con un 13% de entre las principales, mientras que el porcentaje de mujeres que no conoce ninguna micro financiera es del 35%.

La gráfica anterior muestra que los principales competidores que se tiene en la actualidad son Compartamos y Fondo 5 de mayo, sin embargo, aún existe una falta de conocimiento de las micro financieras que operan actualmente en Distrito de Santiago, lo cual podría representar una oportunidad para la micro financiera, ya que sería recomendable atacar con la información de Mujer- Emprende a este segmento de mujeres que no conocen las micro financieras, y posicionarse como la primera en este giro.

3.1.4. Características de los créditos

De los resultados obtenidos de la investigación, las mujeres prefieren adquirir los microcréditos que van de S/. 1,000 – S/ 5,000, con un

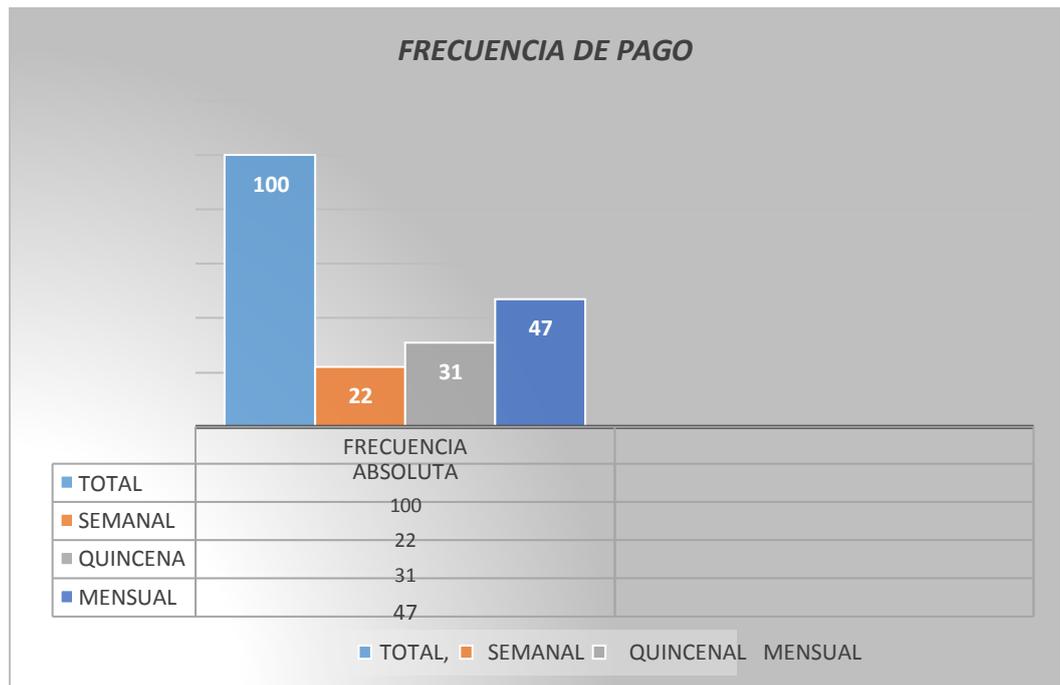
porcentaje de 34%, seguido de éste se observó que el 27 % de las mujeres prefieren las cantidades más altas que van de S/. 16,000 - 20,000, mostrando una pequeña diferencia con las cantidades de S/. 6,000 - S/10,000 ya que su porcentaje es del 26%.

Tabla 15: Monto a financiar

Prestamos	CANTIDAD	PORCENTAJE
S/.1000 a 5000	34	46 %
S/.6000 a 10000	26	22%
S/.11000 a 15000	10	10%
S/.16000 a 20000	22	22%
TOTAL	100	100.00%

Los resultados de la figura anterior, son un indicador de que la micro financiera debe otorgar como base, microcréditos que van de S/. 1,000 a S/ 5,000, Seguido de esto, se observa que con un porcentaje de 27 % se encuentran los créditos de S/.1, 6000 a S/. 20,000, y con un porcentaje muy similar del 26 % se encuentran los créditos de 6,0000 a 10,000. Tomando en cuenta esto, los créditos solidarios que otorgará Mujer-Emprende comenzarán con un mínimo de S/. 2,000, con la finalidad de introducirse y posicionarse en el mercado, y en el caso de los créditos otorgados a las mujeres que cuenten con su negocio, comenzarán con un mínimo de S/. 5,000. En ambos casos los créditos podrán ir incrementando dependiendo del historial crediticio del cliente, hasta llegar al crédito máximo de S/. 20,000. En cuanto a la frecuencia de pago, las mujeres prefieren pagar mensualmente con el 47%, mientras que el 31 % optó por el pago quincenal y finalmente el 22% por el pago semanal.

