



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

“LOS CLIENTES MICROFINANCIEROS Y SU INFORMACIÓN
FINANCIERA DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO
CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI EN EL PERÍODO 2016”

Tesis presentado por

Bach. Dennisse Tintaya Condori

Para optar al Título Profesional de
Contador Público

Asesor

CPC Pavel Figueroa Alcántara

CUSCO – PERÚ

2017



Presentación

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco. En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, pongo a vuestra consideración el proyecto de investigación intitulado **“LOS CLIENTES MICROFINANCIEROS Y SU INFORMACIÓN FINANCIERA DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI EN EL PERÍODO 2016”**. Para obtener el Título Profesional de Contador Público.

La Tesista



Agradecimiento

Mi sincero agradecimiento al CPC Pavel Figueroa Alcántara Docente de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Andina del Cusco quien supo orientarme acertadamente, durante mi Elaboración de este trabajo, ayudo a mi crecimiento y formación Profesional.

A la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani que me brindo tener información que me permitió realizar el presente trabajo.

A las personas naturales prestamistas de la Caja Municipal Cusco, a empresas comerciales, industriales de la Ciudad de Sicuani, quienes en cada momento supieron brindarme información valiosa y apoyo moral.

La Tesista



Dedicatoria

A Dios, por ser guía espiritual.

A mis Padres:

Domingo Tintaya Ccopa y Juana Condori Huaman

por su comprensión y apoyo incondicional, sin

ustedes este sueño no se hubiera realizado.

La Tesista



Nombres y Apellidos de los Jurados y Asesor de Tesis

Replicantes:

CPCC. Walter Quispe Atayupanqui.

CPCC. Danitza Zuniga Hermoza.

Dictaminates:

MGT. Jessica Betzabe Caller Farfan.

MGT. José Luis Gonzales Zarate.

Asesor:

CPCC. Pavel Figueroa Alcántara.



Resumen

La presente investigación trata sobre conocer la caracterización de la actividad empresarial del Distrito de Sicuani, con el propósito de ampliar la información y el conocimiento de las características de la actividad económica e información Financiera de los clientes con créditos microempresa y como las aplican a sus negocios su papel dentro del desarrollo del negocio y entender la variedad de productos financieros diseñados para las necesidades del negocio y familia. Cuyo objetivo general es conocer como son las características de los clientes microfinancieros y su información financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016. Se plantearon dos objetivos específicos: 1) Conocer como son las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016, 2) Conocer como es la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016. Para realizar esta investigación se aplicó un diseño no experimental transeccional o transversal y tiene un alcance Descriptivo. El proceso de obtención de datos se realizó a través de entrevistas, encuestas y del análisis documentaria. La Encuesta permitió detectar puntos clave de las características de los clientes microfinancieros en el ámbito social, la edad que más tiende a solicitar un crédito es el 32.5% están entre las edades de 41 a 50 años, son más del sexo Femenino que solicitan un crédito con un 52.5%, la condición del crédito 85% de solicitudes aprobadas. En el ámbito Económico el lugar de Origen predominante es 77.5% del distrito Sicuani, la Actividad económica que más créditos solicitados es la de venta de ropa con un 17%, el 78% de los clientes no tributan, cuentan con personal en la empresa con un 83.8% máximo de dos personas, 93.8% cuentan con un local comercial, el 70% se inició con capital propio y el 88.8% indica que la inversión que realiza le genera flujo de efectivo. En el ámbito financiero el 66.3% es informal, con un 100% de los créditos con garantía patrimonial,



cuentan con una cultura crediticia del 85% calificación Normal, el tiempo en el negocio es de 35% más de 5 años, monto más solicitado es del 28.8% de montos mayores a S/10001 a 50000 y el 85% de los créditos solicitados cuentan con la documentación sustentatoria. Respecto a la información financiera el 77.5% no cuenta con alguna obligación tributaria, los clientes tienen un 63.8% que registran sus operaciones en cuadernos de anotes, el 46.3% tiene conocimiento de su negocio, el 63% conoce los recursos de su negocio mediante su gestión diaria, el 77.5% conoce su patrimonio de su negocio a raíz de su gestión diaria, el 78.8% conoce su flujo de efectivo mediante su gestión diaria, el 43.8% indica que conoce poco de su información financiera (contable) que muestra fielmente la realidad de su negocio, y que el 48.8% indica que es poco la información financiera (contable) que posee su negocio para serle útil.



Abstract

The present investigation deals with the characterization of the business activity in the District of Sicuani, with the purpose of extending the information and knowledge of the characteristics of the economic activity and financial information of customers with micro-credits and how to apply them to their business role within the development of the business and understand the range of financial products tailored to the needs of the business and family. The overall aim is to know how are the characteristics of microfinance clients and their financial information of the Municipal Savings and Credit Cusco S.A. Agency Sicuani in the period 2016. There were two specific objectives: 1) to know how are the characteristics of microfinance clients of the Caja Municipal Savings and Credit Cusco S.A. Agency Sicuani in the period 2016, 2) to know how is the financial information of the clients of the Caja Municipal Savings and Credit Cusco S.A. Agency Sicuani in the period 2016. To do this research was applied a non-experimental transectional design or cross-sectional descriptive and has a range. The process of data collection was carried out through interviews, surveys and documentary analysis. The Survey made it possible to detect key points of the characteristics of the microfinance clients in the social sphere, the age that tends to apply for a credit card is 32.5% are between the ages of 41 to 50 years, are more female who apply for a credit card with a 52.5%, the condition of the credit 85% of applications approved. In the economic field the predominant source is 77.5% of the district Sicuani, the economic activity more appropriations requested is the sale of clothing with a 17%, 78% of customers will not be taxable, have in the company, with a 83.8% maximum of two people, 93.8% have a commercial space, the 70% began with own capital and 88.8% indicates that the investment you make will generate cash flow. In the financial field 66.3% is informal, with a 100% credit heritage, with a 85% credit culture of the Normal, the time rating in the business is 35% more than 5 years, an amount is the most of the 28.8% of amounts greater



than S/10001 to 50000 and the 85% of the appropriations requested with the documentation. Financial information with respect to the 77.5% do not have any tax liability, customers have a 63.8% in its operations in books of note, 46.3% have knowledge of your business, the 63 per cent know the resources of your business through their day-to-day management, 77.5 per cent know their heritage of your business as a result of their day-to-day management, 78.8% know your cash flow through their day-to-day management, 43.8% indicates that knows little of your financial information (accounting) that shows the reality of your business, and that 48.8% indicates that there is little financial information (accounting) that has its business to be useful.



Índice

| | |
|--|------|
| Presentación..... | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Nombres y Apellidos de los Jurados y Asesor de Tesis | v |
| Resumen..... | vi |
| Abstract | viii |
| Índice..... | x |
| Lista de Tablas..... | xiii |
| Lista de Figuras | xvi |

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

| | |
|---|---|
| 1.1 Planteamiento del Problema | 1 |
| 1.2 Formulación del Problema | 3 |
| 1.2.1 Problema General | 3 |
| 1.2.2 Problemas específicos | 3 |
| 1.3 Justificación de la Investigación | 3 |
| 1.3.1 Conveniencia: | 4 |
| 1.3.2 Implicancias Sociales:..... | 4 |
| 1.3.3 Implicancias Prácticas:..... | 4 |
| 1.3.4 Valor Teórico: | 4 |
| 1.3.5 Utilidad Metodológica: | 4 |
| 1.4 Objetivos de la investigación..... | 4 |
| 1.4.1 Objetivo general | 4 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 4 |
| 1.5 Delimitación del Estudio | 5 |



1.5.1 Delimitación espacial..... 5
1.5.2 Delimitación Temporal 5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de Estudio 6
 2.1.1 Antecedentes Internacionales 6
 2.1.2 Antecedentes Nacionales 7
2.2 Bases Teóricas 11
 2.2.1 Cliente Microfinanciero 11
 2.2.2 Microcrédito 12
 2.2.3 Microfinanzas 14
 2.2.4 Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales en el
 Perú-Según INEI..... 15
 2.2.5 Características Económicas, sociales, Étnico-Culturales Políticas e
 Institucionales de los Emprendedores Emergentes Limeños 23
 2.2.6 El Marco Conceptual para la Información Financiera 25
 2.2.7 Sistema Financiero..... 41
 2.2.8 Reglamento General de Créditos Caja Municipal de Ahorro y Crédito CUSCO
 S.A. AGENCIA SICUANI 48
 2.2.9 Categorías de clasificación del deudor de la cartera de créditos 56
2.3 Marco Conceptual..... 58
2.4 Hipótesis 66
 2.4.1 Hipótesis General 66
 2.4.2 Hipótesis Específicas 66
2.5 Variables e Indicadores 66
 2.5.1 Identificación de variables 66
 2.5.2 Operacionalización de variables 67



CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación..... 69

3.2 Enfoque de la Investigación: 69

3.3 Diseño de la investigación..... 69

3.4 Población y Muestra..... 70

3.5 Técnicas de recolección de datos 70

3.6 Técnicas de procesamiento de datos 70

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados respecto a los objetivos específicos..... 71

4.2 Resultados respecto al Objetivo General..... 117

CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN

5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos 119

5.2 Limitaciones del estudio..... 123

5.3 Comparación crítica con la literatura existente 123

5.4 Implicancias del Estudio 124

CONCLUSIONES 125

RECOMENDACIONES 127

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 128

ANEXOS 131

A. MATRIZ DE CONSISTENCIA 141

B. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 143



Lista de Tablas

Tabla 1 *Segmento Empresarial Según INEI* 18

Tabla 2 *Actividades económicas de comercio Según INEI*..... 19

Tabla 3 *Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012 INEI*... 19

Tabla 4 *Ventas Netas de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012* 20

Tabla 5 *Compra de mercadería de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012*..... 20

Tabla 6 *Ingresos de la Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012*..... 21

Tabla 7 *Egresos de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012*..... 22

Tabla 8 *Inversión de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica 2012*..... 22

Tabla 9 *Distribución de los ítems de la guía de observación* 71

Tabla 10 *Distribución de los Ítems del cuestionario* 72

Tabla 11 *Edad*..... 73

Tabla 12 *Sexo*..... 74

Tabla 13 *Condición del crédito* 75

Tabla 14 *Organización Jurídica* 76

Tabla 15 *Mezcla el negocio con su vida familiar* 77

Tabla 16 *Lugar de Origen*..... 78

Tabla 17 *Actividad Económica Principal* 79

Tabla 18 *Promedio de Ventas*..... 81

Tabla 19 *Promedio de Compras* 83



Tabla 20 *Promedio de Gastos* 85

Tabla 21 *Capital de trabajo* 87

Tabla 22 *Régimen del Impuesto a la Renta*..... 89

Tabla 23 *Personal de la Empresa*..... 90

Tabla 24 *Cantidad de locales* 91

Tabla 25 *Origen del Capital Inicial*..... 92

Tabla 26 *¿La inversión que realiza le genera flujo de efectivo?*..... 93

Tabla 27 *Formalidad* 94

Tabla 28 *Garantías* 95

Tabla 29 *Cultura Crediticia* 96

Tabla 30 *Tiempo en el Negocio* 97

Tabla 31 *Monto solicitado*..... 98

Tabla 32 *Fidelidad con la Entidad* 99

Tabla 33 *Cuenta con la documentación sustentatoria para asumir el crédito* 100

Tabla 34 *Pregunta 1 ¿Cuenta Ud. Con alguna obligación tributaria?*..... 101

Tabla 35 *Pregunta 2 ¿Cuenta con contabilidad en su negocio?*..... 102

Tabla 36 *Pregunta 3 ¿Ud. Registra todas las operaciones de su negocio?*..... 103

Tabla 37 *RELEVANCIA Pregunta 4 ¿Ud. Tiene conocimiento de su negocio?* 104

Tabla 38 *RELEVANCIA Pregunta 5 ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la información financiera (contable) de su negocio?* 105

Tabla 39 *ACTIVOS Pregunta 6 ¿Cómo conoce Ud. Los recursos con los que cuenta su negocio?* 106

Tabla 40 *PASIVOS Pregunta 7 ¿Cómo conoce Ud. Los adeudos de su negocio?*..... 107

Tabla 41 *PATRIMONIO Pregunta 8 ¿Cómo conoce el monto que tiene invertido Ud. en su negocio?* 108



Tabla 42 *RESULTADOS* Pregunta 9 ¿Cómo conoce Ud. Cuanto le rinde su negocio? .. 109

Tabla 43 *FLUJO DE EFECTIVO* Pregunta 10 ¿Cómo conoce Ud. De donde proviene el dinero que circula por su negocio? 110

Tabla 44 *RELEVANCIA* Pregunta 11 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee influye directamente en las decisiones que toma para guiar su negocio? 111

Tabla 45 *REPRESENTACIÓN FIEL* Pregunta 12 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee su negocio muestra fielmente la realidad?... 112

Tabla 46 *COMPARABILIDAD* Pregunta 13 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee le ayuda a comparar su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo? 113

Tabla 47 *VERIFICABILIDAD* Pregunta 14 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están demás en dicha información verificable? 114

Tabla 48 *COMPENSIBILIDAD* Pregunta 15 Comprender mejor la información financiera puede ser una limitante, ¿Considera Ud. Que comprende bien la información financiera (contable) de su negocio? 116



Lista de Figuras

Figura 1: Edad 73

Figura 2: Sexo del cliente microfinanciero 74

Figura 3: Condición 75

Figura 4: Organización Jurídica 76

Figura 5: Mezcla con vida familiar 77

Figura 6: Lugar de Origen 78

Figura 7: Actividad Económica 79

Figura 8: Régimen del Impuesto a la Renta 89

Figura 9: Personal de la Empresa 90

Figura 10: Cantidad de locales 91

Figura 11: Origen del capital Inicial 92

Figura 12: Flujo de efectivo 93

Figura 13: Formalidad 94

Figura 14: Garantías 95

Figura 15: Cultura crediticia 96

Figura 16: Tiempo en el negocio 97

Figura 17: Monto solicitado 98

Figura 18: Fidelidad con la entidad 99

Figura 19: Cuenta con documentación sustentatoria 100

Figura 20: Obligación tributaria 101

Figura 21: Contabilidad en su negocio 102

Figura 22: Operaciones de su negocio 103

Figura 23: Conocimiento de su negocio 104

Figura 24: Conocer la información financiera 105



| | |
|---|-----|
| Figura 25: <i>Los recursos de su negocio</i> | 106 |
| Figura 26: <i>Los adeudos de su negocio</i> | 107 |
| Figura 27: <i>Monto que tiene invertido</i> | 108 |
| Figura 28: <i>Rinde su negocio</i> | 109 |
| Figura 29: <i>Proviene el dinero que circula por su negocio</i> | 110 |
| Figura 30: <i>Guiar su negocio</i> | 111 |
| Figura 31: <i>Fielmente la realidad</i> | 112 |
| Figura 32: <i>Negocio en el tiempo</i> | 113 |
| Figura 33: <i>Información verificable</i> | 114 |
| Figura 34: <i>Información Financiera útil</i> | 115 |
| Figura 35: <i>Información financiera (contable) de su negocio</i> | 116 |



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

El financiamiento de la microempresa tiene gran importancia en un país como el Perú, caracterizado por la diversidad estructural de su aparato productivo. De esta manera el microcrédito constituye una de las herramientas más significativas para asignar capital y supervisar su utilización en estas microempresas, reforzando su productividad y eficiencia, y así contribuir con el desarrollo de estos sectores económicos incrementando los niveles de ingresos y empleo. (Quispe, 2013)

El crecimiento alcanzado por la economía peruana en la última década y el buen entorno de negocios han llevado a las cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC) a convertirse en los agentes económicos protagonistas del sector microfinanciero.

Se convierten, de esta manera, en uno de los factores más importantes en la disminución de la desigualdad económica y social en el Perú. Asimismo, las CMAC contribuyen a la inclusión financiera con múltiples programas. Aumentan de esta manera el nivel de bancarización y desarrollan una cultura de pago que potencia las economías locales y regionales, sobre todo las del interior del país. En vista del importante rol y de la relevancia de las CMAC tanto en la economía nacional como en el desarrollo del sector microfinanzas en el Perú, y con la finalidad de asegurar el crecimiento sostenible en el largo plazo de dichas Instituciones Microfinancieras.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. es una Empresa Pública con Personería Jurídica de Derecho Privado, que fue creada bajo el ámbito del Decreto Ley N°23039 del 14 de Mayo de 1980, con autorización de funcionamiento mediante Resolución S.B.S.N°218-88 del 22 de marzo de 1988. (Cusco, 2017)

En 1998-1999, la Superintendencia de Banca y Seguros autoriza la apertura de la Agencia Sicuani, cuyo propósito principal es apoyar a segmentos socioeconómicos que



tienen acceso limitado a la Banca tradicional, impulsando el desarrollo de la Pequeña y microempresa, fomentando el ahorro en la población y otorgando créditos a las PYME, contribuyendo con la descentralización Financiera y Democratización del crédito. (Cusco, 2017)

Este proyecto de investigación propone la caracterización de la actividad empresarial del Distrito de Sicuani, con el propósito de ampliar la información y el conocimiento de las características de la actividad económica e información Financiera de los clientes con créditos microempresa y como las aplican a sus negocios su papel dentro del desarrollo del negocio y entender la variedad de productos financieros diseñados para las necesidades del negocio, familia y saber cuándo se necesitan cambios para definir su naturaleza y aquellos elementos que tienen relación con la posición del empresario frente al uso de la información.

Según la Publicación de EDICIONES ESSAN SOSTENIBILIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO (CMAC) EN EL PERÚ

“Optimización de activos

- Gama de servicios adaptada a la demanda actual.
- Diseñar teniendo en cuenta las características de los clientes.
- Variedad de productos financieros diseñados para que coincida con las principales necesidades del negocio y de la familia de la población objetivo.
- Términos y condiciones muy flexibles.
- El diseño del producto teniendo en cuenta el mejor interés del cliente, así como el de la Instituciones Microfinancieras.
- Buena capacidad de entender las necesidades del cliente y saber cuándo se necesitan cambios.



- Retroalimentación de los clientes. Se utiliza para informar sobre el desarrollo de productos y mejorar los existentes.
- Procesos de desarrollo de productos bien organizados, con pruebas piloto y puesta en marcha.
- Las tasas de retención son buenas y supervisadas. La satisfacción se mide con la deserción.
- Programas de fidelización de clientes en el lugar.
- Evaluación de la metodología apropiada de investigación
- Una razón que motivó la realización de este proyecto, fue precisamente la falta de información y análisis sobre las características de la estructura empresarial de la ciudad de Sicuani, que nos lleva a plantear las siguientes interrogantes.”
(Ediciones, Mendiola, & Aguirre, s.f.)

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son las características de los clientes microfinancieros y su información financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?
- b) ¿Cuál es la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?

1.3 Justificación de la Investigación

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:



1.3.1 Conveniencia:

La presente investigación es de conveniencia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. y los empresarios para determinar como son los clientes microfinancieros y su información financiera.

1.3.2 Implicancias Sociales:

Las presente investigación es Social ya que da a conocer que los comerciantes requieren de un manejo óptimo de la información financiera de sus negocios y/o actividades.

1.3.3 Implicancias Prácticas:

La presente investigación es práctica ya que conoceremos como son las características de los clientes microfinancieros y su información financiera la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani.

1.3.4 Valor Teórico:

La presente investigación no cuenta con valor teórico.

1.3.5 Utilidad Metodológica:

La presente investigación contribuye con una Guía de observación que puede servir de ayuda para otros investigadores.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

- a) Conocer las características de los clientes microfinancieros y su información financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Conocer las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016.



- b) Conocer las características de la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016.

1.5 Delimitación del Estudio

1.5.1 Delimitación espacial

El estudio estará enmarcado en los negocios con créditos microempresa vigentes y denegados de la cartera de créditos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani del Distrito Sicuani, Provincia Canchis, Departamento Cusco.

1.5.2 Delimitación Temporal

El estudio comprenderá el período 2016.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de Estudio

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Tesis Internacionales 1

“*VINCULACIÓN DEL SUJETO COMERCIANTE Y LA NORMATIVA JURÍDICA MERCANTIL ESTABLECIDA EN EL CÓDIGO DE COMERCIO VENEZOLANO*”, Su autor Abog. Serafina Trimarchi, quien presentó dicho trabajo a la Universidad Católica Andrés Bello Dirección General de los Estudios de Postgrado Área de Derecho Especialidad en Derecho Mercantil, para optar el grado de Académico de Derecho Mercantil, en el año 2002.

Conclusiones

- Para dejar por concluido este trabajo se expones de una forma clara y precisa todo lo derivado del análisis al sujeto comerciante, dentro de diversos aspectos, bien elementos jurídicos y requisitos para ser comerciante, así como también la importancia de la contabilidad mercantil llevada durante los actos de comercio.
- El comerciante puede ser definido como los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual (Artículo 10 del Código de Comercio Venezolano). Estipulando el Código, el término comerciante, en sentido genérico para referirse a una categoría equivalente a la de empresario como lo identifican actualmente en su mayoría los juristas mercantiles.
- En tal sentido, el comerciante reporta a la sociedad muchísimos beneficios, pero se deben destacar los primordiales, por cuanto ellos son suficientes para tomar idea clara de lo importante y útil que puede resultar tal profesión, a saber: sirven de intermediarios entre los productores y los consumidores, toman mercancías por mayor del productor y las despachan al detal, evitando así el inconveniente que resultaría de la falta de conciencia entre la cantidad ofrecida por el productor



y la reclamada por consumidor; socialmente se estaría identificando una clasificación económica; el productor, consumidor y comerciante.

Tesis Internacionales 2

“ANÁLISIS JURÍDICO DOCTRINARIO DE LA FUNCIÓN DE LOS AUXILIARES DE LOS COMERCIANTES EN EL DERECHO MERCANTIL GUATEMALTECO”, Oscar Octavio Castro Mellado, presentado a la Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, para conferirse el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, en el año 2012.

Conclusiones

- El Estudio de los auxiliares de los comerciantes, así como los elementos subjetivos del derecho mercantil propiamente dicha, han quedado en desuso ya que en la actualidad estos mismos no juegan un papel preponderante en las formas de comercialización de bienes y servicios, pues han sido descontinuados tanto para su estudio como en sus funciones.
- El derecho mercantil, en el contenido de sus principios establece que es poco formalista, sin embargo en la legislación vigente existe divergencia en este extremo, ya que establece que, para que el comerciante pueda tener relación con un auxiliar deberá regirse ya sea por un contrato solemne sea de trabajo o representación en el que se le encomiende específicas actividades a las que esté debe regirse en su función.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

2.1.2.1 Antecedentes nacionales Encuestas realizadas por el INEI

“CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES EN EL PERÚ”, Su autor es el Instituto Nacional de Estadística e



Informática (INEI), Resultados de la Encuesta Económica Anual 2013, en octubre del año 2013.

Objetivo General

Recoger información económica Financiera confiable y oportuna de las principales características de los agregados macroeconómicos, produciendo estadísticas sobre la evolución de la actividad empresarial.

Objetivos Específicos

- Obtener información estadística básica de las empresas y sus establecimientos que permita caracterizar la estructura económica del país a nivel nacional y por actividad económica.
- Ser fuente permanente de actualización del Directorio Central de Empresas y Establecimientos.
- Organizar e implementar un banco de datos, con información sistematizada y clasificada, creando así un sistema de información de las empresas que desarrollan actividades económicas en los 24 departamentos del País y la Provincia Constitucional del Callao.

2.1.2.2 Antecedentes Nacionales Tesis Nacionales

Tesis Nacionales 1°

“LOS CRÉDITOS DE LAS CAJAS MUNICIPALES Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR METALMECÁNICA EN EL DISTRITO DE INDEPENDENCIA PERÍODO 2007-2011” Su autora Bach. Jenny Silvia Berberisco Morales, quien presentó dicho trabajo a la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras para obtener el Título Profesional de Contador Público en el año 2013.



Objetivo General

Determinar la influencia de los créditos de las Cajas Municipales en el desarrollo Empresarial de las Mypes del sector metalmecánica en el Distrito de Independencia.

Objetivos Específicos

- Identificar si la tasa de interés de los créditos de las Cajas Municipales influye en las decisiones de financiamiento para el desarrollo empresarial de las Mypes del sector metalmecánica del distrito de Independencia.
- Determinar si los costos de los créditos de las Cajas Municipales influyen en la capacidad financiera para el desarrollo empresarial de las Mypes del sector metal mecánica en el distrito de Independencia.
- Determinar si sistema de garantías de los créditos de las Cajas Municipales influye en el acceso al crédito para el desarrollo empresarial de las Mypes del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.

Conclusiones

- a) Las elevadas tasas de interés de los créditos, influyen negativamente en las decisiones de financiamiento para el desarrollo empresarial de la Mypes del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.
- b) Los elevados costos administrativos de los créditos influyen negativamente en la limitada capacidad financiera para el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de la independencia.
- c) Un fuerte crecimiento de los sistemas de garantía de los créditos influye negativamente a tener acceso a créditos que beneficien el desarrollo empresarial de las MYPES del sector metalmecánica en el distrito de Independencia.



Tesis Nacionales 2°

“ANÁLISIS ECONÓMICO DE LAS BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO CREDITICIO EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE LA UNIÓN” Su autores Bach. Bayona Chunga Jessica Roxana y Bach. Talledo Yamunaque Jhony Jhon, quien presentó dicho trabajo a la Universidad Nacional de Piura, Facultad de Economía en el año 2011.

Objetivo General

- a) Identificar las barreras de entrada al Mercado Crediticio de los comerciantes del Mercado De la Unión.

Objetivos Específicos

1. Plantear un marco teórico pertinente para el desarrollo de la investigación.
2. Cuantificar la capacidad de pago de los comerciantes del Mercado de la Unión.
3. Determinar el grado de experiencia en el negocio de los comerciantes del Mercado de la Unión.

Conclusiones

1. Los comerciantes en el Mercado La Unión tiene un endeudamiento muy alto, lo que limita el fácil acceso al financiamiento formal.
2. La mayoría de los comerciantes tienen negocios con más de 5 años de funcionamiento, siendo la mayoría negocios sólidos dirigidos por personas con experiencia en el giro, sin embargo existe problemas en la gestión del mismo dado que el comparar su capital inicial y el actual no hay incrementos negativos.

Tesis Nacionales 3°

“EL MERCADO DE CRÉDITO PARA LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EL DISTRITO DE TRUJILLO DE LA REGIÓN DE LA LIBERTAD” Su autora Bach. Mariela



Inga Quesada, quien presentó dicho trabajo a la Universidad de Piura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para obtener el Título de Economista en el año 2005.

Objetivo General

La presente investigación pretende estudiar las características del crédito a la micro y pequeña empresa en el distrito de Trujillo, Región la Libertad, por concentrar este espacio geográfico, Según INEI, el 67.9 por ciento del total de MYPES en la Libertad.

Objetivos Específicos

- Conocer de qué manera financian sus operaciones las MYPES.
- Conocer las principales fuentes de financiamiento de las MYPES, tanto en mercado formal como informal.
- Conocer las condiciones crediticias en las que incurren las MYPES en cuanto a montos, costo, plazo y garantías.

Conclusiones

- Teniendo en cuenta las conclusiones antes señaladas podemos decir que la hipótesis, en su primera parte, no se prueba parcialmente, debido a que solo tres de diecisiete instituciones de crédito exigen la tenencia de RUC como requisito para otorgar financiamiento a las MYPES; además el 36% de los negocios considerados informales han recibido crédito de las instituciones formales.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Cliente Microfinanciero

Son clientes de Microcréditos, las personas pertenecientes a segmentos de la población de bajo nivel de ingresos, que poseen unidades económicas productivas, comerciales y de servicios, de reducido tamaño de bajo nivel tecnológico, con acceso



limitado al crédito convencional. (Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, s.f.)

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

- Informalidad
- Falta de garantías
- Población dispersa (particularmente en áreas rurales)
- Escasa información sobre antecedentes (necesidad de información crediticia)
- Falta de “cultura crediticia”
- Dificultades idiomáticas
- Fidelidad hacia la entidad microfinanciera
- Buen pagador

(Introducción a las Finanzas, 2010)

2.2.2 Microcrédito

Desde el Foro Nantik Lum de MicroFinanzas creemos y apoyamos la definición adoptada en la 1ª Conferencia Internacional sobre Microfinanzas, que tuvo lugar en Washington D.C. en febrero de 1997.

Los microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias.

A partir de esta definición se pueden ir destacando una serie de elementos que nos permitirán entender qué son y qué no son los microcréditos.

Los microcréditos son un instrumento de financiación para el desarrollo, cuyo objetivo final es mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos, es decir, reducir los niveles de pobreza en el mundo. Sacar de la pobreza a millones de personas sin ninguna esperanza de futuro a través de la puesta en marcha de un pequeño negocio rentable, que



permita generar ingresos suficientes con los que devolver el préstamo y mejorar su nivel de vida y el de su familia. (Foro Nantik LUM de Microfinanzas, 2010)

- Los microcréditos surgen para sacar del círculo vicioso de la pobreza a millones de personas muy pobres. La Teoría del Círculo Vicioso de la Pobreza, enunciada por el economista Ragnar Nurke (1907-1959), viene a afirmar que las personas más pobres están sumidas en un camino sin salida –en un círculo vicioso–. Según Nurke, los pobres destinan sus pequeños ingresos enteramente al consumo, por lo que no tienen ninguna capacidad de ahorro ni de inversión, lo que a su vez limita las posibilidades de incrementar su renta futura. La única forma de romper este esquema de pobreza y convertirlo en un Círculo Virtuoso es mediante la inyección externa de capital. Mediante el acceso al recurso financiero. Pero los bancos no les ofrecen recursos financieros al considerarlos clientes poco solventes por su falta de bienes o ingresos. Además, como la cantidad de dinero que necesitan es muy reducida, el coste unitario de un préstamo es para el banco proporcionalmente mucho mayor al de un préstamo de mayor volumen. Esto les convierte, a su vez, en clientes poco rentables. Por tanto, para obtener recursos financieros, los pobres se ven obligados a recurrir al crédito informal de los usureros, quienes les aplican condiciones abusivas y les empobrecen más aún. (Foro Nantik LUM de Microfinanzas, 2010)
- Los microcréditos son una herramienta para reducir las diferencias en el acceso a los recursos financieros. Nacen como respuesta a la falta de acceso al crédito por parte de millones de personas excluidas de los sistemas financieros formales de sus países en todo el mundo. Para que personas sin ninguna posibilidad de acceder al crédito puedan obtener financiación y aprovechar las oportunidades económicas que se les presentan, poniendo en marcha algún pequeño negocio



(microempresa). Por lo tanto, el segundo objetivo básico de los microcréditos es la inclusión financiera y social de sus clientes.

Los microcréditos se conceden en virtud de la confianza en el potencial de la persona que lo recibe y no en virtud de las posesiones, propiedades, avales o garantías patrimoniales. Los microcréditos son préstamos a aquellos agentes económicos que por no disponer de avales o garantías no pueden acceder al sistema financiero formal de sus países. Ahora bien, todo lo anterior no está en contra de la posibilidad de exigir garantías morales. El microcrédito se basa en la confianza de que la persona a la que se le ha prestado el dinero lo devolverá, bien porque su proyecto de negocio supone en sí mismo un aval económico, bien porque existe un aval o garantía solidaria –cuando el microcrédito se concede a un grupo solidario–, pero sobre todo, porque la persona ofrece una seguridad de reembolso: *su dignidad es la mejor garantía*.

2.2.3 Microfinanzas

Microfinanzas es un concepto más amplio que el de microcrédito. Las microfinanzas hacen referencia no sólo al crédito, sino también a toda una serie de servicios financieros ofrecidos a todos aquellos que están excluidos del sistema financiero formal. (Foro Nantik LUM de Microfinanzas, 2010)

En algunos países, como es el caso de España, las microfinanzas se reducen a un solo producto: los microcréditos. Sin embargo, en muchos países en vías de desarrollo, actualmente, se están ofreciendo también otros productos microfinancieros como pueden ser productos de ahorro, seguros, planes de pensiones, créditos hipotecarios, remesas, etc. Todos ellos adecuados a las características y necesidades de la población a la que van dirigidos. Como cualquiera de nosotros que vive en el primer mundo, las personas más desfavorecidas de cualquier país del tercer mundo necesitan líneas de crédito para mantener sus pequeños negocios, servicios de seguros para proteger su pequeño patrimonio, servicios de ahorro para



equilibrar su consumo y tener un colchón cuando lleguen los momentos de más dificultad.
(Foro Nantik LUM de Microfinanzas, 2010)

De la misma forma que el concepto se ha ampliado, pasando de los microcréditos a las microfinanzas, con el paso del tiempo han ido surgiendo nuevos actores dentro de la industria que ofrecen cada vez una mayor variedad de servicios microfinancieros. A medida que los clientes han ido demostrando que sí pueden y quieren ahorrar y lo hacen adecuadamente, que sí necesitan hipotecas para construir casas mejores y son capaces de devolverlas, que sí necesitan seguros para proteger sus propiedades y sus pequeños negocios contra cualquier acontecimiento negativo inesperado, las IMF han ido incrementando el número y la variedad de productos microfinancieros ofrecidos. Así, en la actualidad nos encontramos no sólo con una mayor variedad de productos ofrecidos, sino también con una mayor variedad de oferentes dentro del sector: ONG, cooperativas, grupos informales de autoayuda, uniones de crédito, oficinas de correo, bancos, cajas de ahorro, compañías de seguros, compañías de crédito y empresas dedicadas a las nuevas tecnologías que utilizan estas últimas para facilitar la prestación de los servicios microfinancieros (CGAP, 2009).
(Foro Nantik LUM de Microfinanzas, 2010)

2.2.4 Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales en el Perú-Según INEI

La Encuesta Económica Anual (EEA) es una investigación estadística que realiza el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y las Oficinas Sectoriales del Sistema Estadístico Nacional (SEN), destinada a recolectar información económica y financiera de las empresas que desarrollan actividades económicas en el territorio nacional que han registrado ventas anuales mayores a 547 mil 500 nuevos soles (150 Unidades Impositivas Tributarias).



Antecedentes

La Encuesta Económica Anual se ejecuta desde el año 1977, en ese año, se investigaron las siguientes actividades: Manufactura, pesca extractiva y minería. En el año 1978 se amplió el estudio a las actividades agro industriales, transportes y comunicaciones, educación, salud, comercio y turismo. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Desde el año 2001, la Encuesta Económica Anual cambió el proceso de recojo de información utilizando como herramienta el formulario electrónico, abandonando los formatos impresos, lo que permitió reducir el uso intensivo de mano de obra y reducir los tiempos de procesamiento y la validación de datos.

En el año 2013 se creó el formulario en línea que ha permitido a los representantes de las empresas ingresar sus datos directamente desde internet a través del portal web de la encuesta. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Variables de análisis de la actividad de comercio.

- **Ingresos:** Son las entradas de efectivo que reciben las empresas comerciales por las transferencias de las mercancías en los diferentes canales de distribución. Los ingresos de las empresas comerciales incluyen los márgenes de comercio (venta de mercadería menos la compra de mercadería), los ingresos por la venta de productos terminados y por prestación de servicios, ganancias por medición de actividades comerciales no financieros al valor razonable y otros gastos de gestión.
- **Egresos:** Son las salidas de efectivo que disminuyen el beneficio o aumentan la pérdida de las empresas comerciales. Estos egresos se recuperan al vender los productos a los consumidores intermedios o finales. Los egresos de las empresas comerciales se recogen en los estados de resultado por naturaleza y están conformados por las compras de materias primas, auxiliares, suministros,



repuestos, envases y embalajes; costos vinculados con las compras; gastos de servicios prestados por terceros; gastos de personal; tributos; otros gastos de gestión; valuación y deterioro de activos y provisiones; pérdida por medición de activos no financieros al valor razonable y gastos financieros”.

- **Inversión de activos fijos:** Es la inversión realizada por las empresas conformadas por la suma de los activos en construcción o fabricación propia, activos en compras de maquinaria y equipos.
- **Ventas:** Es el ingreso obtenido por las empresas a través de la venta de mercadería, venta de productos terminados y el ingreso por prestación de servicios.
- **Personal ocupado:** Es el número promedio de trabajadores permanentes o eventuales que durante el período de referencia se encontraban ejerciendo una labor remunerada, para la empresa. Se incluye a trabajadores en uso de licencias cortas, vacaciones y en huelga, personal no remunerado y los propietarios. Se excluye al personal de otras empresas de intermediación laboral, cooperativas de trabajo, personal en uso de licencias indefinidas.

Para la presentación de resultados de personal ocupado se ha agrupado en 6 categorías:

- De 1 a 10
- De 11 a 50
- De 51 a 100
- De 101 a 150
- De 151 a 200
- De 201 a más

- ✓ Remuneraciones: Son los pagos totales brutos en dinero o en especie, así como las aportaciones por seguridad y previsión social efectuados por el empleador durante el período de referencia para retribuir el trabajo realizado por el personal que se encuentra en planilla.
- ✓ Año de inicio: Se refiere al año en que inicio operaciones la empresa. Para la presentación de resultados se ha formado 4 periodos:
 - Antes de 1995
 - De 1995 a 1999
 - De 2000 a 2004
 - De 2005 a 2012
- ✓ Segmento empresarial: Es el tamaño de la empresa según sus ventas anuales. La segmentación de las unidades económicas permite conocer el aporte de la producción nacional según el tamaño de la unidad económica. Se ha determinado tres segmentos empresariales:

Tabla 1
Segmento Empresarial Según INEI

| Segmento empresarial | Ventas anuales | |
|----------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| | UIT | Nuevos soles |
| Pequeña empresa | Mayor de 150 hasta 1700 | Mayor a 547 500 hasta 6 205 000 |
| Mediana empresa | Mayor de 1700 hasta 2300 | Mayores a 6 205 000 hasta 8 395 000 |
| Gran empresa | Mayor de 2300 | Mayores a 8 395 000 |

Nota: La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) en el año 2012 fue de 3 650 nuevos soles

- ✓ Clasificación de actividad económica: Las unidades económicas se clasifican según la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Rev. 4), que se adoptó en el Perú según Resolución Jefatural N° 024- 2010-INEI. La Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4 presenta una sección dedicada a las actividades económicas de comercio (Sección G) con tres divisiones. El clasificador permite agrupar a las unidades económicas comerciales con

características homogéneas posibilitando la comparabilidad internacional. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Tabla 2
Actividades económicas de comercio Según INEI

| Actividades económicas de comercio |
|--|
| Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas |
| Comercio al por mayor |
| Comercio al por menor |

Fuente: Elaborado por INEI 2013.

Características de las Empresas Minoristas

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2013, existe un total de 9 mil 453 empresas con ventas mayores a 547 mil 500 nuevos soles que se dedican al comercio minorista. De éstas, el 18,6% se dedican al comercio de combustibles y lubricantes, el 17,6% corresponde a supermercados, bodegas y bazares y el 15,0% a otros productos (aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio, juguetes, etc.). (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Tabla 3
Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012 INEI



Ventas netas de las empresas comerciales minoristas

En el año 2012, las ventas netas de las empresas comerciales minoristas ascendieron a 73 mil 102 millones de nuevos soles, de las cuales, los supermercados, bodegas y bazares concentraron el 31,4% de las ventas, las empresas que comercializan combustible para

vehículos y lubricantes representan el 23,0%, y las empresas dedicadas a la ventas de productos farmacéuticos y perfumería el 17,0% del total de ventas. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Tabla 4

Ventas Netas de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012

(Millones de nuevos soles)

| Actividad económica | Absoluto | % |
|---|---------------|--------------|
| Total | 73 102 | 100,0 |
| Supermercados, bodegas y bazares | 22 961 | 31,4 |
| Combustibles y lubricantes | 16 839 | 23,0 |
| Computadoras, audio, video y televisión | 4 993 | 6,8 |
| Productos textiles, prendas de vestir y calzado | 2 604 | 3,6 |
| Ferreterías, pinturas y productos de vidrio | 3 095 | 4,2 |
| Productos farmacéuticos y perfumería | 12 443 | 17,0 |
| Comercio especializado de otros productos | 3 548 | 4,9 |
| Otros productos | 6 619 | 9,1 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2013.

Compras de mercadería de las empresas comerciales minoristas

En el año 2012, destacan en el nivel del total de compras de mercadería de las empresas comerciales minoristas, los supermercados, bodegas y bazares con el 33,1% de las compras, las empresas de comercio de combustible para vehículos y lubricantes el 25,1% y las empresas dedicadas a la ventas de productos farmacéuticos y perfumería el 13,9%.

Tabla 5

Compra de mercadería de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012

(Millones de nuevos soles)

| Actividad económica | Absoluto | % |
|---|---------------|--------------|
| Total | 53 073 | 100,0 |
| Supermercados, bodegas y bazares | 17 543 | 33,1 |
| Combustibles y lubricantes | 13 346 | 25,1 |
| Computadoras, audio, video y televisión | 3 327 | 6,3 |
| Productos textiles, prendas de vestir y calzado | 1 739 | 3,3 |
| Ferreterías, pinturas y productos de vidrio | 2 630 | 5,0 |
| Productos farmacéuticos y perfumería | 7 352 | 13,9 |
| Comercio especializado de otros productos | 2 508 | 4,7 |
| Otros productos | 4 629 | 8,6 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2013.

Ingresos de las empresas comerciales minoristas

En el año 2012, los ingresos de las empresas de comercio minorista ascendieron a 25 mil 176 millones de nuevos soles, de las cuales los supermercados, bodegas y bazares concentraron los mayores ingresos (28,8%), seguido por las empresas dedicadas al comercio de productos farmacéuticos y perfumería con el 24,3% y comercio minorista de combustibles y lubricantes con el 15,0% del total de ventas. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Tabla 6

Ingresos de la Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012

(Millones de nuevos soles)

| Actividad económica | Absoluto | % |
|---|---------------|--------------|
| Total | 25 176 | 100,0 |
| Supermercados, bodegas y bazares | 7 245 | 28,8 |
| Combustibles y lubricantes | 3 777 | 15,0 |
| Computadoras, audio, video y televisión | 2 272 | 9,0 |
| Productos textiles, prendas de vestir y calzado | 941 | 3,7 |
| Ferreterías, pinturas y productos de vidrio | 618 | 2,5 |
| Productos farmacéuticos y perfumería | 6 126 | 24,3 |
| Comercio especializado de otros productos | 1 303 | 5,2 |
| Otros productos | 2 893 | 11,5 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2013.

Egresos de las empresas comerciales minoristas

Del total de egresos generados en el año 2012 por las empresas comerciales minoristas, el 33,7% fueron realizados por los supermercados, bodegas y bazares, el 24,4% por las farmacias y perfumerías, y el 12,9% por las empresas de expendio de otros productos, como aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio y juguetes. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

Tabla 7

Egresos de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica, 2012

(Millones de nuevos soles)

| Actividad económica | Absoluto | % |
|---|---------------|--------------|
| Total | 20 742 | 100,0 |
| Supermercados, bodegas y bazares | 6 997 | 33,7 |
| Combustibles y lubricantes | 1 721 | 8,3 |
| Computadoras, audio, video y televisión | 1 916 | 9,3 |
| Productos textiles, prendas de vestir y calzado | 851 | 4,1 |
| Ferreterías, pinturas y productos de vidrio | 413 | 2,0 |
| Productos farmacéuticos y perfumería | 5 053 | 24,4 |
| Comercio especializado de otros productos | 1 109 | 5,3 |
| Otros productos | 2 682 | 12,9 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2013.

Inversión de las empresas comerciales minoristas

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2013, la inversión (construcción o fabricación propia, compra de maquinaria y equipo) de las empresas comerciales minoristas ascendieron a 3 mil 131 millones de nuevos soles, donde el 51,3% fueron generados por los supermercados, bodegas y bazares, es decir, de cada cien nuevos soles en inversión, cincuenta y uno fueron invertidos por los supermercados, bodegas y bazares. Le sigue en importancia las empresas de expendio de otros productos como aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio y juguetes con el 14,6% del total de inversiones. (Instituto Nacional de Estadística Informática, 2013)

Tabla 8

Inversión de las Empresas Comerciales Minoristas, Según Actividad Económica 2012

(Millones de nuevos soles)

| Actividad económica | Absoluto | % |
|---|--------------|--------------|
| Total | 3 131 | 100,0 |
| Supermercados, bodegas y bazares | 1 606 | 51,3 |
| Combustibles y lubricantes | 332 | 10,6 |
| Computadoras, audio, video y televisión | 300 | 9,6 |
| Productos textiles, prendas de vestir y calzado | 65 | 2,1 |
| Ferreterías, pinturas y productos de vidrio | 61 | 1,9 |
| Productos farmacéuticos y perfumería | 235 | 7,5 |
| Comercio especializado de otros productos | 75 | 2,4 |
| Otros productos | 458 | 14,6 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2013.