Tabla 16: Frecuencia de pago



FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Se puede concluir, que la preferencia de la mayoría de las mujeres es realizar los pagos de forma mensual, lo cual muestra una desventaja en los procesos llevados a cabo en la micro financiera, ya que según los procedimientos del programa de promoción al negocio por parte del gobierno local distrital y la guía proporcionada por Pro compite (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), la frecuencia de pago debe ser de forma semanal, debido a que el periodo para saldar la deuda es muy corto, y si los pagos se realizaran de forma mensual, se acumularían pagos de mayor cantidad y no sería rentable para las acreditadas, por lo que es importante informarle a la gente los beneficios de realizar pagos semanales.

Tabla 17: Factores importantes para la adquisición de un crédito

Factores importantes para la adquisición de un crédito	
Características de las mujeres	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El grupo de mujeres es más confiable y comprometido que el de los hombres. ➤ “La mujer no deja a diferencia de los hombres que sus hijos no tengan que comer” ➤ Las Mujeres han demostrado mayor responsabilidad para la devolución del dinero. ➤ Una mujer que tiene su casa limpia, sus hijos con buena salud, muestra una mayor responsabilidad y compromiso. ➤ La expectativa de pago en el mercado de Las mujeres es mucho mayor.

FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

En cuanto a los factores importantes se obtuvieron algunas características de las mujeres que las han hecho un mercado interesante para incursionar, ya que, según el estudio de creación de la financiera, las mujeres han demostrado ser un grupo mucho más confiable y mucho más comprometido, ya que han sido más responsables para la devolución de dinero, entonces la expectativa de pago es mayor. Para efectos del proyecto esta información es muy relevante ya que el servicio está dirigido únicamente a mujeres, lo cual muestra una oportunidad, ya que este sector es un buen cliente y sobre todo buen pagador.

Tabla 18: Situación actual de las Micro financieras

<p>Guía para operar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La forma operativa de las micro financieras está basada en la guía “Pro compite”, este a su vez se basa en el programa desarrollado por mujeres emprendedoras. ➤ La estructura operativa consiste en: <ul style="list-style-type: none"> • No se otorgan créditos de más de S/20,000.00 • Los ciclos son de 16 semanas • Los grupos son de 7 a 8 o 4 personas que solidariamente se hacen responsables.
<p>Regulaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El gobierno local Municipal anteriormente no tenía una regulación sobre las Micro financieras. ➤ La caja de ahorro provocó una regulación muy restrictiva (La ley de ahorro y crédito) ➤ Surge la SBS como figura legal. Actualmente es la reguladora
<p>Situación Actual de las micro financieras</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sector en plena ebullición. ➤ El padre del micro financiamiento creó un boom haciendo que todo el mundo girara la vista hacia las micro financieras ➤ El panorama que se ve, y que se pronostica, es que se tendrá mayor auge.
<p>Gobierno</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El gobierno nacional desarrolló programas como el PRO COMPITE, EMPRENDORAS y PROEMPRESA. ➤ La mujer de Santiago ha gestionado, pero nunca han recibido ningún apoyo externo de estos organismos. ➤ El gobierno en este caso local está haciendo un otorgamiento de crédito, pero no tiene sentadas las bases para hacer un crédito. ➤ Los proyectos es la fuente de desarrollo de varias micro financieras, ➤ Fondear significa otorgar préstamos para que se hagan llegar los recursos

En cuanto a la situación actual de las Micro financieras, este apartado nos muestra un panorama general de cuál es su situación, por lo cual fue muy importante obtener la información sobre sus antecedentes. Los principales hallazgos que se obtuvieron fueron, que todas las micro financieras están basadas en la guía Pro compite, es decir, operan de manera similar con pagos semanales de manera grupal y en ciclos de 16 semanas, no otorgan créditos arriba de S/20,000 soles, con lo que se puede concluir que para objeto de la investigación la mayoría de los procesos para operar ya están prediseñados en base a la guía realizada por Mujer emprendedora y Pro cómpite.

Otro aspecto importante es que las Micro financieras están en un proceso de desarrollo y crecimiento y son consideradas organismos que apoyan la productividad de los países con lo que se puede estimar que se espera un panorama positivo para las micro financiera y un ciclo de vida bastante favorable. Finalmente, en base a la información obtenida, se puede concluir que a nivel estatal no existe una base regulada de apoyo hacia las Micro financieras, lo cual presenta una desventaja, sin embargo, a nivel federal existen programas de apoyo a aquellas micro financieras que cuentan con los requisitos para acceder a ellos.

Tabla 19: Investigación de la competencia

Investigación de la competencia	
Sistema Administrativo	➤ Tres personas en la empresa.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grupos Solidarios de 7 y 10, no más de 3 familiares. ➤ Grupos menores de 10 integrantes no más de 2 familiares. ➤ El crédito es a la palabra. ➤ Los Grupos establecen el día y la hora de la fecha de pago. ➤ Cantidad mínima a adquirir S/. 1,000 y van aumentado de 500 en 500. según el historial crediticio del cliente ➤ Requisitos: IFE, comprobantes de domicilio, 2 fotografías.
Tipo de negocios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se brindan apoyos a Artesanos, señora que vende tamales y gente del campo ➤ Se brindan apoyos a toda actividad económica que pudiera necesitar menos de s/ 20,000.00.
Tasa de Interés	➤ Mujeres emprendo ras de distrito de Santiago comienzan otorgando 7.5% de tasa de interés y disminuye hasta un 4%.

Con la información obtenida de la tabla anterior se puede observar que efectivamente las microempresas que trabajan en la actualidad rigen sus métodos bajo los ya preestablecidos por la guía elaborada por la Pro compite, llamada Mujeres emprendedora, con lo que se puede concluir que el proyecto de la micro financiera se registrá bajo los mismos estándares. También, a través de la información obtenida se pudo determinar el promedio de personal que se necesita para el buen funcionamiento de la misma y observar el tipo de clientes a los que se enfocan, lo cual se puede ver como una ventaja competitiva para Mujer-

emprende, ya que sería la única en otorgar el servicio sólo a las mujeres.

Otro aspecto importante a considerar fue la obtención de la tasa que se maneja en la actualidad dentro del mercado ya que es un estándar base para obtener la tasa utilizada por la micro financiera.

Tabla 20: Características de los microcréditos

Características de los microcréditos:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las micro financieras otorgan los créditos en base a lo que las personas pueden pagar ➤ La idea es que el crédito sea un elemento de Impulso y no se vuelva una carga crediticia.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Simplicidad para obtener el crédito.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los créditos se otorgan bajo la metodología de solidaridad. ➤ Si no se les cobra intereses no valoran el valor del Préstamo.

FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

Las conclusiones obtenidas en la tabla 9 y que sirve como factor fundamental dentro de la estrategia del proyecto, es el hecho de evaluar las posibilidades de pago del cliente antes de otorgar los créditos para buscar así que éste sea un impulso hacia el crecimiento y no una carga para nuestras clientes. De esta forma es de vital importancia tomar en cuenta en el servicio al cliente, la rapidez con la que se otorgan los créditos, ya que es un factor muy trabajado por la competencia.

De esta forma es de vital importancia tomar en cuenta en el servicio al cliente, la rapidez con la que se otorgan los créditos, ya que es un factor muy trabajado por la competencia.

Tabla 21: Tasa de interés

Tasa de interés	
Fijación de la tasa de interés	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las tasas de interés sobre cualquier préstamo, funcionan en base al riesgo y del costo del dinero. ➤ Es alta por llevar un alto costo de operación. ➤ Cuando se presta se enfrentan riesgos. ➤ La inflación es una parte integral de la tasa de interés nominal. ➤ La tasa que cobra una institución, un banco, una Micro financiera, etc. tiene que ser más alto que la tasa esperada de la inflación.

FUENTE: El Microcrédito y el ahorro para mujeres emprendedores en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago – Cusco.

La información presentada anteriormente es un indicador de que la tasa que maneje el proyecto, debe estar en base a la utilizada en el mercado, y podría presentar un riesgo a la Micro financiera, ya que se encuentra sujeta a situaciones externas no controlables, como en el caso de la inflación.