2.2.5 Características Económicas, sociales, Étnico-Culturales Políticas e Institucionales de los Emprendedores Emergentes Limeños

El objetivo de este capítulo es conocer en profundidad los aspectos cualitativos de funcionamiento de algunos negocios del sector de emprendedores emergentes que les permite alcanzar el éxito empresarial, y la forma como han enfrentado el ajuste estructural y el impacto de la globalización. (UNMSM, Cisneros, & Isabel, 2015)

Se han realizado nueve estudios de caso de emprendedores considerados exitosos de la Ciudad de Lima, más específicamente del Cono Norte de Lima Metropolitana, que hayan resistido los impactos de la globalización, en el mes de marzo del 2004.

Es necesario recalcar que para obtener una base de datos de emprendedores exitosos se acudió a una entidad Financiera especializada en otorgar créditos a la micro y pequeñas empresas, facilitándonos la base de datos de sus mejores clientes, cuyos negocios tuvieran más de 10 años y que hayan tenido sostenidamente créditos.

(UNMSM, Cisneros, & Isabel, 2015)

La información de los emprendedores entrevistados difícilmente la podríamos generalizar a todo el sector, pero lo importante es que nos proporciona luces del camino que están siguiendo los que han alcanzado el éxito, y como lo veremos en las conclusiones, el camino es muy similar al que la mayoría emprende, y que por razones que podrían inspirar programas de promoción de desarrollo del sector, pueden enfrentar a la competencia y mantenerse en el mercado.

Para llevar a cabo el trabajo de campo se elaboró un cuestionario de preguntas, que adjuntamos en el Anexo 1, sobre la base de las siguientes variables e interrogantes, las cuales consideramos, nos podían llevar a recoger la información para ratificar o refutar las hipótesis planteadas: Las condiciones de éxito de los emprendedores, el impacto de la globalización y



la competencia en sus negocios, y su autopercepción personal y grupal. (UNMSM, Cisneros, & Isabel, 2015)

2.2.5.1 Características sociodemográficas:

- 1) Lugar de procedencia.
- 2) Motivación inicial de la migración.
- 3) Descripción del lugar de procedencia.
- 4) Características de su familia de procedencia:

2.2.5.2 Características económicas:

- 1) Historia del negocio. Cómo decidió qué negocio formar.
 - 2) Cómo obtuvo dinero o mercancías para la inversión inicial.
 - 3) Nivel de ventas de su(s) negocio(s) (comercio, producción, servicios).
 - 4) Nivel de utilidades e inversión en sus negocios-empresas.
 - 5) Ingreso personal y familiar.
 - 6) Habilidades y capacidades gerenciales y técnico-productivas:
 - ¿Cómo selecciona a su personal? Criterios de selección y lugar de procedencia de los trabajadores del negocio.
 - ¿Cómo planifica y organiza el negocio? ¿Cómo organiza las compras de los insumos o mercadería? ¿Quién las hace y con qué frecuencia?
 - ¿Cómo organiza las ventas de sus mercaderías o productos terminados? ¿Por qué lo hace así?
 - ¿Quién lleva las cuentas del negocio?
 - ¿Dónde y cómo aprendió a hacer las cosas como las hace en la actualidad?
- Proyección del negocio: ¿Cuáles son los planes futuros con el negocio?
¿Cómo ve su negocio en 10 años?

(UNMSM, Cisneros, & Isabel, 2015)



2.2.6 El Marco Conceptual para la Información Financiera

Definición de Información Financiera

CC1 Las características cualitativas de la información financiera útil consideradas en este capítulo identifican los tipos de información que van a ser probablemente más útiles a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para la toma de decisiones sobre la entidad que informa a partir de la información contenida en su informe financiero (información financiera).

CC2 Los informes financieros proporcionan información sobre los recursos económicos de la entidad que informa, los derechos de los acreedores contra la entidad que informa y los efectos de las transacciones y otros sucesos y condiciones que cambian esos recursos y derechos de los acreedores. (En el *Marco Conceptual* se hace referencia a esta información como a información sobre los fenómenos económicos.)

Algunos informes financieros también incluyen material explicativo sobre las expectativas y estrategias de la gerencia de la entidad que informa, y otros tipos de información proyectada al futuro.

2.2.6.1 Introducción

Muchas entidades de todo el mundo preparan y presentan estados financieros para usuarios externos. Aunque estos estados financieros pueden parecer similares entre un país y otro, existen en ellos diferencias causadas probablemente por una amplia variedad de circunstancias sociales, económicas y legales, y por el hecho de que cada país tiene en cuenta las necesidades de los distintos usuarios de los estados financieros al establecer la normativa contable nacional.

Estas circunstancias diferentes han llevado a utilizar una variedad de definiciones de los elementos de los estados financieros, como por ejemplo los términos activos, pasivos,



patrimonio, ingresos y gastos. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016).pag.4.

Esas mismas circunstancias han dado también como resultado el uso de diferentes criterios para el reconocimiento de partidas en los estados financieros, así como unas preferencias sobre las diferentes bases de medida. Asimismo, tanto e alcance de los estados financieros como las informaciones reveladas en ellos se han visto afectadas por esa conjunción de circunstancias.

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad tiene la misión de reducir tales diferencias por medio de la búsqueda de la armonización entre las regulaciones, normas contables y procedimientos relativos a la preparación y presentación de los estados financieros. El IASC considera que la mejor forma de perseguir esta armonización más amplia es centrando los esfuerzos en los estados financieros que se preparan con el propósito de suministrar información útil para la toma de decisiones económicas.

El Consejo considera que los estados financieros preparados para tal propósito atienden las necesidades comunes de la mayoría de los usuarios. Esto es porque casi todos los usuarios toman decisiones económicas, como por ejemplo:

- (a) Decidir si comprar, mantener o vender inversiones en patrimonio.
- (b) Evaluar la administración o rendición de cuentas de la gerencia.
- (c) Evaluar la capacidad de la entidad para pagar y suministrar otros beneficios a sus empleados.
- (d) Evaluar la seguridad de los importes prestados a la entidad.
- (e) Determinar políticas impositivas.
- (f) Determinar las ganancias distribuibles y los dividendos.
- (g) Preparar y usar las estadísticas de la renta nacional.
- (h) Regular las actividades de las entidades.



El Consejo reconoce que cada gobierno, en particular, puede fijar requisitos diferentes o adicionales para sus propios intereses. Sin embargo, tales requerimientos contables no deben afectar a los estados financieros publicados para beneficio de otros usuarios, a menos que cubran también las necesidades de esos usuarios.

Muy comúnmente, los estados financieros se preparan de acuerdo con un modelo contable basado en el costo histórico recuperable, así como en el concepto de mantenimiento del capital financiero en términos nominales. Otros modelos y concepciones pueden ser más apropiados para cumplir con el objetivo de proporcionar información que sea útil para la toma de decisiones económicas, aunque actualmente no haya consenso para llevar a cabo el cambio. Este *Marco Conceptual* ha sido desarrollado de manera que pueda aplicarse a una variada gama de modelos contables y conceptos del capital y de mantenimiento del capital. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

Propósito y valor normativo

Este *Marco Conceptual* establece los conceptos que subyacen en la preparación y presentación de los estados financieros para usuarios externos. El propósito del *Marco Conceptual* es:

- (a) ayudar al Consejo en el desarrollo de futuras NIIF y en la revisión de las existentes;
- (b) ayudar al Consejo en la promoción de la armonización de regulaciones, normas contables y procedimientos asociados con la presentación de estados financieros, mediante el suministro de fundamentos para la reducción del número de tratamientos contables alternativos permitidos por las NIIF;
- (c) ayudar a los organismos nacionales de emisión de normas en el desarrollo de las normas nacionales;



- (d) ayudar a las personas encargadas de preparar los estados financieros en la aplicación de las NIIF y en el tratamiento de algunos aspectos que todavía no han sido objeto de una NIIF;
- (e) ayudar a los auditores a formarse una opinión acerca de si los estados financieros están de acuerdo con las NIIF;
- (f) ayudar a los usuarios de los estados financieros a interpretar la información contenida en los estados financieros preparados de acuerdo con las NIIF; y
- (g) suministrar a todos aquéllos interesados en la labor del IASB información acerca de su enfoque para la formulación de las NIIF.

Este *Marco Conceptual* no es una NIIF, y por tanto no define normas para ninguna cuestión particular de medida o información a revelar. Ningún contenido de este *Marco Conceptual* deroga una NIIF específica.

El Consejo reconoce que en un limitado número de casos puede haber un conflicto entre el *Marco Conceptual* y una NIIF. En esos casos en que exista conflicto, los requerimientos de la NIIF prevalecerán sobre los del *Marco Conceptual*. No obstante, como el Consejo se guiará por el *Marco Conceptual* al desarrollar futuras NIIF y en su revisión de las existentes, el número de casos de conflicto entre el *Marco Conceptual* y las NIIF disminuirá con el tiempo.

El *Marco Conceptual* se revisará periódicamente, a partir de la experiencia que el Consejo haya adquirido trabajando con él. (*Marco Conceptual para la Información Financiera*, 2016)

Alcance

El *Marco Conceptual* se ocupa de:

- (a) el objetivo de la información financiera;
- (b) las características cualitativas de la información financiera útil;



- (c) la definición, reconocimiento y medición de los elementos que constituyen los estados financieros; y
- (d) los conceptos de capital y de mantenimiento del capital. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

2.2.6.2 *Capítulo 1 El objetivo de la información financiera con propósito general*

- **Introducción**

OB1 El objetivo de la información financiera con propósito general constituye el fundamento del *Marco Conceptual*. Otros aspectos del *Marco Conceptual* el concepto de entidad que informa, las características cualitativas y restricciones de la información financiera útil, elementos de los estados financieros, reconocimiento, medición, presentación e información a revelar se derivan lógicamente del objetivo. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Objetivo, utilidad y limitaciones de la información financiera con propósito general**

OB2 El objetivo de la información financiera con propósito general¹¹ es proporcionar información financiera sobre la entidad que informa que sea útil a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para tomar decisiones sobre el suministro de recursos a la entidad. Esas decisiones conllevan comprar, vender o mantener patrimonio e instrumentos de deuda, y proporcionar o liquidar préstamos y otras formas de crédito. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

OB3 Las decisiones que tomen inversores existentes o potenciales sobre la compra, venta o mantenimiento de patrimonio e instrumentos de deuda dependen de la rentabilidad que esperen obtener de una inversión en esos instrumentos, por ejemplo dividendos, pagos del principal e intereses o incrementos del precio de mercado. De forma similar, las decisiones que tomen prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales sobre



proporcionar o liquidar préstamos y otras formas de crédito dependen de los pagos del principal e intereses u otra rentabilidad que esperen obtener. Las expectativas de inversores, prestamistas y otros acreedores sobre rentabilidades dependen de su evaluación del importe, calendario e incertidumbre sobre (las perspectivas de) la entrada de efectivo neta futura a la entidad. Por consiguiente, los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales necesitan información que les ayude a evaluar las perspectivas de entrada de efectivo neta futura a la entidad.

OB4 Para evaluar las perspectivas de entrada de efectivo neta futura de una entidad, los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales necesitan información sobre los recursos de la entidad, los derechos de los acreedores contra la entidad y la medida en que la gerencia y el órgano de gobierno ² han cumplido eficiente y eficazmente con sus responsabilidades relacionadas con el uso de los recursos de la entidad. Ejemplos de estas responsabilidades incluyen proteger los recursos de la entidad contra efectos desfavorables de factores económicos, tales como cambios tecnológicos o en precios, y asegurar que la entidad cumple con la legislación, la regulación y las disposiciones contractuales que le sean aplicables. La información sobre el cumplimiento de la gerencia con sus responsabilidades es también útil para las decisiones de inversores, prestamistas y otros acreedores existentes que tienen el derecho de aprobar las acciones de la gerencia u otro tipo de influencia.

OB5 Numerosos inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales no pueden requerir que las entidades que informan les proporcionen información directamente, y deben confiar en los informes financieros con propósito general para obtener la mayor parte de la información financiera que necesitan. Por consiguiente, ellos son los principales usuarios a quienes se dirigen los informes financieros con propósito general.



OB6 Sin embargo, los informes financieros con propósito general no proporcionan ni pueden proporcionar toda la información que necesitan los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales. Esos usuarios necesitan considerar la información pertinente de otras fuentes, por ejemplo las condiciones económicas generales y las expectativas, los sucesos y la situación política, y las perspectivas del sector industrial y de la empresa.

OB7 Los informes financieros con propósito general no están diseñados para mostrar el valor de la entidad que informa; pero proporcionan información para ayudar a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales a estimar el valor de la entidad que informa.

- **Información sobre los recursos económicos, los derechos de los acreedores y los cambios en estos de la entidad que informa**

OB12 Los informes financieros con propósito general proporcionan información sobre la situación financiera de una entidad que informa, que es información sobre los recursos económicos de la entidad y los derechos de los acreedores contra la entidad que informa. Los informes financieros también proporcionan información sobre los efectos de las transacciones y otros sucesos que cambian los recursos económicos y los derechos de los acreedores de una entidad que informa. Ambos tipos de información proporcionan datos de entrada útiles a la hora de tomar decisiones para proporcionar recursos a una entidad. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Recursos económicos y derechos de los acreedores**

OB13 La información sobre la naturaleza e importes de los recursos económicos y los derechos de los acreedores de la entidad que informa puede ayudar a los usuarios a identificar las fortalezas y debilidades financieras de esta entidad. Esa información puede ayudar a los usuarios a evaluar la liquidez y solvencia de la entidad que informa, sus



necesidades de financiación adicional y las posibilidades de tener éxito en obtener esa financiación. La información sobre las prioridades y los requerimientos de pago de los derechos de acreedores existentes ayuda a los usuarios a predecir cómo se distribuirán los flujos de efectivo futuros entre los acreedores con derechos contra la entidad que informa.

OB14 Los diferentes tipos de recursos económicos afectan de forma distinta a la evaluación de un usuario de las perspectivas de la entidad que informa sobre los flujos de efectivo futuros. Algunos flujos de efectivo futuros proceden directamente de recursos económicos existentes, tales como las cuentas por cobrar. Otros flujos de efectivo proceden del uso de varios recursos en combinación con la producción y comercialización de bienes o servicios a los clientes. Aunque esos flujos de efectivo no pueden identificarse con recursos económicos individuales (o derechos de los acreedores), los usuarios de los informes financieros necesitan conocer la naturaleza e importe de los recursos disponibles para utilizar en las operaciones de la entidad que informa. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Cambios en los recursos económicos y en los derechos de los acreedores**

OB15 Los cambios en los recursos económicos y en los derechos de los acreedores de la entidad que informa proceden del rendimiento financiero de esa entidad (véanse los párrafos OB17 a OB20) y de otros sucesos o transacciones, tales como la emisión de deuda o instrumentos de patrimonio (véase el párrafo OB21). Para evaluar de forma apropiada las perspectivas de flujos de efectivo futuros de la entidad que informa, los usuarios necesitan ser capaces de distinguir entre ambos cambios.

OB16 La información sobre el rendimiento financiero de una entidad que informa ayuda a los usuarios a comprender la rentabilidad que la entidad ha producido a partir de sus recursos económicos. La información sobre la rentabilidad que ha producido la entidad proporciona un indicador de la medida en que la gerencia ha cumplido con sus



responsabilidades de hacer un uso eficiente y eficaz de los recursos de la entidad que informa. La información sobre la variabilidad y componentes de esa rentabilidad es también importante, especialmente para evaluar la incertidumbre de los flujos de efectivo futuros. La información sobre el rendimiento financiero pasado de la entidad que informa y la medida en que su gerencia ha cumplido con sus responsabilidades es habitualmente útil para predecir la rentabilidad futura de los recursos económicos de la entidad. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Rendimiento financiero reflejado por flujos de efectivo pasados**

OB20 La información sobre los flujos de efectivo de una entidad que informa durante un periodo también ayuda a los usuarios a evaluar la capacidad de la entidad para generar entradas de efectivo netas futuras. Ello indica la forma en que la entidad que informa obtiene y gasta efectivo, incluyendo información sobre sus préstamos y reembolso de deuda, dividendos en efectivo u otras distribuciones de efectivo a los inversores, y otros factores que pueden afectar a la liquidez y solvencia de la entidad. La información sobre los flujos de efectivo ayuda a los usuarios a comprender las operaciones de una entidad que informa, a evaluar sus actividades de inversión y financiación, determinar su liquidez y solvencia e interpretar otra información sobre el rendimiento financiero. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Cambios en los recursos económicos y en los derechos de los acreedores que no proceden del rendimiento financiero**

OB21 Los recursos económicos y los derechos de los acreedores de una entidad que informa pueden cambiar también por razones distintas del rendimiento financiero, tales como la emisión de títulos de propiedad adicionales. La información sobre este tipo de cambios es necesaria para proporcionar a los usuarios una comprensión completa de por qué cambiaron los recursos económicos y los derechos de los acreedores de la entidad que



informa, y de las implicaciones de esos cambios para su rendimiento financiero futuro. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

2.2.6.3 Capítulo 3: Características cualitativas de la información financiera útil

- **Introducción**

QC2 Los informes financieros proporcionan información sobre los recursos económicos de la entidad que informa, los derechos de los acreedores contra la entidad que informa y los efectos de las transacciones y otros sucesos y condiciones que cambian esos recursos y derechos de los acreedores. (En el *Marco Conceptual* se hace referencia a esta información como a información sobre los fenómenos económicos.) Algunos informes financieros también incluyen material explicativo sobre las expectativas y estrategias de la gerencia de la entidad que informa, y otros tipos de información proyectada al futuro.

QC3 Las características cualitativas de la información financiera útil³ se aplican a la información financiera proporcionada en los estados financieros, así como a la información financiera proporcionada por otras vías. El costo, que es una restricción dominante a la capacidad de la entidad que informa para proporcionar información financiera útil, se aplica de forma similar. Sin embargo, las consideraciones al aplicar las características cualitativas y la restricción del costo pueden ser diferentes para diversos tipos de información. Por ejemplo, si se aplican a la información proyectada al futuro, pueden ser diferentes de si se hace a la información sobre los recursos económicos y los derechos de los acreedores existentes y a los cambios en esos recursos y derechos de los acreedores. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Características cualitativas de la información financiera útil**

QC4 Si la información financiera ha de ser útil, debe ser relevante y representar fielmente lo que pretende representar. La utilidad de la información financiera se mejora si es comparable, verificable, oportuna y comprensible.



- **Características cualitativas fundamentales**

QC5 Las características cualitativas fundamentales son la *relevancia* y la *representación fiel*.

- **Relevancia**

QC6 La información financiera relevante es capaz de influir en las decisiones tomadas por los usuarios. La información puede ser capaz de influir en una decisión incluso si algunos usuarios eligen no aprovecharla o son ya conocedores de ella por otras fuentes.

QC7 La información financiera es capaz de influir en las decisiones si tiene valor predictivo, valor confirmatorio o ambos.

QC8 La información financiera tiene valor predictivo si puede utilizarse como un dato de entrada en los procesos empleados por usuarios para predecir resultados futuros. La información financiera no necesita ser una predicción o una previsión para tener valor predictivo. La información financiera con valor predictivo es empleada por los usuarios para llevar a cabo sus propias predicciones.

QC9 La información financiera tiene valor confirmatorio si proporciona información sobre (confirma o cambia) evaluaciones anteriores.

Materialidad o Importancia relativa

QC11 La información es material o tiene importancia relativa si su omisión o expresión inadecuada puede influir en decisiones que los usuarios adoptan a partir de la información financiera de una entidad que informa específica. En otras palabras, la materialidad o la importancia relativa es un aspecto específico de la relevancia de una entidad, basado en la naturaleza o magnitud, o ambas, de las partidas a las que se refiere la información en el contexto del informe financiero de una entidad individual. Por consiguiente, el Consejo no puede especificar un umbral cuantitativo uniforme para la materialidad o importancia relativa, ni predeterminar qué podría ser material o tener



importancia relativa en una situación particular. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Representación fiel**

QC12 Los informes financieros representan fenómenos económicos en palabras y números. Para ser útil, la información financiera debe no sólo representar los fenómenos relevantes, sino que también debe representar fielmente los fenómenos que pretende representar. Para ser una representación fiel perfecta, una descripción tendría tres características. Sería *completa*, *neutral* y *libre de error*. Naturalmente, la perfección es rara vez alcanzable, si es que lo es alguna vez. El objetivo del Consejo es maximizar esas cualidades en la medida de lo posible.

QC13 Una descripción completa incluye toda la información necesaria para que un usuario comprenda el fenómeno que está siendo representado, incluyendo todas las descripciones y explicaciones necesarias. Por ejemplo, una representación completa de un grupo de activos incluiría, como mínimo, una descripción de la naturaleza de los activos del grupo, una descripción numérica de todos los activos del grupo, y una descripción de qué representa la descripción numérica (por ejemplo, costo original, costo ajustado o valor razonable). Para algunas partidas, una descripción completa puede también conllevar explicaciones de hechos significativos sobre la calidad y naturaleza de las partidas, los factores y las circunstancias que pueden afectar a su calidad y naturaleza, y el proceso utilizado para determinar la descripción numérica.

QC14 Una descripción neutral no tiene sesgo en la selección o presentación de la información financiera. Una descripción neutral no está sesgada, ponderada, enfatizada, atenuada o manipulada de otra forma para incrementar la probabilidad de que la información financiera sea recibida de forma favorable o adversa por los usuarios. Información neutral no significa información sin propósito o influencia sobre el comportamiento. Por el



contrario, la información financiera relevante es, por definición, capaz de influir en las decisiones de los usuarios.

QC15 Representación fiel no significa exactitud en todos los aspectos. Libre de error significa que no hay errores u omisiones en la descripción del fenómeno, y que el proceso utilizado para producir la información presentada se ha seleccionado y aplicado sin errores. En este contexto, libre de errores no significa perfectamente exacto en todos los aspectos. Por ejemplo, una estimación de un precio o valor no observable no puede señalarse que sea exacta o inexacta. Sin embargo, una representación de esa estimación puede ser fiel si el importe se describe con claridad y exactitud como estimación, se explican la naturaleza y las limitaciones del proceso de estimación, y no se han cometido errores al seleccionar y aplicar un proceso adecuado para desarrollar la estimación.

QC16 Una representación fiel, por sí misma, no da necesariamente lugar a información útil. Por ejemplo, una entidad que informa puede recibir propiedades, planta y equipo mediante una subvención del gobierno.

- **Aplicación de las características cualitativas fundamentales**

QC17 Para que sea útil, la información ha de ser relevante y representarse fielmente. Ni una representación fiel de un fenómeno irrelevante ni una representación no fidedigna de un fenómeno relevante ayudan a los usuarios a tomar decisiones adecuadas.

QC18 Los procesos más eficientes y eficaces para aplicar las características cualitativas fundamentales serían habitualmente de la forma siguiente (sujetos a los efectos de las características de mejora y la restricción del costo, que no están consideradas en este ejemplo). Primero, identificar un fenómeno económico que tiene el potencial de ser útil a los usuarios de la información financiera de la entidad que informa. Segundo, identificar el tipo de información sobre ese fenómeno que sería más relevante si se encontrara disponible y pudiera ser representada fielmente. Tercero, determinar si esa información está disponible y



puede ser representada fielmente. Si es así, el proceso de satisfacer las características cualitativas fundamentales termina en ese punto. Si no es así, el proceso se repite con el siguiente tipo de información más relevante.

- **Características cualitativas de mejora**

QC19 La *comparabilidad, verificabilidad, oportunidad y comprensibilidad* son características cualitativas que mejoran la utilidad de la información que es relevante y está fielmente representada. Las características cualitativas de mejora pueden también ayudar a determinar cuál de las dos vías debe utilizarse para describir un fenómeno, si ambas se consideran igualmente relevantes y fielmente representadas. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

• **Comparabilidad**

QC20 Las decisiones de los usuarios conllevan elegir entre alternativas, por ejemplo vender o mantener una inversión, o invertir en una entidad que informa o en otra. Por consiguiente, la información sobre una entidad que informa es más útil si puede ser comparada con información similar sobre otras entidades y con información similar sobre la misma entidad para otro periodo u otra fecha.

QC21 La comparabilidad es la característica cualitativa que permite a los usuarios identificar y comprender similitudes y diferencias entre partidas. A diferencia de otras características cualitativas, la comparabilidad no está relacionada con una única partida. Una comparación requiere al menos dos partidas.

QC22 La congruencia, aunque está relacionada con la comparabilidad, no es lo mismo. La congruencia hace referencia al uso de los mismos métodos para las mismas partidas, de periodo a periodo dentro de una entidad que informa, o en un mismo periodo entre entidades. La comparabilidad es la meta; la congruencia ayuda al lograr esa meta.



QC23 La comparabilidad no es uniformidad. Para que la información sea comparable, las cosas similares deben verse parecidas y las cosas distintas deben verse diferentes. La comparabilidad de la información financiera no se mejora haciendo que las cosas diferentes se vean parecidas ni haciendo que las cosas similares se vean distintas.

QC24 Se suele conseguir cierto grado de comparabilidad satisfaciendo las características cualitativas fundamentales. Una representación fiel de un fenómeno económico relevante debería tener naturalmente algún grado de comparabilidad con una representación fiel de un fenómeno económico relevante similar de otra entidad que informa.

QC25 Aunque un fenómeno económico único puede ser representado fielmente de múltiples formas, permitiendo métodos contables alternativos para el mismo fenómeno económico, ello disminuye la comparabilidad.

- **Verificabilidad**

QC26 La verificabilidad ayuda a asegurar a los usuarios que la información representa fielmente los fenómenos económicos que pretende representar. Verificabilidad significa que observadores independientes diferentes debidamente informados podrían alcanzar un acuerdo, aunque no necesariamente completo, de que una descripción particular es una representación fiel. La información cuantificada no necesita ser una estimación única para ser verificable. También puede verificarse un rango de posibles importes y las probabilidades relacionadas.

QC27 La verificación puede ser directa o indirecta. Verificación directa significa comprobar un importe u otra representación mediante la observación directa, por ejemplo, contando efectivo. Verificación indirecta significa comprobar los datos de entrada de un modelo, fórmulas u otra técnica, y recalcular el resultado utilizando la misma metodología. Un ejemplo es verificar el importe del inventario comprobando los datos de entrada



(cantidades y costos) y recalculando el inventario final utilizando la misma suposición de flujo de costo (por ejemplo, utilizando el método primera entrada, primera salida).

QC28 Puede que algunas explicaciones e información financiera con proyección al futuro no se pueden verificar hasta un periodo futuro, si es que se pueden verificar en algún momento. Para ayudar a los usuarios a decidir si quieren utilizar esa información, sería normalmente necesario revelar las hipótesis subyacentes, los métodos de recopilar la información y otros factores y circunstancias que respaldan la información. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Oportunidad**

QC29 Oportunidad significa que los responsables de la toma de decisiones dispongan a tiempo de información, de forma que ésta tenga la capacidad de influir en sus decisiones. Generalmente, cuanta más antigua es la información, menor es su utilidad. Sin embargo, cierta información puede continuar siendo oportuna durante bastante tiempo después del cierre de un periodo sobre el que se informa debido a que, por ejemplo, algunos usuarios pueden necesitar identificar y evaluar tendencias.

- **Comprensibilidad**

QC30 La clasificación, caracterización y presentación de la información de forma clara y concisa la hace *comprensible*.

QC31 Algunos fenómenos son complejos en sí mismos y no puede facilitarse su comprensión. La exclusión de información sobre esos fenómenos en los informes financieros puede facilitar la comprensión de la información de dichos informes financieros. Sin embargo, esos informes estarían incompletos, y por ello serían potencialmente engañosos.

QC32 Los informes financieros se preparan para usuarios que tienen un conocimiento razonable de las actividades económicas y del mundo de los negocios, y que revisan y analizan la información con diligencia. A veces, incluso los usuarios diligentes y



bien informados pueden necesitar recabar la ayuda de un asesor para comprender la información sobre fenómenos económicos complejos. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Aplicación de las características cualitativas de mejora**

QC33 Las características cualitativas de mejora deben maximizarse en la medida de lo posible. Sin embargo, las características cualitativas de mejora, individualmente o en grupo, no pueden hacer que la información sea útil si es irrelevante y no se representa fielmente.

QC34 La aplicación de las características cualitativas de mejora es un proceso iterativo que no sigue un orden determinado. Algunas veces, una característica cualitativa de mejora puede haberse tenido que reducir para maximizar otra característica cualitativa. Por ejemplo, una reducción temporal de la comparabilidad como resultado de la aplicación prospectiva de una norma de información financiera nueva puede merecer la pena para mejorar la relevancia o representación fiel en el largo plazo. La información a revelar adecuada puede compensar parcialmente la falta de comparabilidad.

2.2.7 Sistema Financiero

El sistema financiero está formado por todas las Entidades y Empresas que manejan y utilizan el dinero por el Banco Central de Reserva del Perú, y los títulos, valores y documentos de crédito en general que sustituyen, como son los cheques, giros, pagares, órdenes de pago, cartas fianzas, cartas de crédito, warrants, pólizas de seguros, acciones, bonos, cédulas, etc. La cabeza del sistema financiero es el Banco Central de Reserva y por lo tanto es también la máxima autoridad en materia monetaria y manejo de los medios de pago en general. (Ordoñez & CasasA, 1991)



Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito-FEPCMAC

La Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito – FEPCMAC, nace al amparo del Decreto Supremo N° 191-86-EF del 4 de junio de 1986, goza de autonomía económica, financiera y administrativa, y es la entidad que representa y coordina las actividades del sistema CMAC a nivel nacional e internacional.

La FEPCMAC está integrada por 11 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito que funcionan a lo largo del territorio nacional en forma descentralizada. Representa al Sistema CMAC como facilitador válido en las diversas coordinaciones ante organismos públicos y privados, nacionales e internacionales, que apoyan el desarrollo económico y financiero del sistema CMAC. Por lo tanto, la FEPCMAC busca representar la unidad de las CMAC y promueve la generación de economías de escala, a través de proyectos conjuntos tanto para el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros como en una eficiente administración de recursos. (Federación, 2017)

Crédito (Davila Carrasco, 1999, págs., 17-18)

Es el acto de confianza (creer) que implica el intercambio de dos prestaciones distintas en el tiempo: los bienes valores o dinero entregado, contra una promesa de reembolso más un interés.

El alquiler o renta de dinero, es el interés que los cubre el costo que los prestamistas tiene durante el tiempo que no pueden disponer fondos.

Por otra parte. El riesgo de insolvencia del prestatario, que aumente con la duración del préstamo, justifica una especie prima que añade a la renta del dinero en función de personalidad del prestatario y de las ganancias que tiene el crédito.

Tipos de créditos

Según la Resolución SBS N° 11356-2008, la cartera de créditos de una institución financiera será clasificada en ocho (8) tipos.



Créditos Corporativos

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que han registrado un nivel de ventas anuales mayor a S/. 200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros anuales auditados más recientes del deudor. Si el deudor no cuenta con estados financieros auditados, los créditos no podrán ser considerados en esta categoría.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor disminuyesen a un nivel no mayor a S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas.

Adicionalmente, se considerarán como corporativos a los créditos soberanos, a los créditos concedidos a bancos multilaterales de desarrollo, a entidades del sector público, a intermediarios de valores, a empresas del sistema financiero, a los patrimonios autónomos de seguro de crédito y a fondos de garantía constituidos conforme a Ley. (SBS, 2008)

Créditos a Grandes Empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que poseen al menos una de las siguientes características:

- a) Ventas anuales mayores a S/. 20 millones pero no mayores a S/.200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros más recientes del deudor.
- b) El deudor ha mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor excediesen el umbral de S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos corporativos, siempre que se cuente con estados financieros anuales auditados. Asimismo, si el deudor no ha mantenido emisiones vigentes de instrumentos de deuda en el último año y sus ventas anuales han disminuido a un nivel no mayor a S/. 20



millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a medianas empresas, a pequeñas empresas o a microempresas, según corresponda, en función del nivel de endeudamiento total en el sistema financiero en los últimos (6) meses. (SBS, 2008)

Créditos a medianas empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que tienen un endeudamiento total en el sistema financiero superior a S/. 300.000 en los últimos seis (6) meses y no cumplen con las características para ser clasificados como créditos corporativos o a grandes empresas.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor fuesen mayores a S/. 20 millones durante dos (2) años consecutivos o el deudor hubiese realizado alguna emisión en el mercado de capitales, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas o corporativos, según corresponda. Asimismo, si el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a pequeñas empresas o a microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento. (SBS, 2008)

Se considera también como créditos a medianas empresas a los créditos otorgados a personas naturales que posean un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) superior a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses, siempre que una parte de dicho endeudamiento corresponda a créditos a pequeñas empresas o a microempresas, caso contrario permanecerán clasificados como créditos de consumo.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda), se redujera a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos de consumo (revolvente y/o no revolvente) y como créditos a pequeñas empresas o a



microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento y el destino del crédito, según corresponda. (SBS, 2008)

Créditos a pequeñas empresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a S/. 20,000 pero no mayor a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas. (SBS, 2008)

Créditos a microempresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es no mayor a S/. 20,000 en los últimos seis (6) meses.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados al tipo de crédito que corresponda, según el nivel de endeudamiento. (SBS, 2008)



Créditos de consumo revolvente

Son aquellos créditos revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

En caso de que el deudor cuente adicionalmente con créditos a microempresas o a pequeñas empresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas.

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda. (SBS, 2008)

Créditos de consumo no-revolvente

Son aquellos créditos no revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

En caso el deudor cuente adicionalmente con créditos a pequeñas empresas o a microempresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas.

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecario para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes).y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda. (SBS, 2008)



Créditos hipotecarios para vivienda

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre que tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas; sea que estos créditos se otorguen por el sistema convencional de préstamo hipotecario, de letras hipotecarias o por cualquier otro sistema de similares características.

Se incluyen también en esta categoría los créditos para la adquisición o construcción de vivienda propia que a la fecha de la operación, por tratarse de bienes futuros, bienes en proceso de independización o bienes en proceso de inscripción de dominio, no es posible constituir sobre ellos la hipoteca individualizada que deriva del crédito otorgado.

Para determinar el nivel de endeudamiento en el sistema financiero se tomará en cuenta la información de los últimos seis (6) Reportes Crediticios Consolidados (RCC) remitidos por la Superintendencia. El último RCC a considerar es aquel que se encuentra disponible el primer día del mes en curso. En caso el deudor no cuente con historial crediticio, el nuevo crédito será tomado como criterio para determinar su nivel de endeudamiento en el sistema financiero. Asimismo, si el deudor cuenta con historial crediticio, pero no ha sido reportado en todos los RCC de los últimos seis (6) meses que haya remitido la Superintendencia, se tomará en cuenta sólo la información de los RCC antes mencionados, en que figure el deudor. (SBS, 2008)



2.2.8 Reglamento General de Créditos Caja Municipal de Ahorro y Crédito

CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI

2.2.8.1 Procedimiento para el Otorgamiento de créditos de la Caja Municipal De

Ahorro Y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani

- **Proceso de Promoción**

El trabajo de promoción es una de las funciones fundamentales del analista de créditos, es el primer contacto con el cliente y se realiza de dos formas:

- Mediante visita del analista del créditos al cliente, o
- Mediante visita del cliente a la CMAC Cusco S.A.

Para esta labor, la CMAC Cusco deberá proveer a sus analistas de créditos los medios y recursos promocionales que faciliten el contacto con el cliente potencial a través de folletos informativos o desarrollar ciertos mecanismos de información estándar, cuidando de no incurrir en altos costos administrativos en la captación del cliente.

El analista de créditos es el responsable de brindar información al cliente sobre los productos crediticios que ofrece la CMAC Cusco, cuidando que dicha información sea clara, oportuna y transparente.

El analista de créditos debe conocer:

- Todo el proceso de otorgamiento de créditos,
- Los productos financieros que ofrece la CMAC cusco.
- Los requisitos que requiere cada uno de los productos financieros que ofrece, el

cual le permite informar adecuadamente al cliente.

Culminando la atención con el otorgamiento de los requisitos para el crédito. El analista de créditos es el responsable de recibir toda la información y documentación necesaria del cliente para la evaluación del crédito. (Caja Cusco)



- **Proceso de Evaluación**

La antigüedad mínima de la actividad evaluada debe ser mínima 6 meses.

La evaluación empieza con la solicitud de crédito del cliente: El cliente debe indicar el monto del crédito, plazo del crédito, destino del crédito entre otros datos importantes. La CMAC Cusco S.A., le informará al cliente: Requisitos del crédito, condiciones del crédito, tasa de interés del crédito y demás datos de interés para el cliente.

El analista de créditos es el responsable de la evaluación, y esta debe ser de acuerdo a la metodología de la CMAC Cusco.

Antes de proceder con la evaluación, el analista de créditos debe verificar las centrales de riesgo, lista OFAC, RENIEC y otras centrales de información que permitan determinar los antecedentes financieros del cliente.

Para la evaluación económica el analista de créditos visita el negocio y el domicilio del cliente de manera inopinada.

En base a la información recogida y la documentación entregada por el cliente, el analista de créditos elaborará los estados financieros (estado de ganancias y pérdidas y balance general) y el flujo de caja según corresponda.

Si el crédito es con garantía real (hipoteca de inmueble), el analista de créditos, prepara un expediente con la documentación del inmueble a hipotecar, en base al cual el departamento de cobranzas judiciales y contratos emitirá un informe.

La garantía será aceptada cuando el informe del departamento de contratos y cobranzas judiciales sea factible.

Con la evaluación a la unidad económica familiar el analista de créditos determina la capacidad y voluntad de pago del cliente.



Dependiendo del tipo de crédito y la garantía, el analista de créditos ordenará el expediente de créditos, adjuntando toda la documentación necesaria y presentará en comité de créditos.

El crédito será sustentado en comité de créditos, donde puede ser aprobado, observado o denegado, determinación que debe ser registrado en el libro de comité de créditos.

Si el crédito fue aprobado en comité de créditos, este pasará al nivel de aprobación correspondiente de acuerdo al monto del crédito.

Si el crédito es mayor o igual a s/. 100,000 nuevos soles o su equivalente en moneda extranjera pasarán a la unidad de riesgos para su opinión.

Una vez el crédito tenga opinión de la unidad de riesgos y tenga el sustento del levantamiento de observaciones pasará al nivel de aprobación correspondiente.

Todos los expedientes de créditos deberán consignar croquis de ubicación del negocio y domicilio del cliente, así como domicilio del fiador si es el caso, especificando referencias para su ubicación. (Caja Cusco)

- **Proceso de Aprobación**

Todo crédito nuevo para su aprobación deberá ser expuesto en comité de créditos. Los créditos son sustentados en comité de créditos, es donde se determina si el crédito procede o no. (Caja Cusco)

- **Parámetros de Aprobación**

Clientes con calificación 100% normal los últimos 6 meses del reporte en el sistema financiero.

También se podrá atender a clientes recurrentes con calificación CPP histórico en cualquiera de los meses y el último reporte deberá estar 100% normal, para créditos microempresa y pequeña empresa, para montos hasta 50,000 nuevos soles.



Endeudamiento de ambos cónyuges máximo con tres entidades en el sistema financiero incluida la CMAC Cusco, se exonera una tarjeta de créditos, cuando el crédito a otorgar sea con cobertura de garantía cliente.

Endeudamiento de ambos cónyuges máximo con cuatro entidades en el sistema financiero incluida la CMAC Cusco, cuando el crédito a otorgar sea con cobertura de garantía de hipoteca de inmueble.

Clientes con créditos judiciales y créditos castigados vigentes en la CMAC Cusco y en el sistema financiero no serán sujetos de créditos.

Monto del crédito con cobertura de garantía cliente máximo 75,000 nuevos soles. Los clientes con crédito refinanciado no podrán acceder a un nuevo crédito. (Caja Cusco)

- **Del Comité de Créditos**

El comité de créditos es la instancia en la que actúan de manera colegiada el gerente de créditos, sub gerente de créditos, jefe regional de créditos, supervisor de agencias de créditos, jefes de producto, supervisores de créditos, administradores de agencia, jefes de oficina especial, coordinador de créditos y analistas de créditos, en cuanto a la sugerencia, otorgamiento, aprobación y/o denegación del crédito, dependiendo del nivel de aprobación que corresponda.

El administrador de agencia o el jefe de oficina especial es quien preside el comité de créditos de su agencia, debiendo verificar el cumplimiento de la normatividad de créditos en la aprobación de las operaciones de créditos.

El comité de crédito tiene objetivo prioritario tomar decisiones analíticas, que permitan mitigar los riesgos del crédito.

El comité de créditos es la máxima instancia para la determinación y aprobación del monto del crédito, priorizando aspectos referidos a capacidad de pago, voluntad de pago, etc.



El analista de créditos, luego de realizar la evaluación de crediticia, procede a la sustentación ante el comité de créditos, para ello presenta la documentación respectiva, la misma que puede ser aprobada o rechazada según decisión del comité con carácter resolutivo, los participantes y miembros del comité son responsables de la aprobación o rechazo del crédito presentado; todo crédito presentado deberá ser registrado en el libro de comité de créditos y en el SICMAC C., sea este aprobado o rechazado.

En las agencia fuera de la ciudad del Cusco, el comité de créditos será presidido por el administrador de agencia y conformado por todos los analistas de crédito.

Si el caso lo amerita y el comité de créditos lo determina, se realizará una visita al cliente para la evaluar la consistencia de la información con los documentos presentados.

El comité de créditos es la instancia donde se verifica y valida la información contenida en el expediente de créditos y la firma de sus miembros en la solicitud de créditos da conformidad y respaldo de la información contenida.

2.2.8.2 Principios Generales del otorgamiento de Créditos

- **Clasificación del cliente**

- a) **Nuevo.**

- Son aquellos que son atendidos por primera vez en la CMAC Cusco S.A.

- b) **Recurrente.**

- Son aquellos clientes que cuentan con historial crediticio en la CMAC Cusco S.A.

- c) **Automático.**

- Son aquellos con buen historial crediticio en la CMAC Cusco S.A.

Sujetos de Crédito

Son clasificados como sujetos de créditos las personas naturales y personas jurídicas que realicen actividades económicas, cualquiera sea su forma empresarial, personas



naturales con ingresos dependientes e independientes que reúnan las condiciones exigidas en las diferentes modalidades de créditos establecidas en este reglamento.

- Edad mínima: 20 años, o de acuerdo al Producto crediticio.
- Edad máxima: 75 años, 11 meses y 29 días (para titular, conyugue y garante).
- Cuando la edad del conyugue del titular y/o garante supere la edad máxima, se aceptará su intervención con una edad límite de 78 años al momento de otorgar el crédito.

No sujetos de Crédito

Son considerados no sujetos de créditos, las siguientes personas:

- Los que tengan o hayan tenido proceso en cobranza judicial y/o créditos castigados con la CMAC Cusco S.A. u otra Entidad Financiera con deuda directa(SI el crédito es vigente recurrente y tiene nota 1 o 2 y calificación 100% normal en los últimos seis meses no será necesario solicitar autorización).
- Los clientes que tengan o hayan tenido calificación deficiente o dudoso mayor al 10% en alguno de los 6 últimos períodos.
- Clientes con calificación vigente histórica en pérdida.
- Las personas Naturales y Jurídicas que soliciten financiamiento, en base a sus antecedentes negativos con terceros o Intermediarios Financieros.
- Los impedidos por el Código Civil.
- Las personas comprendidas en los numerales 1 y 3, sólo podrán obtener nuevos créditos previo acuerdo del Comité de créditos, Sub Gerencia de Negocios, Gerente Territorial, Jefes Regionales, Jefes de Producto y Jefes Zonales Multiproducto, de acuerdo a su nivel de aprobación.
- Las personas comprendidas en el Ítem 3 sólo podrán obtener nuevos créditos previa autorización de la Sub Gerencia de Riesgos.



- Las personas registradas en la lista OFAC o Archivo Negativo de clientes; salvo autorización del Administrador de Agencia, quien deberá seguir el procedimiento establecido en el Manual de Prevención de Lavado de Activos y de Financiamiento del Terrorismo.

- **Rechazos definidos**

- Créditos a las Municipalidades del País y Entidades Públicas del País.
- Actividades ilícitas y minera ilegal.
- Cuando se detecte adulteración de documentos, sobrestimación y manipulación de ingresos y egresos, debiendo ser registrado en el SICMAC C.

- **Créditos por su otorgamiento**

- a) Crédito Nuevo**

Se considera crédito nuevo cuando el cliente es atendido por primera vez en la CMAC Cusco S.A.