Tabla 22: Cartera Vencida

Cartera Vencida	
Cartera vencida	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mujeres emprendedoras del Distrito de Santiago 3%, de la cual 1 % es a fondo perdido. ➤ Mujeres emprendedora entre 1- 1.5 % porque son de segundo piso.
Formas de respaldo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mujeres emprendedora del Distrito de Santiago respalda su cartera un pagaré,

FUENTE:

Como se puede observar de la tabla 25, la cartera vencida de mujeres en los organismos que otorgan microcréditos es muy baja, lo cual presenta una ventaja para el proyecto, debido a que el mercado meta está enfocado sólo a mujeres, las cuales están consideradas como mejores pagadoras que los hombres. Otro aspecto importante a considerar es que Mujer- Emprende respaldará los microcréditos que se otorguen de forma individual, a través de la firma de pagarés, de la misma forma en que lo realiza mujer emprendedora, ya que asegura es una forma más fácil y confiable al momento de otorgar préstamos

de cantidades más altas.

3.1.2. PRUEBA DE NORMALIDAD

Antes de realizar la prueba de hipótesis, es necesario saber que los datos recogidos, se comportan normalmente; para lo cual se utilizará el estadístico de prueba de KOLMOGOROV – SMIRNOV, con los siguientes criterios:

Sig. Asintótica > 0,05, Los datos provienen de una distribución normal.

Sig. Asintótica <= 0,05, Los datos no provienen de una distribución normal.

Tabla 23: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

		Microcrédito	Empresa de Microfinanzas
N		36	36
Parámetros normales ^{a,b}	Media	41,19	41,81
	Desviación estándar	14,206	14,646
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,117	,087
	Positivo	,117	,087
	Negativo	-,088	-,064
Estadístico de prueba		,117	,087
Sig. asintótica (bilateral)		,002 ^{c,d}	,002 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es no normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Observando la Tabla 22, el valor asociado al estadístico de prueba, de Kolmogorov-Smirnov (Sig. asintót. (bilateral)) $\alpha = 0,002$; es menor a 0.05 para ambas variables. Por lo tanto, se concluye que los datos recogidos respecto a las variables no se comportan normalmente, por lo tanto, se realiza la prueba de hipótesis utilizando el estadístico no paramétrico de Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

PROCESO DE CONTRASTE DE HIPÓTESIS

Nivel de significación:

El porcentaje de error admitido es de 5%.

Estadístico de prueba: Rho de Spearman

La ecuación es:

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

Tabla 13. Interpretación de correlación de Rho de Spearman:

Coeficiente de correlación	Correlación
De $\pm 0,96$ a $\pm 1,00$	Perfecta
De $\pm 0,85$ a $\pm 0,95$	Fuerte
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,84$	Significativa
De $\pm 0,50$ a $\pm 0,69$	Moderada
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,49$	Débil
De $\pm 0,10$ a $\pm 0,19$	Muy débil
De $\pm 0,00$ a $\pm 0,09$	Nula o inexistente

Fuente:

4.1. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL.

H₀: p = 0: No existe relación significativa entre el Microcrédito y el ahorro para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

H₁: p ≠ 0: Existe relación significativa entre el Microcrédito y el ahorro para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018.

Regla de decisión: Si $p \leq 0.05$ se rechaza H₀

Tabla 24: Coeficiente de correlación de las variables microcrédito y creación de una empresa de microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de santiago – cusco 2018

			Microcrédito.	Empresa microfinanciera
Rho de	Microcrédito.	Coeficiente de correlación	1,000	,775**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
Spearman	Empresa microfinanciera.	Coeficiente de correlación	,775**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Decisión:

Según la Tabla 14, existe una relación lineal estadísticamente significativa y directamente proporcional, entre las variables microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago –

cusco 2018, ($R_s = 0,775$, $p = 0,000 < 0.05$). por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y queda demostrada la hipótesis general de la investigación.