- b) Crédito Recurrente**

Se considera crédito recurrente cuando se otorgan a clientes que tienen historial crediticio en la CMAC Cusco S.A. con uno o más créditos cancelados.

- c) Crédito Ampliado**

Se considera crédito ampliado cuando se otorgan a clientes que requieren ampliar su crédito vigente por necesidad adicional de financiamiento, que a la fecha de la solicitud de ampliación del crédito tiene un saldo pendiente de pago no vencido.

El Crédito Ampliado debe cumplir lo siguiente (No aplica para Créditos Plazo Fijo y Créditos automáticos).

- Calificación 100% normal durante los últimos seis meses o máximo CPP en cualquiera de los meses (solo un mes), último mes 100% normal.
- No presentar cuota vigente en mora.



- Se permiten hasta 02 ampliaciones, a excepción de créditos hipotecarios, Automáticos, Plazo Fijo y Pignoraticio.
- Nota 1 ó 2 en todo el período del crédito, los créditos que tengan nota mayor a dos (2) en ningún caso podrán ser ampliados (no hay excepciones).
- Máximo Nota 2 en las últimas 6 cuotas.

d) Crédito Paralelo

Es aquel crédito que se otorga adicionalmente a la obligación principal, debiendo el cliente registrar un buen historial de pagos. El crédito debe contar con las siguientes consideraciones:

- Se otorgará un crédito paralelo, en función a la capacidad de pago del cliente y con las garantías aceptadas por la CMAC Cusco S.A.
- Calificación 100% normal en los últimos (6) meses, o máximo CPP en cualquiera de los meses (solo un mes), último mes 100% normal.
- Detallar de manera clara el Plan de inversión (destino del crédito) en la Solicitud del crédito.

e) Crédito Promocional

Son créditos que se otorgan para financiar capital de trabajo y oportunidades de negocio de los clientes durante todo el año, en temporadas de alta actividad comercial o en campañas, debiendo el cliente contar con buen historial crediticio considerando los siguientes criterios:

- El cliente debe haber cancelado un (1) crédito, o tener seis (6) meses de relación crediticia con la CMAC Cusco S.A.
- Los plazos de otorgamiento pueden ser a 30, 60 ó 90 días; asimismo se podrán otorgar créditos promocionales en 1, 2 ó 3 cuotas, sin superar los 90 días. Todo



crédito promocional deberá ser desembolsado al día siguiente después de la cancelación del crédito promocional anterior.

2.2.9 Categorías de clasificación del deudor de la cartera de créditos

A. CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN

El deudor será clasificado de acuerdo a las siguientes categorías:

- Categoría Normal (0)
- Categoría con Problemas Potenciales (1)
- Categoría Deficiente (2)
- Categoría Dudoso (3)
- Categoría Pérdida (4) (SBS, 2008)

B. CLASIFICACIÓN DEL DEUDOR DE LA CARTERA DE CRÉDITOS COMERCIALES

CATEGORÍA NORMAL (0)

El deudor:

Presenta una situación financiera líquida, con bajo nivel de endeudamiento patrimonial y adecuada estructura del mismo con relación a su capacidad de generar utilidades. El flujo de caja no es susceptible de un empeoramiento significativo ante modificaciones importantes en el comportamiento de las variables tanto propias como vinculadas con su sector de actividad; y, b) Cumple puntualmente con el pago de sus obligaciones. Adicionalmente y sin perjuicio de lo establecido en los incisos a) y b) precedentes, la empresa del sistema financiero considerará si el deudor:

- a) Tiene un sistema de información consistente y actualizada, que le permita conocer en forma permanente su situación financiera y económica;
- b) Cuenta con una dirección calificada y técnica, con apropiados sistemas de control interno;



- c) Pertenece a un sector de la actividad económica o ramo de negocios que registra una tendencia creciente; y,
- d) Es altamente competitivo en su actividad. (SBS, 2008)

CATEGORÍA CON PROBLEMAS POTENCIALES (1)

El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- a) Una buena situación financiera y de rentabilidad, con moderado endeudamiento patrimonial y adecuado flujo de caja para el pago de las deudas por capital e intereses.

El flujo de caja tiende a debilitarse para afrontar los pagos, dado que es sumamente sensible a modificaciones de variables relevantes; o,

- b) Incumplimientos ocasionales y reducidos que no excedan los 60 días.

CATEGORÍA DEFICIENTE (2)

El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- a) Una situación financiera débil y un nivel de flujo de caja que no le permite atender el pago de la totalidad del capital y de los intereses de las deudas, pudiendo cubrir solamente estos últimos. La proyección del flujo de caja no muestra mejoría en el tiempo y presenta alta sensibilidad a modificaciones menores y previsibles de variables significativas, debilitando aún más sus posibilidades de pago. Tiene escasa capacidad de generar utilidades; o,
- b) Incumplimientos mayores a sesenta (60) días y que no exceden de ciento veinte (120) días. (SBS, 2008)

CATEGORÍA DUDOSO (3)

El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- a) Un flujo de caja manifiestamente insuficiente, no alcanzando a cubrir el pago de capital ni de intereses; presenta una situación financiera crítica y muy alto nivel



de endeudamiento, y se encuentra obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada y que, materialmente, son de magnitud significativa con resultados negativos en el negocio; o,

- b) Incumplimientos mayores a ciento veinte (120) días y que no exceden de trescientos sesenta y cinco (365) días; o,
- c) Créditos vencidos o en cobranza judicial en la empresa financiera, salvo que esté en categoría Pérdida.

CATEGORÍA PÉRDIDA (4)

El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- a) Un flujo de caja que no alcanza a cubrir los costos de producción. Se encuentra en suspensión de pagos, siendo factible presumir que también tendrá dificultades para cumplir eventuales acuerdos de reestructuración; se encuentra en estado de insolvencia decretada o está obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada, y que, materialmente, sean de magnitud significativa; o,
- b) Incumplimientos mayores a trescientos sesenta y cinco (365) días. (SBS, 2008)

2.3 Marco Conceptual

- **Actividad Económica:**

Es un conjunto de operaciones económicas realizadas por la empresa y/o establecimiento en las que se combinan recursos que intervienen en el proceso productivo, tales como: mano de obra, equipos, materias primas, e insumos, con el objetivo de producir un conjunto homogéneo de bienes y/o servicios.

En este contexto, el conjunto homogéneo de bienes y servicios pertenecen a una misma categoría económica, cuya producción es característica de una clase de la



clasificación de actividades económicas. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

- **Economía:**

1. f. Administración eficaz y razonable de los bienes.
2. f. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.
3. f. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.
4. f. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o Expresivos.
5. f. Ahorro de trabajo, tiempo u otros bienes o servicios.
6. f. pl. Ahorros mantenidos en reserva.
7. f. pl. Reducción de gastos anunciados o previstos. (DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, s.f.)

- **Social:**

1. adj. Perteneciente o relativo a la sociedad.
2. adj. Perteneciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados.
3. adj. Der. Dicho de un orden jurisdiccional: Competente en materia laboral y de seguridad social. (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, s.f.)

- **Activos:**

Los beneficios económicos futuros incorporados a un activo consisten en el potencial del mismo para contribuir, directa o indirectamente, a los flujos de efectivo y de otros equivalentes al efectivo de la entidad. El potencial puede ser de tipo productivo, constituyendo parte de las actividades de operación de la entidad. Puede también tomar la



forma de convertibilidad en efectivo u otras partidas equivalentes, o bien de capacidad para reducir pagos en el futuro, tal como cuando un proceso alternativo de manufactura reduce los costos de producción. Usualmente, una entidad emplea sus activos para producir bienes o servicios capaces de satisfacer deseos o necesidades de los clientes; puesto que estos bienes o servicios satisfacen tales deseos o necesidades, los clientes están dispuestos a pagar por ellos y, por tanto, a contribuir a los flujos de efectivo de la entidad. El efectivo, por sí mismo, rinde un servicio a la entidad por la posibilidad de obtener, mediante su utilización, otros recursos. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Pasivos:**

Una característica esencial de todo pasivo es que la entidad tiene contraída una obligación en el momento presente. Un pasivo es un compromiso o responsabilidad de actuar de una determinada manera. Las obligaciones pueden ser exigibles legalmente como consecuencia de la ejecución de un contrato o de un mandato contenido en una norma legal. Este es normalmente el caso, por ejemplo, de las cuentas por pagar por bienes o servicios recibidos. No obstante, las obligaciones también aparecen por la actividad normal de la entidad, por las costumbres y por el deseo de mantener buenas relaciones comerciales o actuar de forma equitativa. Si, por ejemplo, la entidad decide, como medida política, atender a la rectificación de fallos en sus productos incluso cuando éstos aparecen después del periodo normal de garantía, los importes que se espere desembolsar respecto a los bienes ya vendidos son también pasivos para la entidad. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Patrimonio:**

Aunque el patrimonio ha quedado definido en el párrafo 4.4 como un residuo o resto, puede subdividirse a efectos de su presentación en el balance. Por ejemplo, en una sociedad por acciones pueden mostrarse por separado los fondos aportados por los accionistas, las



ganancias acumuladas, las reservas específicas procedentes de ganancias y las reservas por ajustes para mantenimiento del capital. Esta clasificación puede ser relevante para las necesidades de toma de decisiones por parte de los usuarios de los estados financieros, en especial cuando indican restricciones, sean legales o de otro tipo, a la capacidad de la entidad para distribuir o aplicar de forma diferente su patrimonio. También puede servir para reflejar el hecho de que las partes con participaciones en la propiedad de la entidad tienen diferentes derechos en relación con la recepción de dividendos o el reembolso del capital. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Ingresos:**

La definición de ingresos incluye tanto los ingresos de actividades ordinarias como las ganancias. Los ingresos de actividades ordinarias surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad, y corresponden a una variada gama de denominaciones, tales como ventas, honorarios, intereses, dividendos, alquileres y regalías.

Son ganancias otras partidas que, cumpliendo la definición de ingresos, pueden o no surgir de las actividades ordinarias llevadas a cabo por la entidad. Las ganancias suponen incrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de los ingresos de actividades ordinarias. Por tanto, en este *Marco Conceptual* no se considera que constituyan un elemento diferente. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Gastos:**

La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad. Entre los gastos de la actividad ordinaria se encuentran, por ejemplo, el costo de las ventas, los salarios y la depreciación. Usualmente, los gastos toman la forma de una salida o depreciación de activos, tales como efectivo y otras partidas equivalentes al efectivo, inventarios o propiedades, planta y equipo.



Son pérdidas otras partidas que, cumpliendo la definición de gastos, pueden o no surgir de las actividades ordinarias de la entidad. Las pérdidas representan decrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de cualquier otro gasto. Por tanto, en este *Marco Conceptual* no se considera que constituyan un elemento diferente. (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016)

- **Microcrédito:**

Los microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias. Los microcréditos son un instrumento de financiación para el desarrollo, cuyo objetivo final es mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos, es decir, reducir los niveles de pobreza en el mundo. Sacar de la pobreza a millones de personas sin ninguna esperanza de futuro a través de la puesta en marcha de un pequeño negocio rentable, que permita generar ingresos suficientes con los que devolver el préstamo y mejorar su nivel de vida y el de su familia. (MICROFINANZAS, FEBRERO 1997)

- **Microfinanzas:**

Es un concepto más amplio que el de microcrédito. Las microfinanzas hacen referencia no sólo al crédito, sino también a toda una serie de servicios financieros ofrecidos a todos aquellos que están excluidos del sistema financiero formal. (MICROFINANZAS, FEBRERO 1997)

- **Características:**

El vocablo característica alude a calidad determinante de ciertas personas que logran diferenciarlas de las demás, es decir son aquellos adjetivos que califican a algo o a alguien. Son rasgo que pueden permitir que podamos distinguirnos de nuestro semejantes podrían ser rasgos que están relacionados a nuestro aspecto físico. Cabe destacar que también puede



llamarse características o aspectos técnicos o naturales toda información perteneciente a un objeto, sujeto o estado y logra definirlo. (DEFINICIÓN, s.f.)

- **Edad:**

La edad es el tiempo que ha vivido una persona desde que nació hasta el momento en que se tiene en cuenta. En nuestro ordenamiento, como en otros cercanos, la edad es utilizada para determinar la capacidad de obrar general (y, complementariamente, el sometimiento del menor a un régimen especial de protección), así como capacidades e incapacidades e incapacidades especiales. De todos los casos en que el Derecho toma en consideración la edad, el más relevante es el límite genérico de los dieciocho años, que marca la frontera entre la mayor y la menor edad, y determina la adquisición de la capacidad general de obrar y la salida de la institución de protección a la que hasta ese momento estaba sometido el menor. (JURIDICA, s.f.)

- **Sexo:**

En biología, el sexo es el conjunto de las peculiaridades que caracterizan los individuos de una especie dividiéndolos en masculinos y femeninos, y hacen posible una reproducción que se caracteriza por una diversificación genética.¹ La reproducción sexual implica la combinación de células especializadas llamadas gametos para formar hijos que heredan el material genético, y por tanto los rasgos y naturaleza de ambos padres. Los gametos pueden ser idénticos en forma y función (isogametos), pero en algunos casos han evolucionado hacia una asimetría de tal manera que hay dos tipos de gametos específicos por sexo (heterogametos): los gametos masculinos son pequeños, móviles, y optimizados para el transporte de su información genética a cierta distancia; mientras que los gametos femeninos son grandes, no móviles y contienen los nutrientes necesarios para el desarrollo temprano del organismo joven. (wikipedia, s.f.)



- **Contabilidad:**

La Contabilidad es una ciencia dinámica que estudia la forma de registrar, clasificar, analizar e informar los hechos reales de las operaciones mercantiles, administrativas que realiza la empresa; para determinar la situación económica y financiera en un tiempo determinado.

También es una Ciencia Evolucionista que pertenece a una estructuración y del desarrollo de las transacciones operacionales en forma cronológica y ordenada. (JARA)

- **Comercio:**

Comprende la venta al por mayor y al por menor (sin transformación) de todo tipo de productos y la prestación de servicios accesorios a la venta de esos productos. La venta al por mayor y la venta al por menor son los estadios finales de la distribución de productos. Los productos comprados y vendidos se denominan también mercancías. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

- **Empresa:**

Es la unidad económica que tiene la capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar operaciones económicas con otras unidades institucionales. (Instituto Nacional de Estadística Informática , 2013)

- **Comerciante:**

Persona que compra y vende artículos de comercio sin alterar su forma.

- **Crédito:**

Obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas. El crédito, es un contrato por el cual la entidad financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero, el cual deberá de devolver con intereses y sumándole una comisión según los plazos pactados.



- **Préstamo:**

Es la persona natural y/o jurídica que ha adquirido una obligación o deuda, por efecto de un mutuo acuerdo.

- **Cartera de Créditos:**

Constituido por las colocaciones, en sus diversas modalidades o tipos, y que es gestionado por los analistas de créditos.

- **Central de Riesgo:**

Institución a través del cual los acreedores intercambian información acerca de los historiales crediticios y perfiles de deuda de sus clientes. Mantiene una base de datos de los títulos valores protestados por falta de pago.

- **Cliente:**

Es el que exige de la empresa u organización los bienes y servicios que este ofrece, además es el que, por sus expectativas y necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar.

- **Colocaciones:**

El término de colocación se aplica por convención a ciertas categorías de operaciones financieras, se distinguen en efecto, los préstamos otorgados principalmente en función de la personalidad del agente beneficiario, que abarca categorías diversas a corto, mediano y largo plazo; es una operación mediante el cual el poseedor de los capitales los afecta al ámbito de su competencia, con la esperanza de lograr una ganancia.

- **Deuda:**

La obligación contraída por una persona natural o jurídica, organización o país, para con otra similar y que normalmente se estimula en términos de algún medio de pago o activo.



- **Mercado:**

Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio, vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. El mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada, para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes. Por lo tanto, el mercado se define en relación a las fuerzas de la oferta y demanda constituyéndose en el mecanismo básico de asignación de recursos de las economías descentralizadas. Organizaciones donde se realizan compras y ventas de mercancías.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

- No tiene Hipótesis por ser descriptiva, ver el alcance.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- No tiene Hipótesis por ser descriptiva, ver el alcance.

2.5 Variables e Indicadores

2.5.1 Identificación de variables

- **Variable 1:** Características de los clientes microfinancieros
- **Variable 2:** Información Financiera



2.5.2 Operacionalización de variables

| VARIABLES A INVESTIGAR | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADOR DE VARIABLES | TIPO DE VARIABLE |
|--|--|--|--|---------------------|
| <p>Variable 1: Características de los clientes microfinancieros</p> | <p>Son clientes de Microcréditos, las personas pertenecientes a segmentos de la población de bajo nivel de ingresos, que poseen unidades económicas productivas, comerciales y de servicios, de reducido tamaño de bajo nivel tecnológico, con acceso limitado al crédito convencional (MICROFINANZAS, FEBRERO 1997)</p> | <p>Social</p> <p>Económica</p> <p>Financiera</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Condición del crédito • Organización jurídica • Mezcla el negocio con su vida familiar • Lugar de origen • Actividad Económica • Promedio de ventas mensual • Promedio de compras mensual • Promedio de gastos mensual • Capital de trabajo • Régimen del impuesto a la renta • Personal de la empresa • Origen del capital social • La inversión que realiza le genera flujo de efectivo • Formalidad • Garantías • Cultura crediticia • Tiempo en el negocio • Monto solicitado • Fidelidad para con la Entidad Financiera • Cuenta con sustentación para asumir el crédito | <p>Cuantitativa</p> |



| | | | | |
|---|---|---|--|--------------|
| Variable 2: Información Financiera | Las características cualitativas de la información financiera útil consideradas en este capítulo identifican los tipos de información que van a ser probablemente más útiles a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para la toma de decisiones sobre la entidad que informa a partir de la información contenida en su informe financiero (información financiera). (Marco Conceptual para la Información Financiera, 2016) | Elementos de la información Financiera Características cualitativas de la información útil | <ul style="list-style-type: none">• Activo• Pasivo• Patrimonio• Resultado• Flujo de efectivo Relevancia Representación Fiel | Cuantitativa |
|---|---|---|--|--------------|



CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación

Según Sampieri: Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (SAMPIERI, FERNANDEZ COLLADO, & BAPTISTA LUCIO)

El estudio de investigación tiene un alcance Descriptivo, porque pretende medir datos numéricos mediante la recolección de datos y encuestas sobre las variables de investigación.

3.2 Enfoque de la Investigación:

Gómez (2006:121) señala que bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir.

De acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él. Por ejemplo si deseamos medir la violencia (concepto) en cierto grupo de individuos, deberíamos observar agresiones verbales y/o físicas, como gritos, insultos, empujones, golpes de puño, etc. (los referentes empíricos). Según los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Galeano, 2004:24).

3.3 Diseño de la investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental



El tipo de diseño no experimental porque se realiza inferencias sobre las relaciones de las variables de los clientes microfinancieros y su información financiera.

El tipo de diseño no experimental es transeccional o transversal porque la recolección de datos es en un solo momento, la razón de este estudio es poder inferir los resultados de la muestra perteneciente a los créditos otorgados por la Caja Municipal Cusco S. A. del Distrito de Sicuani.

3.4 Población y Muestra

- Constituida por los clientes microfinancieros y su información financiera (solo clientes de los productos para microempresa) vigente y denegados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Sicuani, resultando en un número de 4537 clientes con créditos desembolsados y denegados del Período 2016 vigentes.
- Se toma como muestra no probabilística de clientes a 80 miembros de la cartera debido al acceso a dicha información.

3.5 Técnicas de recolección de datos

a. Encuestas

Cuestionarios realizados a los clientes de la cartera de créditos.

b. Documental

Se analiza los documentos proporcionados a la Caja Municipal Cusco S.A. Agencia Sicuani sobre los clientes en el Período 2016.

3.6 Técnicas de procesamiento de datos

Los datos recogidos durante el trabajo de campo serán procesados y analizados con ayuda del programa Excel y los paquetes estadísticos SPSS de ser necesarios.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados respecto a los objetivos específicos

- Conocer como son las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016, para lo cual se planteó la siguiente distribución según guía de Observación.

Tabla 9

Distribución de los ítems de la guía de observación

| Variable | Dimensión | Indicador | Ítems |
|---|------------|--|-------|
| Características de los clientes microfinancieros | Social | Edad | 1 |
| | | Sexo | 2 |
| | | Condición del crédito | 3 |
| | | Organización Jurídica | 4 |
| | | Mezcla el negocio con su vida familiar | 5 |
| | Económica | Lugar de Origen de Titular | 6 |
| | | Actividad Económica Principal | 7 |
| | | Promedio de ventas mensual | 8 |
| | | Promedio de compras mensual | 9 |
| | | Promedio de Gastos Mensual | 10 |
| | | Capital de trabajo | 11 |
| | | Régimen del Impuesto a la Renta | 12 |
| | | Personal de la empresa | 13 |
| | | Cantidad de locales | 14 |
| | | Origen del Capital Inicial | 15 |
| | | La inversión que realiza le genera flujo de efectivo | 16 |
| | Financiera | Formalidad | 17 |
| | | Garantías | 18 |
| | | Cultura Crediticia | 19 |
| | | Tiempo en el negocio | 20 |
| | | Monto solicitado | 21 |
| | | Fidelidad para con le Entidad Microfinanciera | 22 |
| | | Cuenta con la documentación sustentatoria para asumir un crédito | 23 |

Fuente: Elaboración propia

- Conocer cómo es la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016 para lo cual se planteó la siguiente distribución según cuestionario.



Tabla 10

Distribución de los Ítems del cuestionario

| Variable | Dimensión | Indicador | Ítems |
|-----------------------------------|--|---------------------|--------------|
| Información Financiera | Elementos de la Información Financiera | | 1,2,3 |
| | | Activo | 6 |
| | | Pasivo | 7 |
| | | Patrimonio | 8 |
| | | Resultado | 9 |
| | | Flujo de efectivo | 10 |
| | Características Cualitativas fundamentales | Relevancia | 4 ,5,11,12 |
| | | Representación fiel | 13,14,15,16 |

Fuente: Elaboración propia

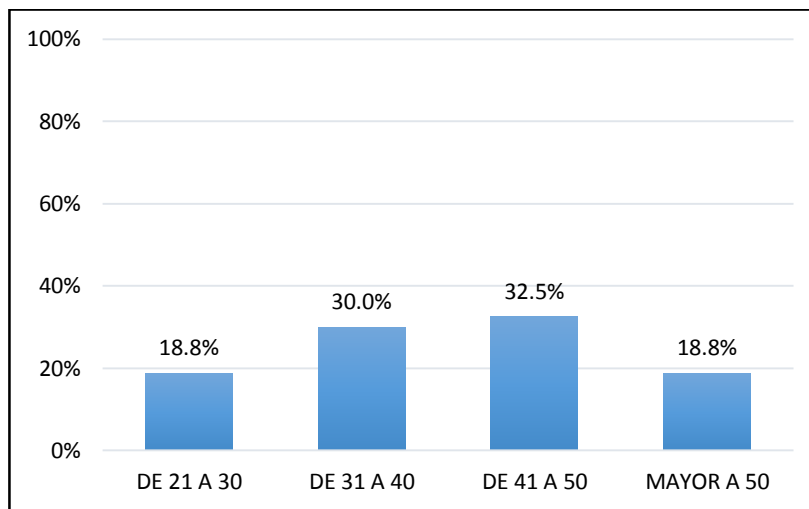
A. Tablas según objetivos específicos 1

Tabla 11

Edad

| EDAD | N | % |
|--------------|-----------|--------------|
| DE 21 A 30 | 15 | 18.8 |
| DE 31 A 40 | 24 | 30.0 |
| DE 41 A 50 | 26 | 32.5 |
| MAYOR A 50 | 15 | 18.8 |
| Total | 80 | 100.0 |

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 1: Edad***Interpretación y Análisis**

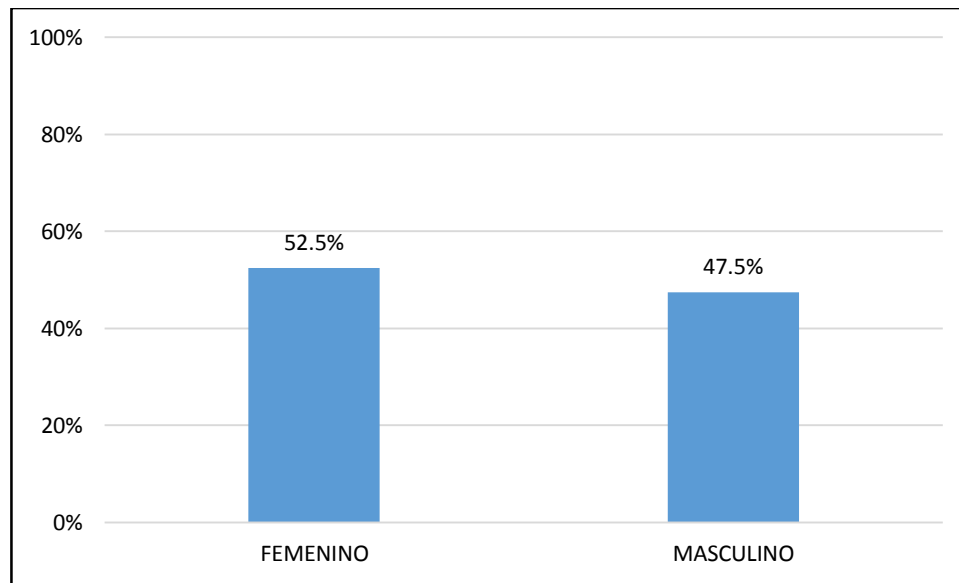
De los clientes micro financieros, el 18.75% es de las edades entre 21 a 30 años, el 30% es de las edades entre 31 a 40 años, el 32.50% es entre las edades 41 a 50 años y 18.75% es más de 50 años. Lo que nos da entender que los clientes que solicitan crédito con más frecuencia son de las edades entre los 41 y 50 años.

Tabla 12

Sexo

| SEXO | N° | % |
|-----------|----|--------|
| FEMENINO | 42 | 52.50% |
| MASCULINO | 38 | 47.50% |
| TOTAL | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

*Figura 2: Sexo del cliente microfinanciero*

Interpretación y Análisis

De los clientes micro financieros, el 52.5% es de sexo femenino mientras que el 47.5% es de sexo masculino. Lo que se puede analizar es que las personas del sexo femenino son las que se dedican más al comercio y/o actividades para lo cual optan por un crédito con la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani Período 2016.

Tabla 13

Condición del crédito

| | N° | % |
|----------|----|-------|
| APROBADO | 68 | 85.0% |
| DENEGADO | 12 | 15.0% |
| TOTAL | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia

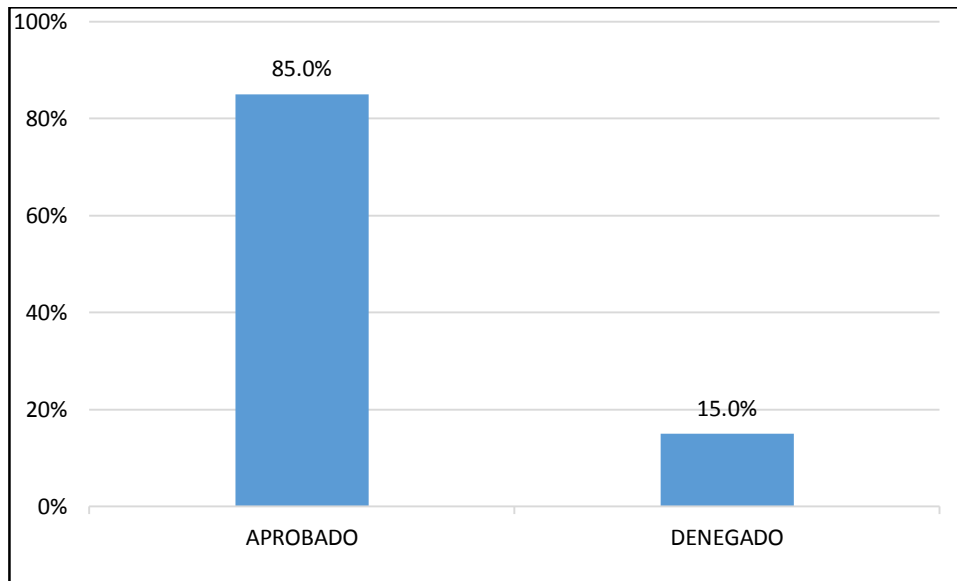


Figura 3: Condición

Interpretación y Análisis

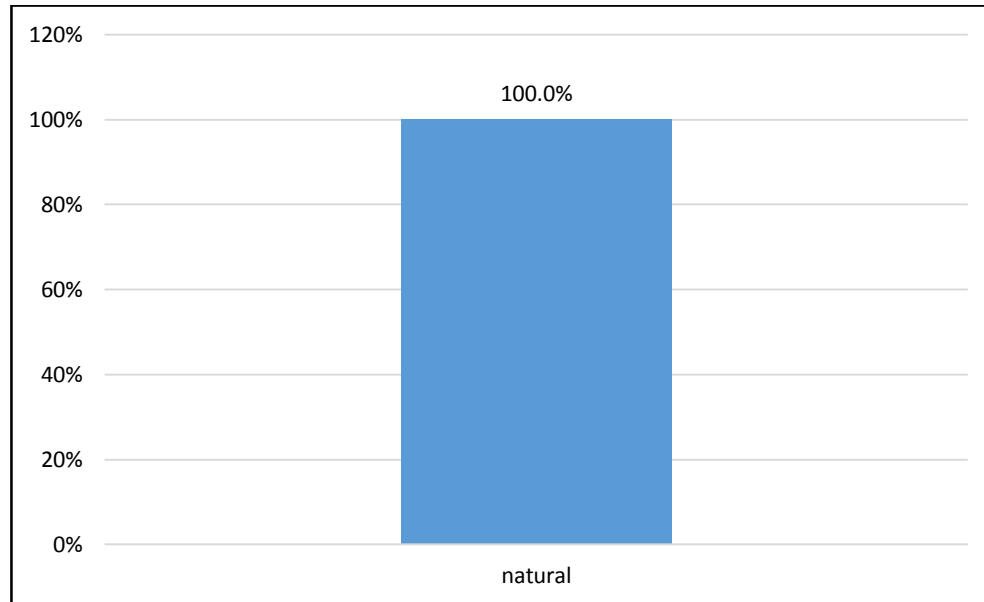
De los clientes Microfinancieros, el 85% de los créditos son aprobados y el 15% de los créditos son denegados, esta variación es ya que algunos clientes no cumplen algunos requisitos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016.

Tabla 14

Organización Jurídica

| | N | % |
|---------|----|------|
| Natural | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: *Organización Jurídica***Interpretación y Análisis**

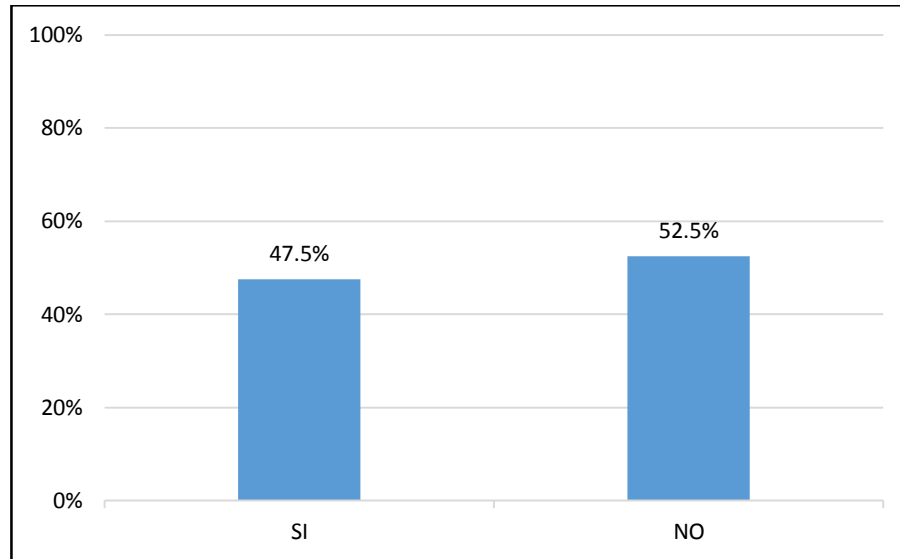
De los clientes Microfinancieros, el 100% es Persona Natural. Esto indica que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A .Agencia Sicuani en el Período 2016 otorga créditos en su mayoría a Personas Naturales con negocio.

Tabla 15

Mezcla el negocio con su vida familiar

| | N° | % |
|--------------|----|-------|
| SI | 38 | 47.5 |
| NO | 42 | 52.5 |
| Total | 80 | 100.0 |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5: *Mezcla con vida familiar***Interpretación y Análisis**

De los clientes Microfinancieros, el 47.50% indica que Mezcla el negocio con su vida Familiar y el 52.50% indica que no mezcla el negocio con su vida familiar. Esto indica que los clientes en su mayor proporción no mezclan su vida familiar con sus negocios y que una parte minoritaria tiende a no controlar su vida Familiar contra los negocios no pueden distinguir y no hay un orden.

Tabla 16
Lugar de Origen

| | N | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SICUANI | 62 | 77.5% |
| SAN PEDRO | 2 | 2.5% |
| QUIQUIJANA | 1 | 1.3% |
| LIVITACA | 5 | 6.3% |
| LANGUI | 2 | 2.5% |
| YANAOCA | 2 | 2.5% |
| MARANGANI | 6 | 7.5% |
| Total | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia

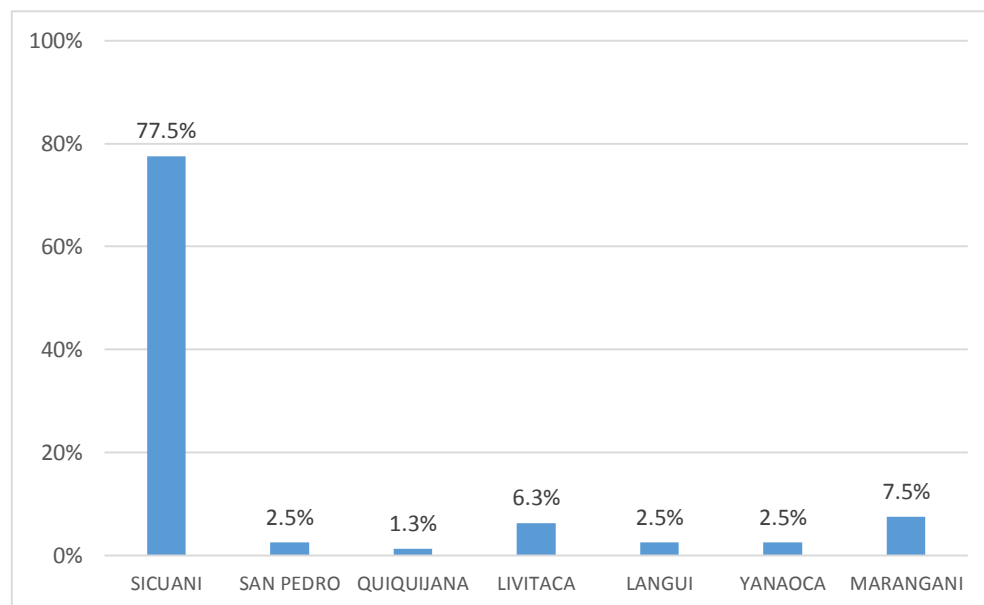


Figura 6: *Lugar de Origen*

Interpretación y Análisis

De los clientes Microfinancieros, el 77.50% son clientes de Origen Sicuani, el 2.50% es de Origen San Pedro, el 1.30% es de Origen Quiquijana, el 6.30% es de Origen Livitaca, el 2.5% es de Origen Langui, el 2.5% es de Origen Yanaoca y el 7.50% es de Origen Marangani. Esto indica que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A tiene clientes de otros Distritos allegados al Distrito de Sicuani y que también podemos definir que cuenta con bastantes clientes en la zona de Sicuani en el Período 2016.

Tabla 17
Actividad Económica Principal

| | N | % |
|--------------------------|-----------|-------------|
| ABARROTES | 12 | 15 % |
| ALIMENTOS | 9 | 11% |
| PRODUCTOS AGRICOLAS | 3 | 3.8% |
| SASTRERIA | 8 | 10% |
| VENTA DE ROPA | 14 | 17% |
| FERRETERIA | 7 | 8.8% |
| TRANSPORTE | 12 | 15% |
| INTERNET | 2 | 2.5% |
| ELABORACION DE PROYECTOS | 4 | 5% |
| VENTA DE ANIMALES | 9 | 11.3% |
| Total | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia

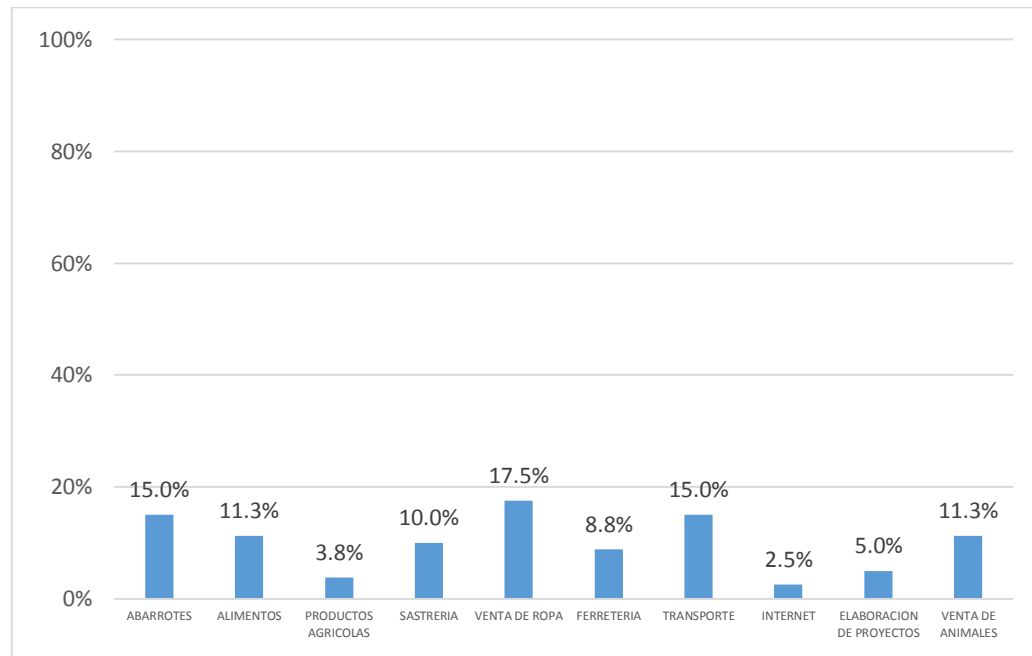


Figura 7: *Actividad Económica*

Interpretación y Análisis

- De los clientes Microfinancieros, el 15.0% realiza la Actividad Económica de Abarrotetes.
- El 11.3% realiza la Actividad Económica de Alimentos, el 3.8% realiza la Actividad Económica de Productos Agrícolas.
- El 10% realiza la Actividad Económica de Sastrería.
- El 17.5% realiza la Actividad Económica de Venta de Ropa.



- El 8.8% realiza la Actividad Económica de Ferretería.
 - El 15% realiza la Actividad Económica de Transporte.
 - El 2.5% realiza la Actividad Económica de Internet.
 - El 5% realiza la Actividad Económica de Elaboración de Proyectos.
 - El 11.3% realiza la Actividad Económica de Venta de animales. Lo que
- Analizamos las actividades económicas en Sicuani son la de comercio en su mayoría y la de Servicio es menores proporciones y que existen distintas actividades económicas de cada cliente.

Tabla 18
Promedio de Ventas

| PROMEDIO DE VENTAS | MEDIA | N | DESV. TÍP. | MÍNIMO | MÁXIMO |
|---------------------------|-----------------|-----------|-------------------|---------------|---------------|
| Abarrotes | 9865.17 | 12 | 6857,407 | 4250 | 30440 |
| Alimentos | 8899.78 | 9 | 9991,289 | 2778 | 30042 |
| Productos agrícolas | 21372.33 | 3 | 4382,673 | 16760 | 25482 |
| Sastrería | 8570.88 | 8 | 8176,485 | 1720 | 26540 |
| Venta de ropa | 15456.29 | 14 | 13575,367 | 3645 | 52277 |
| Ferretería | 67383 | 7 | 118777,507 | 4100 | 332406 |
| Transporte | 6445.58 | 12 | 8219,022 | 1417 | 30455 |
| Internet | 2750 | 2 | 1343,503 | 1800 | 3700 |
| Elaboración de proyectos | 5672 | 4 | 3436,619 | 1454 | 9829 |
| Venta de animales | 9601.67 | 9 | 9961,848 | 2188 | 34400 |
| TOTAL | 15139.79 | 80 | 37743,712 | 1417 | 332406 |

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación y Análisis

- El rubro de abarrotes el promedio de ventas es de S/ 9865.17 con una desviación estándar de S/ 6857.407, además de un promedio mínimo de S/ 4250 y un Máximo de S/ 30440.
- El rubro de alimentos el promedio de ventas es de S/ 8899.78 con una desviación estándar de S/ 9991.289, además de un promedio mínimo de S/ 2778 y un Máximo de S/ 30042.
- El rubro de Productos agrícolas el promedio de ventas es de S/ 21372.33 con una desviación estándar de S/4382,673, además de un promedio mínimo de S/16760 y Máximo de S/ 25482.
- El rubro de Sastrería el promedio de ventas es de S/ 67383 con una desviación estándar de S/8176,485, además de un promedio mínimo de S/1720 y Máximo de S/ 26540.



- El rubro de Venta de ropa el promedio de ventas es de S/ 15456.29 con una desviación estándar de S/13575.367, además de un promedio mínimo de S/3645 y Máximo de S/ 52277.
- El rubro de Ferretería el promedio de ventas es de S/ 67383 con una desviación estándar de S/118777,507, además de un promedio mínimo de S/4100 y Máximo de S/ 332406.
- El rubro de Transporte el promedio de ventas es de S/ 6445.58 con una desviación estándar de S/8219,022, además de un promedio mínimo de S/1417 y Máximo de S/ 332406.
- El rubro de Internet el promedio de ventas es de S/ 2750 con una desviación estándar de S/1343,503, además de un promedio mínimo de S/1800 y Máximo de S/ 3700.
- El rubro de Elaboración de proyectos el promedio de ventas es de S/ 5672 con una desviación estándar de S/3436,619, además de un promedio mínimo de S/1454 y Máximo de S/ 9829.
- El rubro de Venta de animales el promedio de ventas es de S/ 9601.67 con una desviación estándar de S/9961,848, además de un promedio mínimo de S/2188 y Máximo de S/ 34400.

Tabla 19
Promedio de Compras

| PROMEDIO DE COMPRAS | MEDIA | N | DESV. TÍP. | MÍNIMO | MÁXIMO |
|----------------------------|-----------------|-----------|-------------------|---------------|---------------|
| Abarrotes | 8157.67 | 12 | 5934.108 | 3485 | 25874 |
| Alimentos | 5835.44 | 9 | 7541.269 | 1250 | 19165 |
| Productos agrícolas | 16272.67 | 3 | 5285.261 | 10224 | 20000 |
| Sastrería | 4257.88 | 8 | 5349.244 | 258 | 16454 |
| Venta de ropa | 11817.14 | 14 | 10307.663 | 2369 | 39208 |
| Ferretería | 49971.86 | 7 | 89442.291 | 1968 | 249305 |
| Transporte | 4108.58 | 12 | 7686.224 | 496 | 27410 |
| Internet | 835.50 | 2 | 545.179 | 450 | 1221 |
| Elaboración de proyectos | 2093.50 | 4 | 1250.803 | 538 | 3538 |
| Venta de animales | 13945.56 | 9 | 17628.162 | 1094 | 51028 |
| TOTAL | 11667.41 | 80 | 28943.735 | 258 | 249305 |

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación y Análisis

- El rubro de abarrotes el promedio de compras es de S/ 8157.67 con una desviación estándar de S/ 5934.108, además de un promedio mínimo de S/ 3485 y un Máximo de S/ 25874.
- El rubro de alimentos el promedio de compras es de S/ 5834.44 con una desviación estándar de S/ 7441.269, además de un promedio mínimo de S/ 1250 y un Máximo de S/ 19165.
- El rubro de Productos agrícolas el promedio de compras es de S/ 16272.67 con una desviación estándar de S/5885.261, además de un promedio mínimo de S/10224 y Máximo de S/ 20000.
- El rubro de Sastrería el promedio de compras es de S/ 4257.88 con una desviación estándar de S/5349.244, además de un promedio mínimo de S/258 y Máximo de S/ 16454.