Tabla 25: Tabulación cruzada entre las Coeficientes de correlación de la variable Microcrédito y el aspecto empresarial

		Creación de empresa de Microfinanciera				Total	
		Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
Microcrédito	Insatisfecho	Recuento	2	1	0	0	3
		% del total	5,6%	2,8%	0,0%	0,0%	8,3%
	Poco satisfecho	Recuento	0	12	7	0	19
		% del total	0,0%	33,3%	19,4%	0,0%	52,8%
	Satisfecho	Recuento	0	2	6	2	10
		% del total	0,0%	5,6%	16,7%	5,6%	27,8%
	Muy satisfecho	Recuento	0	0	3	1	4
		% del total	0,0%	0,0%	8,3%	2,8%	11,1%
	Total	Recuento	2	15	16	3	36
		% del total	5,6%	41,7%	44,4%	8,3%	100,0%

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Interpretación:

Observado la Tabla 15, la relación entre las categorías de análisis de las variables microcrédito y creación de una empresa microfinanciera son: Insatisfecho con 5,6% de relación, Poco satisfecho con 33,3% de relación, Satisfecho con 16,7% de relación, y Muy satisfecho con 2,8% de relación,

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

H₀: p = 0: No Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

H₁: p ≠ 0: Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

Regla de decisión: Si $p \leq 0.05$ se rechaza H₀

Tabla 26: Coeficiente de correlación de la variable Microcrédito y el aspecto empresarial.

		Microcrédito	Aspecto empresarial
Rho de	Microcrédito	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,644**
		N	,000
Spearman	Aspecto empresarial	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,644**
		N	,000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Decisión:

Según la Tabla 16, existe una relación lineal estadísticamente significativa y directamente proporcional, entre el microcrédito y el aspecto empresarial, distrito de Santiago, ($R_s = 0,644$, $p = 0,000 < 0.05$). por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y queda demostrada la primera hipótesis específica de la investigación.

Tabla 27: Tabulación cruzada entre la variable microcrédito y aspecto empresarial

		Aspecto empresarial				Total	
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho		
Microcréditos	Insatisfecho	Recuento	2	0	1	0	3
		% del total	5,6%	0,0%	2,8%	0,0%	8,3%
	Muy satisfecho	Recuento	0	2	0	2	4
		% del total	0,0%	5,6%	0,0%	5,6%	11,1%
	Poco satisfecho	Recuento	0	2	7	10	19
		% del total	0,0%	5,6%	19,4%	27,8%	52,8%
	Satisfecho	Recuento	0	2	3	5	10
		% del total	0,0%	5,6%	8,3%	13,9%	27,8%
	Total	Recuento	2	6	11	17	36
		% del total	5,6%	16,7%	30,6%	47,2%	100,0%

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Interpretación:

Observado la Tabla 17, la relación entre las categorías de análisis de la variable microcrédito y el aspecto empresarial son: Insatisfecho con 5,6% de relación, Poco satisfecho con 19,4% de relación, Satisfecho con 13,9% de relación, y Muy satisfecho con 5,6% de relación,

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

H₀: p = 0: No Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018.

H₁: p ≠ 0: Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018.

Regla de decisión: Si $p \leq 0.05$ se rechaza H₀

Interpretación:

Observado la Tabla 19, la relación entre las categorías de análisis de la variable microcrédito y aspecto financiero son: Insatisfecho con 8,3% de relación, Poco satisfecho con 41,7% de relación, Satisfecho con 19,4% de relación, y Muy satisfecho con 2,8% de relación.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

H₀: p = 0: No existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

H₁: p ≠ 0: Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018

Regla de decisión: Si $p \leq 0.05$ se rechaza H₀

Tabla 30: Coeficiente de correlación de la variable microcrédito y aspecto social

		Microcrédito	Aspecto social.
Rho de	Microcrédito		
	Coeficiente de correlación	1,000	,656**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	36	36
Spearman	Aspecto social		
	Coeficiente de correlación	,656**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	36	36

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Decisión:

Según la Tabla 20, existe una relación lineal estadísticamente significativa y directamente proporcional, entre el microcrédito y el aspecto social del distrito de

Santiago, ($R_s = 0,656$, $p = 0,000 < 0.05$). por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y queda demostrada la tercera hipótesis específica de la investigación.

Tabla 31: Tabulación cruzada entre la variable Gestión comercial y conservación del medio ambiente.

			Aspecto social .				Total
			Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Microcrédito.	Insatisfecho	Recuento	2	1	0	0	3
		% del total	5,6%	2,8%	0,0%	0,0%	8,3%
	Poco satisfecho	Recuento	6	11	2	0	19
		% del total	16,7%	30,6%	5,6%	0,0%	52,8%
	Satisfecho	Recuento	0	1	7	2	10
		% del total	0,0%	2,8%	19,4%	5,6%	27,8%
	Muy satisfecho	Recuento	0	1	1	2	4
		% del total	0,0%	2,8%	2,8%	5,6%	11,1%
	Total	Recuento	8	14	10	4	36
		% del total	22,2%	38,9%	27,8%	11,1%	100,0%

Fuente: Microcrédito y creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago – cusco 2018

Interpretación:

Observado la Tabla 21, la relación entre las categorías de análisis de la variable microcrédito y aspecto social son: Insatisfecho con 5,6% de relación, Poco satisfecho con 30,6% de relación, Satisfecho con 19,4% de relación, y Muy satisfecho con 6,6% de relación.

3.2. Discusión de resultados

- Según los resultados obtenidos en nuestra hipótesis general se logró determinar que la aplicación La situación del microcrédito y del ahorro determina que las mujeres emprendedoras acceden a créditos que permitirá en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago - Cusco en el año 2018, con un nivel de significancia de 0,002, también se logró un incremento de medias de 7,64 hasta 9,38; por lo cual se concluye el rechazo de la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna. El incremento del crédito permitirá, la creación de la Microfinanciera debido a

la mayor disponibilidad de los clientes de mujeres emprendo ras para seguir generando productividad, por lo tanto, se cuenta con mayor liquidez para buenas condiciones para realizar actividades propias del trabajo.

- Siendo la media inicial de mujeres emprendo ras 61,67; que volviendo a evaluar después de la aplicación se obtiene 91,17; y la media inicial de eficacia 71,00; que volviendo a evaluar después de la aplicación obtiene 88,50. Concuero con este autor ya que la situación del microcrédito y del ahorro determina que las mujeres emprendedoras acceden a créditos que permitirá en la creación de una empresa financiera de Micro finanzas en el distrito de Santiago pudieron cumplir con las actividades debido a que no se malograron en pleno trabajo u operación.

Como se pudo observar en la investigación, la empresa más posicionada en el distrito de Santiago fue Compartamos, dentro de las principales. Es importante recalcar que Mujer- Emprende no tiene una competencia directa debido a que no existe en el mercado una Microfiananciera especializada en servicios para mujeres. En el caso de Compartamos, comenzó como una Microfiananciera, y ya tiene en el mercado que va creciendo el año 2018 acaba de constituirse como una financiera y sus servicios van enfocados tanto a hombres como mujeres. En el caso de, se puede decir que es una Asociación Civil, y uno de sus servicios es brindar microcréditos a través de una financiera para mujeres emprendo ras, y aunque su mercado sí está dirigido a mujeres, no son una Micro financiera como tal y no se brinda el servicio a mujeres con empresa propia, como lo hace Mujer-Emprende.

Conclusiones

PRIMERO: El principal objetivo que se planteó al iniciar el proyecto, fue el de desarrollar un plan de negocios para la creación de una Micro financiera. En apoyo a la mujer emprendedora del distrito de Santiago de la Ciudad del Cusco. A través de la información obtenida de la investigación, se pudo responder a cada uno de los objetivos específicos planteados anteriormente.

SEGUNDO: Se determinó la misión de la Microfinanciera, enfocada principalmente al crecimiento y desarrollo económico de la mujer del distrito de Santiago - Cusco. A su vez, se identificó la visión de la empresa basada en el posicionamiento líder como organismo de apoyo en el distrito de Santiago.

TERCERO: Dentro de la investigación se pudo identificar que el mercado potencial de la Microfinanciera son mujeres que van de los 26 a los 50 años de edad, ya que, según las informaciones obtenidas, se muestra que es el mercado con la mayor disposición para adquirir un microcrédito. También se observó que la mayoría de las mujeres en general sí estarían dispuestas a adquirir un microcrédito, lo que muestra el mercado de las Micro financieras como atractivo y con un buen pronóstico hacia el futuro.

CUARTO: En base a la información obtenida, se determinó que los recursos necesarios para iniciar el negocio se obtendrían de la siguiente forma, el 75% de estos ingresos a través de un préstamo Microfinanciera, lo cual representará el factor motivacional para el desarrollo y generar calidad de vida en la mujer santiaguina – cusco.