- El rubro de Venta de ropa el promedio de compras es de S/ 11817.14 con una desviación estándar de S/10307.663, además de un promedio mínimo de S/2369 y Máximo de S/ 39208.
- El rubro de Ferretería el promedio de compras es de S/ 49971.86 con una desviación estándar de S/89442.291, además de un promedio mínimo de S/1968 y Máximo de S/ 249305.
- El rubro de Transporte el promedio de compras es de S/ 4108.58 con una desviación estándar de S/7686.224, además de un promedio mínimo de S/496 y Máximo de S/ 27410.
- El rubro de Internet el promedio de compras es de S/ 835.50 con una desviación estándar de S/545.179, además de un promedio mínimo de S/450 y Máximo de S/ 1221.
- El rubro de Elaboración de proyectos el promedio de compras es de S/ 5672 con una desviación estándar de S/3436,619, además de un promedio mínimo de S/1454 y Máximo de S/ 9829.
- El rubro de Venta de animales el promedio de compras es de S/ 13945.56 con una desviación estándar de S/17628.162, además de un promedio mínimo de S/1094 y Máximo de S/ 51028.

Tabla 20
Promedio de Gastos

| PROMEDIO DE GASTOS | MEDIA | N | DESV. TÍP. | MÍNIMO | MÁXIMO |
|---------------------------|----------------|-----------|-------------------|---------------|---------------|
| Abarrotes | 876.83 | 12 | 662.212 | 210 | 2633 |
| Alimentos | 1001.78 | 9 | 649.865 | 250 | 1960 |
| Productos agrícolas | 1626.33 | 3 | 773.422 | 1053 | 2506 |
| Sastrería | 1737.25 | 8 | 1712.604 | 450 | 5315 |
| Venta de ropa | 1515.43 | 14 | 1612.882 | 200 | 6743 |
| Ferretería | 6349.14 | 7 | 11117.464 | 370 | 31208 |
| Transporte | 1024.42 | 12 | 941.036 | 0 | 2850 |
| Internet | 473.50 | 2 | 249.609 | 297 | 650 |
| Elaboración de proyectos | 1218. | 4 | 1067.270 | 223 | 2669 |
| Venta de animales | 824 | 9 | 786.962 | 120 | 2500 |
| TOTAL | 1618.79 | 80 | 3564.291 | 0 | 31208 |

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación y Análisis

- El rubro de abarrotes el promedio de Gastos es de S/ 876.83 con una desviación estándar de S/ 662.212, además de un promedio mínimo de S/ 210 y un Máximo de S/ 2633.
- El rubro de alimentos el promedio de Gastos es de S/ 1001.78 con una desviación estándar de S/ 649.865, además de un promedio mínimo de S/ 250 y un Máximo de S/ 1960.
- El rubro de Productos agrícolas el promedio de Gastos es de S/ 1626.33 con una desviación estándar de S/773.422, además de un promedio mínimo de S/1053 y Máximo de S/ 2506.
- El rubro de Sastrería el promedio de gastos es de S/ 1737.25 con una desviación estándar de S/1712.604, además de un promedio mínimo de S/450 y Máximo de S/ 5315.



- El rubro de Venta de ropa el promedio de Gastos es de S/ 1515.43 con una desviación estándar de S/1612.882, además de un promedio mínimo de S/200 y Máximo de S/ 6743.
- El rubro de Ferretería el promedio de ventas es de S/ 6349.14 con una desviación estándar de S/11117.464, además de un promedio mínimo de S/370 y Máximo de S/ 31208.
- El rubro de Transporte el promedio de gastos es de S/ 1024.42 con una desviación estándar de S/941.036, además de un promedio mínimo de S/0 y Máximo de S/ 2850.
- El rubro de Internet el promedio de gastos es de S/ 473.50 con una desviación estándar de S/249.609, además de un promedio mínimo de S/297 y Máximo de S/ 650.
- El rubro de Elaboración de proyectos el promedio de ventas es de S/ 1218 con una desviación estándar de S/1067.270, además de un promedio mínimo de S/223 y Máximo de S/ 2669.
- El rubro de Venta de animales el promedio de gastos es de S/ 824 con una desviación estándar de S/786.962, además de un promedio mínimo de S/120 y Máximo de S/ 2500.

Tabla 21

Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | MEDIA | N | DESV. TÍP. | MÍNIM O | MÁXIM O |
|-----------------------------|-----------------|-----------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| ABARROTES | 15133.17 | 12 | 8159.612 | 5500 | 35000 |
| ALIMENTOS | 5929.11 | 9 | 10991.526 | 680 | 35000 |
| PRODUCTOS AGRICOLAS | 27187.67 | 3 | 4953.56 | 22855 | 32588 |
| SASTRERIA | 14480.13 | 8 | 18109.9 | 0 | 45000 |
| VENTA DE ROPA | 21646.21 | 14 | 18191.909 | 2800 | 58656 |
| FERRETERIA | 85679.71 | 7 | 123429.999 | 9420 | 358000 |
| TRANSPORTE | 4209.08 | 12 | 10059.247 | 0 | 30259 |
| INTERNET | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| ELABORACION DE PROYECTOS | 727.5 | 4 | 1455 | 0 | 2910 |
| VENTA DE ANIMALES | 4632.22 | 9 | 1882.178 | 2500 | 7500 |
| TOTAL | 17878.47 | 80 | 42194.033 | 0 | 358000 |

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación y Análisis

- El rubro de abarrotes el promedio de Capital de trabajo es de S/ 15133.17 con una desviación estándar de S/ 8159.612, además de un promedio mínimo de S/ 5500 y un Máximo de S/ 35000.
- El rubro de alimentos el promedio de capital de trabajo es de S/ 5929.11 con una desviación estándar de S/ 10991.526, además de un promedio mínimo de S/ 680 y un Máximo de S/ 35000.
- El rubro de Productos agrícolas el promedio de capital de trabajo es de S/ 27187.67 con una desviación estándar de S/ 4953.56, además de un promedio mínimo de S/22855 y Máximo de S/ 32588.
- El rubro de Sastrería el promedio de capital de trabajo es de S/ 14480.13 con una desviación estándar de S/18109.9, además de un promedio mínimo de S/0 y Máximo de S/ 45000.



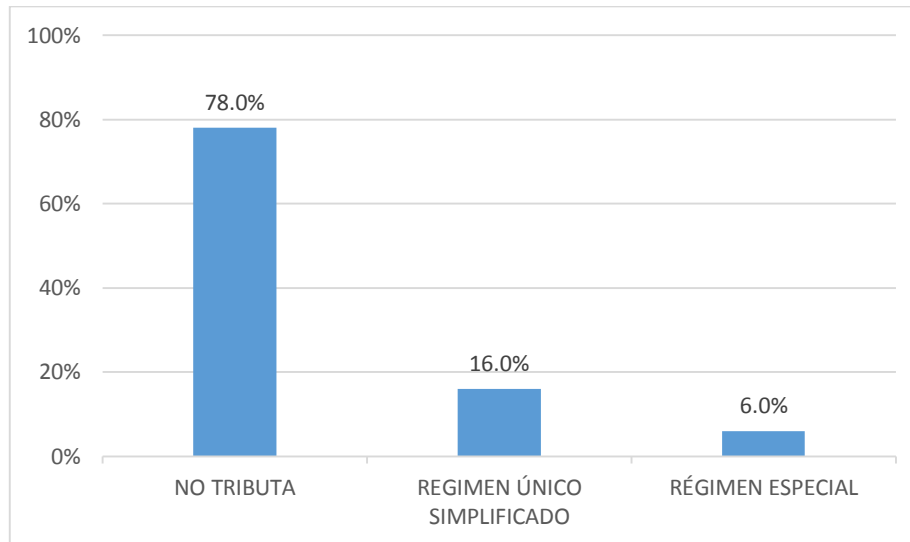
- El rubro de Venta de ropa el promedio de capital de trabajo es de S/ 21646.21 con una desviación estándar de S/18191.908, además de un promedio mínimo de S/2800 y Máximo de S/ 585656.
- El rubro de Ferretería el promedio de capital de trabajo es de S/ 85646.21 con una desviación estándar de S/123429.999, además de un promedio mínimo de S/9420 y Máximo de S/ 358000.
- El rubro de Transporte el promedio de capital de trabajo es de S/ 4209.08 con una desviación estándar de S/10059.247, además de un promedio mínimo de S/0 y Máximo de S/ 30259.
- El rubro de Internet el promedio de capital de trabajo es de S/ 0 con una desviación estándar de S/0, además de un promedio mínimo de S/0 y Máximo de S/ 0.
- El rubro de Elaboración de proyectos el promedio de trabajo es de S/ 727.5 con una desviación estándar de S/1455, además de un promedio mínimo de S/0 y Máximo de S/ 2910.
- El rubro de Venta de animales el promedio de capital de trabajo es de S/ 4632.22 con una desviación estándar de S/1882.178, además de un promedio mínimo de S/2500 y Máximo de S/ 7500.

Tabla 22

Régimen del Impuesto a la Renta

| | N° | % |
|-----------------------------------|----|---------|
| NO TRIBUTA | 62 | 78.00% |
| RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO | 13 | 16.00% |
| RÉGIMEN ESPECIAL | 5 | 6.00% |
| TOTAL | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8: *Régimen del Impuesto a la Renta***Interpretación y Análisis**

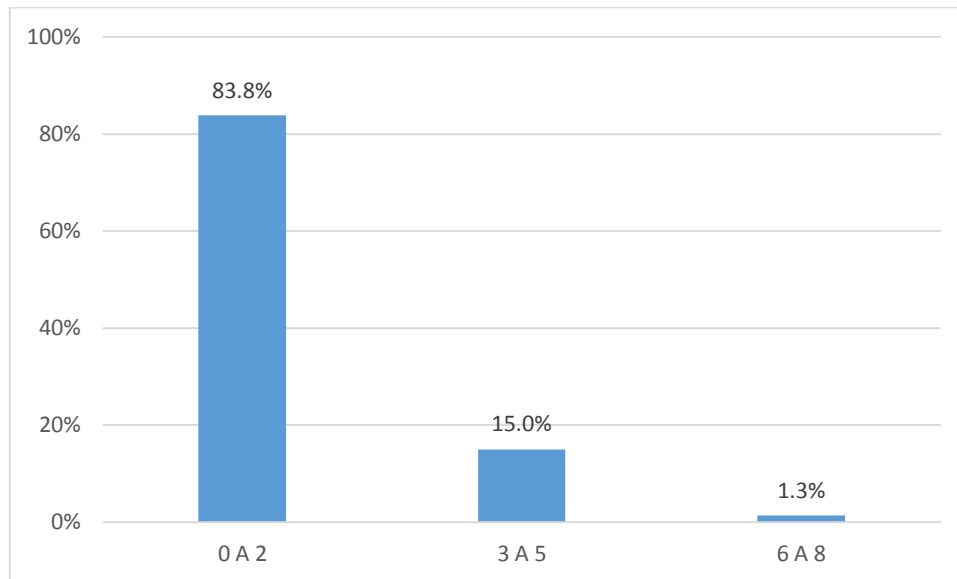
De los clientes Microfinancieros, el 78% no tributa, el 16% se encuentra en el Régimen Único Simplificado y el 6% se encuentra en el Régimen Especial de Renta. Esto indica que los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es una gran proporción que no tributa ningún impuesto al Estado, en cambio encontramos clientes que si se encuentran en el régimen único simplificado y contribuye con impuestos al estado y en menor proporción en el régimen especial de renta las actividades económicas más sobresalientes en Sicuani.

Tabla 23

Personal de la Empresa

| | N° | % |
|--------------|-----------|----------------|
| 0 A 2 | 67 | 83.80% |
| 3 A 5 | 12 | 15.00% |
| 6 A 8 | 1 | 1.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9: *Personal de la Empresa***Interpretación y Análisis**

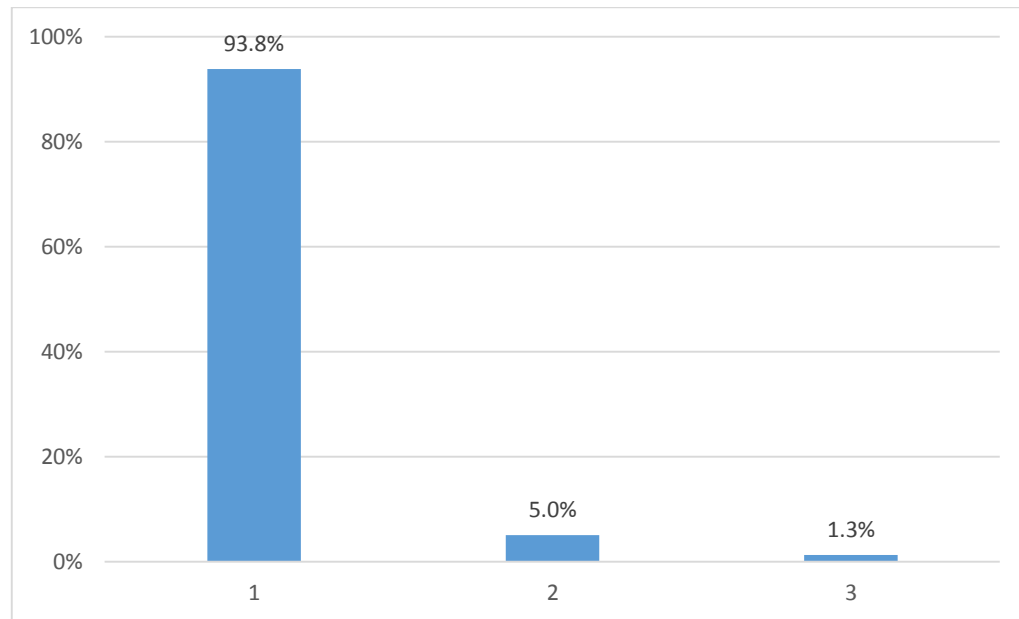
De los clientes Microfinancieros, el 83.8 % cuenta con personal de 0 a 2 personas, el 15% cuenta con 3 a 5 personas y el 1.3% cuenta con 6 a 8 personas en su empresa. Esto indica que los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani cuentan en sus Empresas máximo hasta con 2 personas y son pocas empresas que cuentan con más personal ya que los negocios no son tan grandes.

Tabla 24

Cantidad de locales

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| 1 | 75 | 93.80% |
| 2 | 4 | 5.00% |
| 3 | 1 | 1.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10: *Cantidad de locales***Interpretación y Análisis**

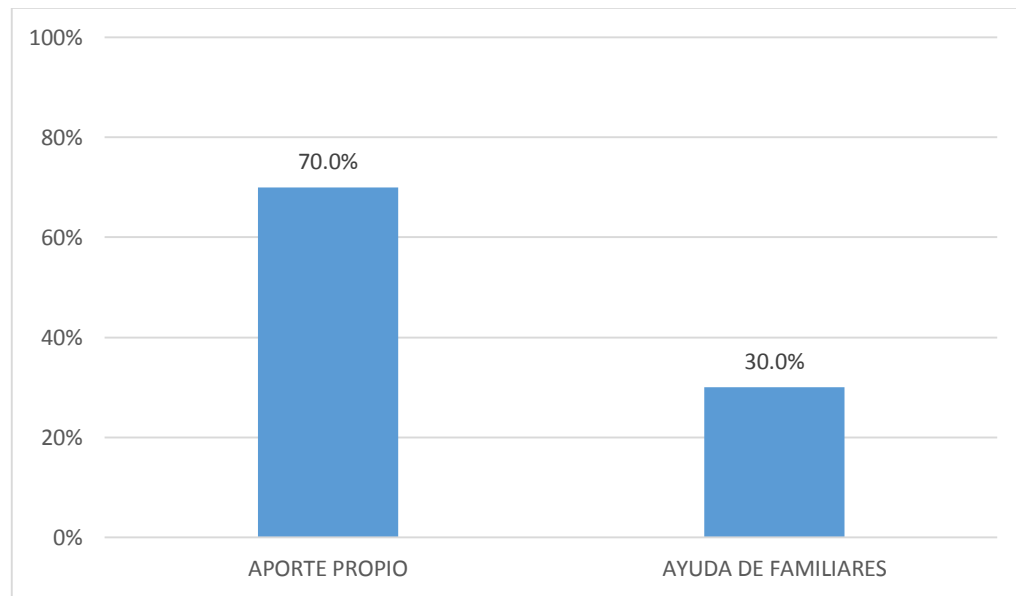
De los clientes Microfinancieros, 93.8% cuenta con un local, mientras que el 5% cuenta con dos locales y el 1.3% cuenta con tres locales. Cabe señalar que los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 que cuentan con un local comercial en su actividad económica que realizan.

Tabla 25

Origen del Capital Inicial

| | N° | % |
|---------------------|-----------|----------------|
| APORTE PROPIO | 56 | 70.00% |
| AYUDA DE FAMILIARES | 24 | 30.00% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 11: *Origen del capital Inicial***Interpretación y Análisis**

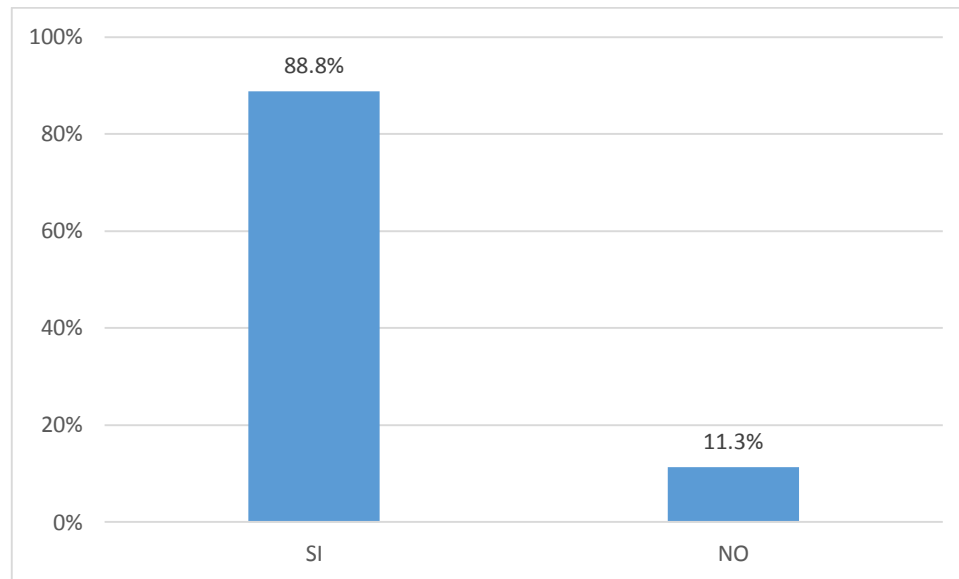
De los clientes Microfinancieros, el 70% es aporte propio y el 30% es ayuda de familiares. Se ve que los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 se iniciaron en sus actividades económicas con aporte propio y sin ayuda de los familiares en cambio una parte de los clientes tubo la ayuda de algún familiar para iniciar su negocio.

Tabla 26

¿La inversión que realiza le genera flujo de efectivo?

| | N | % |
|--------------|----|---------|
| SI | 71 | 88.80% |
| NO | 9 | 11.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 12: *Flujo de efectivo***Interpretación y Análisis**

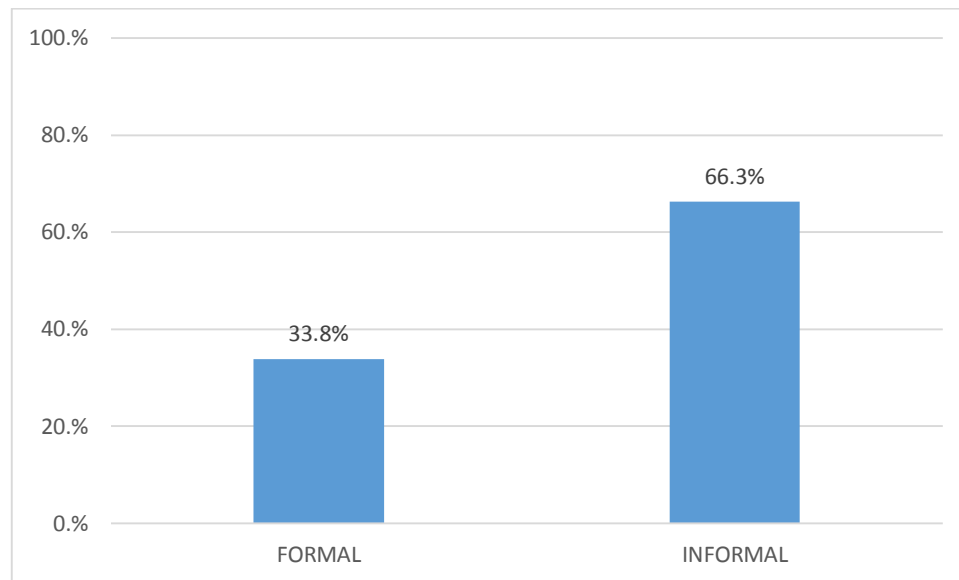
De los clientes Microfinancieros, el 88.8% indica que la inversión que realiza le genera flujo de efectivo y el 11.3% indica que la inversión que realiza no le genera flujo de efectivo. Como vemos los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 tienen conocimiento para invertir en sus actividades económicas y que esto le generan flujo de efectivo.

Tabla 27

Formalidad

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| FORMAL | 27 | 33.80% |
| INFORMAL | 53 | 66.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 13: *Formalidad***Interpretación y Análisis**

De los clientes Microfinancieros, el 33.8% de los clientes microfinancieros son formales y el 66.3% de los clientes son informales. Los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 son informales ya que no contribuyen con los impuestos con el Estado.