Recomendaciones

PRIMERO:

Se recomienda que, dentro de la forma de la obtención de los recursos iniciales, se obtenga un mayor porcentaje a través de un microcrédito financiero y con menor porcentaje, a través de capital propio de los socios, ya que se cuenta con un mayor plazo para saldar la deuda, siempre y cuando se puede hacer uso provechoso de capital, sin poner en riesgo el mismo, esto con la creación de la financiera.

SEGUNDO:

Consolidar la creación de la Micro financiera con la visión enfocada en el desarrollo económico y autoempleo de la mujer santiaguina.

TERCERO

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, una de las principales recomendaciones en cuanto al servicio es consolidar la presencia de la Micro financiera otorgando créditos inmediatos con requisitos flexibles de tal forma generar desarrollo y calidad de vida en las mujeres emprendedoras del distrito de Santiago Cusco entre las edades de 26 a 50 años.

CUARTO:

Otorgaremos con la presencia de la Micro financiera hasta el 75% de la inversión inicial, que significará capital económico para el respectivo emprendimiento, y mejora de calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOTLER, P. (2011). Fundamentos de Marketing 6ta edición, Pearson Educación de México, S.A.

KOTLER Philip & ARMSTRONG Gary (2007). "Marketing versión para Latinoamérica". México 6ta edición, edit. Pearson Educación.

KLOTTER P & ARMSTRONG GG. (2007). "Marketing Fundamental". México 11ava edición, edit. Graw-Hill.

LAMB, HAIR Y MCDANIEL (1998), "Marketing" EE.UU. 4ta edición, Thompson editors.

MAYORGA DAVID Y ARAUJO PATRICIA (2011) "El Plan de Marketing", Lima, 2da edición.

MOSCOSO MENDOZA, Daniel (2012). "Plan de Marketing para el posicionamiento en el mercado de servicios deportivos de la empresa Club Internacional Cusco". Perú. Universidad Andina del Cusco.

MUÑIZ, RAFAEL (2014). Marketing en el Siglo XXI, 2da edición, Centro de Estudios Financieros S.A.

STATON, William J. & ETZEL, Michael J, & Walker Bruce J. (2007). "Fundamentos del Marketing", 14ava edición, edit. Mc Graw-Hill.

TORRES Bernal Y AUGUSTO César (2006). "Metodología de la Investigación Científica". México 2da edición, edit. Pearson Educación.

VALDERRAMA AVENDAÑO, Carlos (2003). "Plan Estratégico De Marketing para el Banco de Crédito, Sucursal Cusco. Perú. Universidad Andina del Cusco.

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

TESIS: "MICROCRÉDITO Y CREACION DE UNA EMPRESA de MICROFINANZAS EN MUJERES EMPRENDEDORES EN EL DISTRITO DE SANTIAGO – CUSCO 2018"

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Existe relación entre el Microcrédito y el ahorro para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?</p> <p>PROBLEMAS SECUNDARIOS:</p> <p>PE.1 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?</p> <p>PE.2 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?</p> <p>PE.3 ¿Existe relación entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la situación del Microcrédito y el ahorro de las mujeres emprendedoras que influye en la creación de una empresa financiera de Microfinanzas en el distrito de Santiago - Cusco 2018.</p> <p>OBJETIVOS SECUNDARIOS:</p> <p>OE.1. Determinar relación entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p> <p>OE.2. Determinar relación entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p> <p>OE.3. Determinar relación entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe relación significativa entre el Microcrédito y el ahorro para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIOS</p> <p>HE.1. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto empresarial para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p> <p>HE.2. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto financiero para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco 2018</p> <p>HE.3. Existe relación significativa entre el Microcrédito y el aspecto social para la creación de una empresa de Microfinanzas en mujeres emprendedoras en el distrito de Santiago -Cusco</p>	<p>VARIABLE (X) MICROCRÉDITO</p> <p>VARIABLE (Y) EMPRESA FINANCIERA DE MICROFINANZAS</p>	<p>Variable Independiente: MICROCREDITO</p> <p>1. Capital 2. Interés 3. Tiempo 4. Ahorro</p> <p>Variable dependiente: CREACION DE UNA EMPRESA DE MICROFINANZAS</p> <p>1. Aspecto Empresarial 2.Aspecto Financiero 3. Aspecto Social.</p>	<p>METODO Descriptivo</p> <p>DISEÑO No Experimental NIVEL: Relacional</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>MUESTRA:</p> <p>TECNICA Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO Cuestionario</p>

		2018			
--	--	------	--	--	--