Tabla 28
Garantías

| | N° | % |
|-------------------|----|------|
| PATRIMONIO | 80 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia

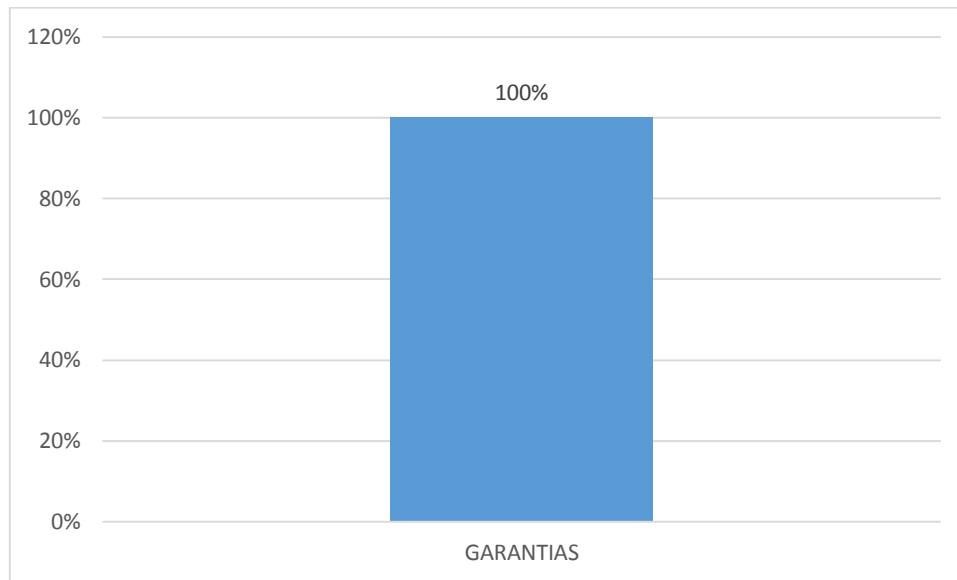


Figura 14: *Garantías*

Interpretación y Análisis

De los clientes Microfinancieros, el 100% son con Garantía patrimonio. Los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 obtienen su crédito con garantía patrimonial.

Tabla 29
Cultura Crediticia

| | N° | % |
|-------------------|----|---------|
| NORMAL | 68 | 85.00% |
| DEFICIENTE | 4 | 5.00% |
| DUDOSO | 5 | 6.30% |
| PERDIDA | 3 | 3.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

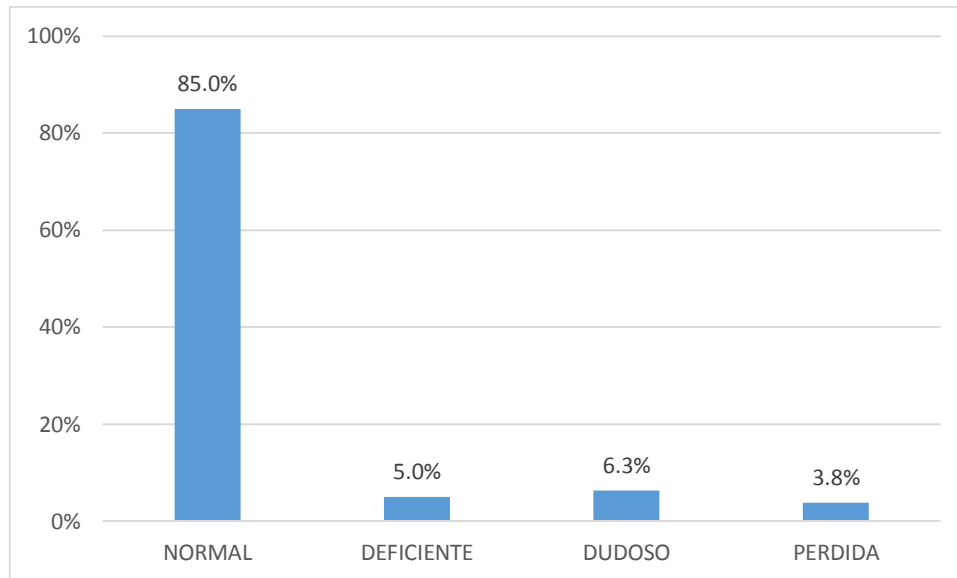


Figura 15: *Cultura crediticia*

Interpretación y Análisis

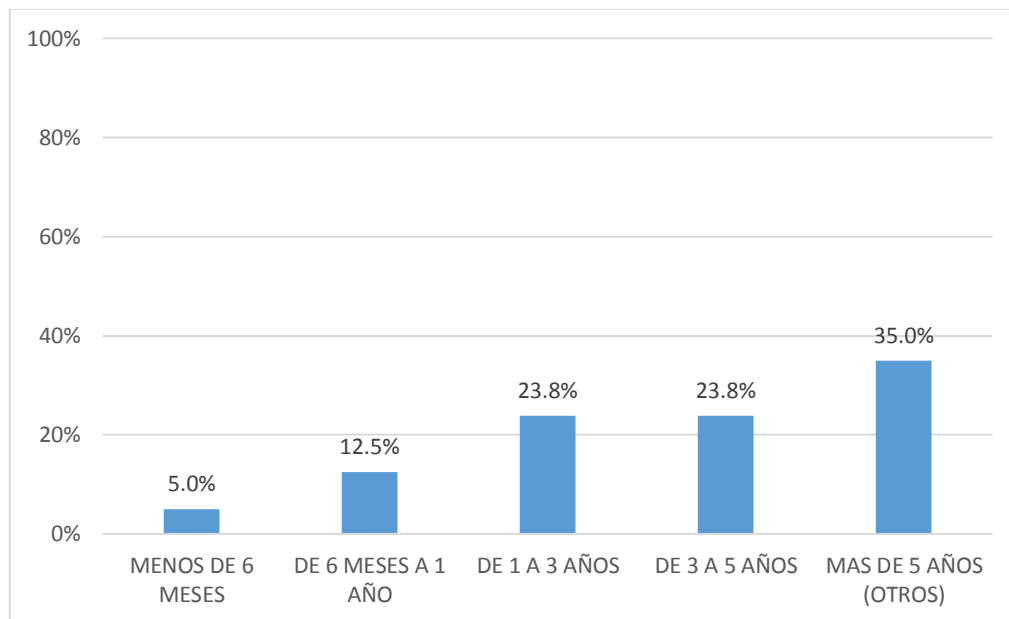
De los clientes Microfinancieros, el 85% tienen una cultura crediticia normal, el 5% una cultura crediticia deficiente, el 6.3% una cultura crediticia de dudoso y el 3.8% una cultura crediticia en perdida. Los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 obtiene un crédito con una cultura crediticia Normal, ya que son buenos pagadores y eso genera una confianza con la Entidad Financiera, en cambio con un cliente deficiente y dudoso tiene problemas de pago, a perdida ya no puede ser evaluado.

Tabla 30

Tiempo en el Negocio

| | N° | % |
|-----------------------|-----------|----------------|
| MENOS DE 6 MESES | 4 | 5.00% |
| DE 6 MESES A 1 AÑO | 10 | 12.50% |
| DE 1 A 3 AÑOS | 19 | 23.80% |
| DE 3 A 5 AÑOS | 19 | 23.80% |
| MAS DE 5 AÑOS (OTROS) | 28 | 35.00% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 16: *Tiempo en el negocio***Interpretación y Análisis**

De los clientes Microfinancieros, el 5% tiene menos a 6 meses en el negocio, el 12.5% tiene 6 meses a 1 año de tiempo en el negocio, el 23.8% tiene 1 a 3 años de tiempo en el negocio, el 23.8% tiene de 3 a 5 años de tiempo en el negocio y el 35% más de 5 años de tiempo en el negocio. Los clientes microfinancieros tienen experiencia y tiempo en su negocio por más de 5 años eso implica que es fácil otorgarle un crédito con confianza y prontitud.

Tabla 31

Monto solicitado

| | N° | % |
|------------------|-----------|----------------|
| DE 300 A 1000 | 9 | 11.30% |
| DE 1001 A 3000 | 19 | 23.80% |
| DE 3001 A 5000 | 9 | 11.30% |
| DE 5001 A 10000 | 9 | 11.30% |
| DE 10001 A 50000 | 23 | 28.80% |
| MAS DE 50001 | 11 | 13.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

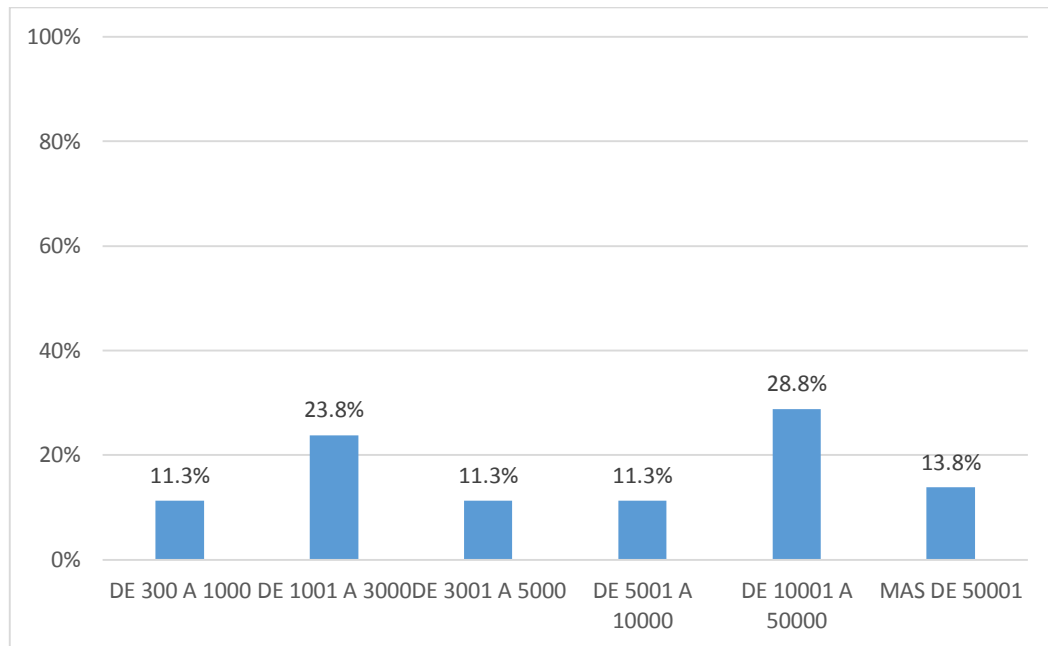


Figura 17: *Monto solicitado*

Interpretación y Análisis

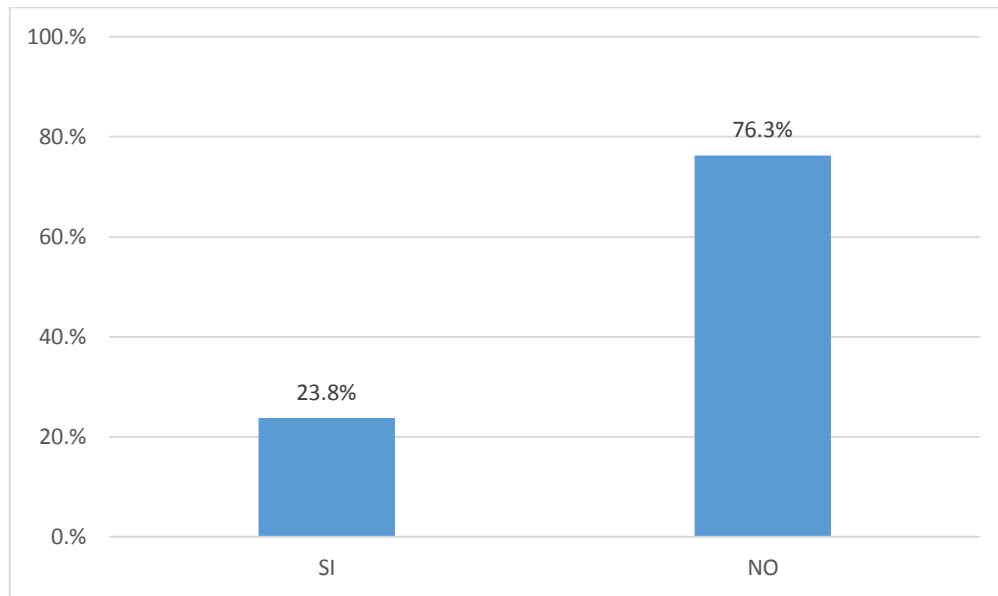
De los clientes Microfinancieros, el 11.3% es de 300 a 1000 el monto solicitado, el 23.8% es de 1001 a 3000 el monto solicitado, el 11.3% del monto solicitado es de 3001 a 5000, el 11.3% del monto solicitado es de 10001 a 50000 y el 13.8% del monto solicitado es de más de 50001. Esto indica que los créditos otorgados a los clientes están por montos mayores a 10001 a 50000 y seguida del monto 1001 a 3000 son los montos más peticionados.

Tabla 32

Fidelidad con la Entidad

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| SI | 19 | 23.80% |
| NO | 61 | 76.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 18: *Fidelidad con la entidad***Interpretación y Análisis**

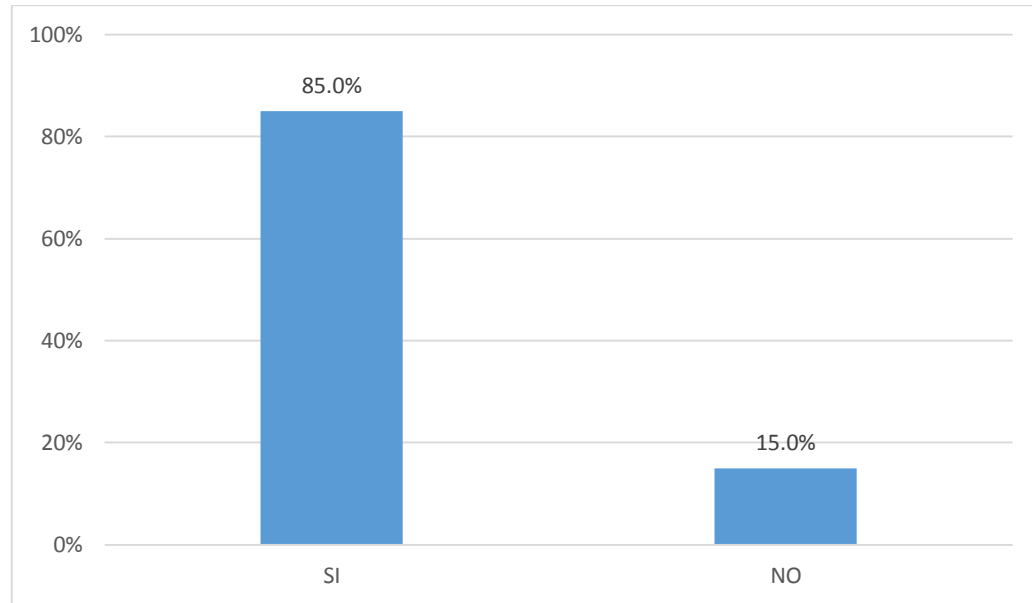
De los clientes Microfinancieros, el 23.8% respondió si tiene fidelidad hacia la entidad microfinanciera y el 76.3% respondió que no tiene fidelidad hacia la entidad microfinanciera. Esto nos indica que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 no es la única Institución Microfinanciera en la Localidad es por ello que los clientes no tienen fidelidad hacia la Entidad.

Tabla 33

Cuenta con la documentación sustentatoria para asumir el crédito

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| SI | 68 | 85.00% |
| NO | 12 | 15.00% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 19: *Cuenta con documentación sustentatoria*

Interpretación y Análisis

De los clientes Microfinancieros, el 85% cuenta con documentación sustentatoria para asumir un crédito y el 15% no cuenta con documentación sustentatoria para asumir el crédito. Esto nos indica que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 tiene un procedimiento para otorgar un crédito.

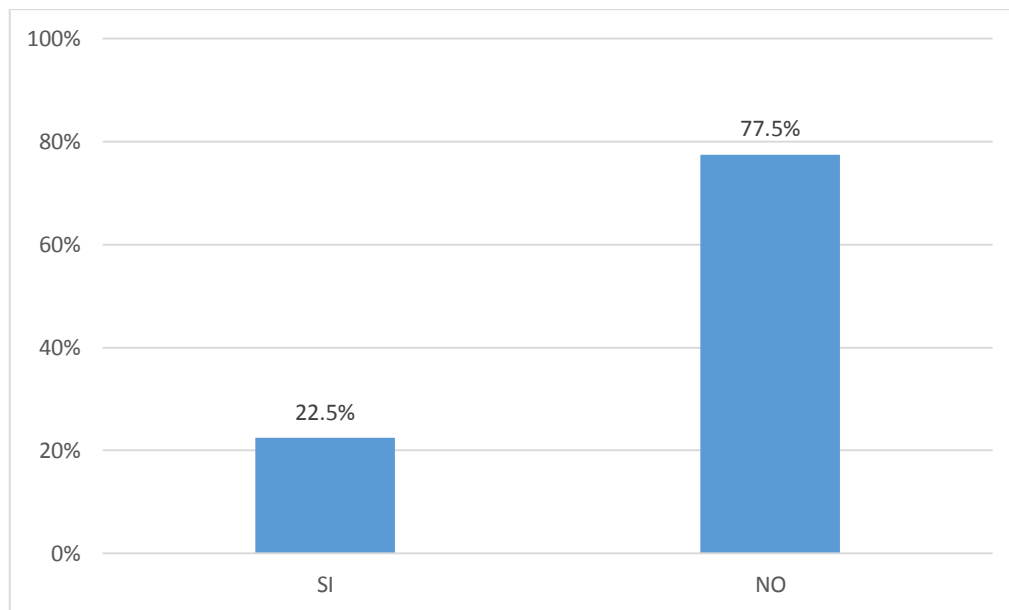
B. Tablas del objetivo específico 2 Según el Cuestionario

Tabla 34

Pregunta 1 ¿Cuenta Ud. Con alguna obligación tributaria?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| SI | 18 | 22.50% |
| NO | 62 | 77.50% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 20: *Obligación tributaria***Interpretación y Análisis**

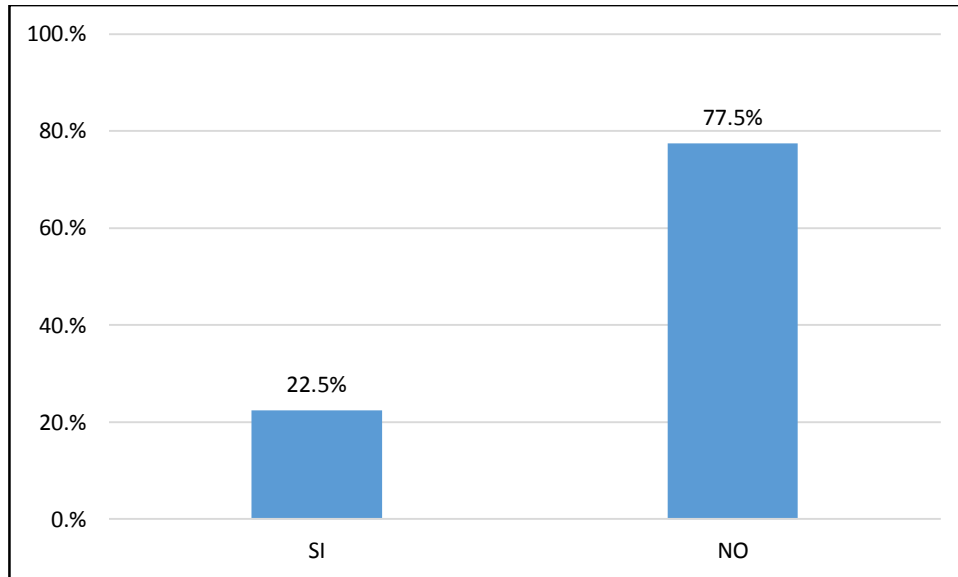
De la Información Financiera, el 22.5% cuenta con alguna obligación tributaria y el 77.5% no tiene alguna obligación tributaria. Esto nos indica que los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 no cuentan con alguna obligación tributaria con pagan impuestos en su mayoría y una pequeña parte tienen alguna obligación tributaria y ellos contribuyen con el estado mediante impuestos.

Tabla 35

Pregunta 2 ¿Cuenta con contabilidad en su negocio?

| | N° | % |
|--------------|----|--------|
| SI | 18 | 22.5% |
| NO | 62 | 77.5% |
| Total | 80 | 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 21: *Contabilidad en su negocio*

Interpretación y Análisis

De la Información Financiera, 77.5% no cuenta con contabilidad en su negocio y el 22.5% cuenta con contabilidad en su negocio. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 cuenta con contabilidad ya que son negocios pequeños, en cambio hay una parte que si tiene una contabilidad y contribuye con el estado, ya que tiene boletas y/o facturas de venta.

Tabla 36

Pregunta 3 ¿Ud. Registra todas las operaciones de su negocio?

| | N° | % |
|--|----|---------|
| SI, EL CONTADOR LLEVA LA CONTABILIDAD | 0 | 0.00% |
| SI, EN MIS CUADERNOS DE ANOTES | 51 | 63.80% |
| LOS DOS ANTERIORES | 16 | 20.00% |
| NO TENGO REGISTROS | 13 | 16.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

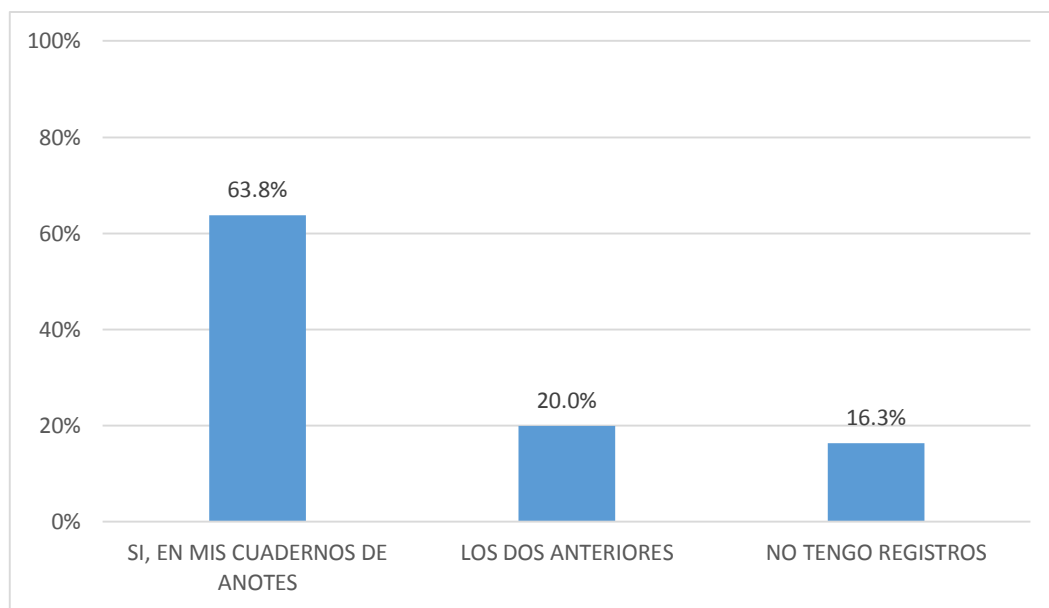


Figura 22: Operaciones de su negocio

Interpretación y Análisis

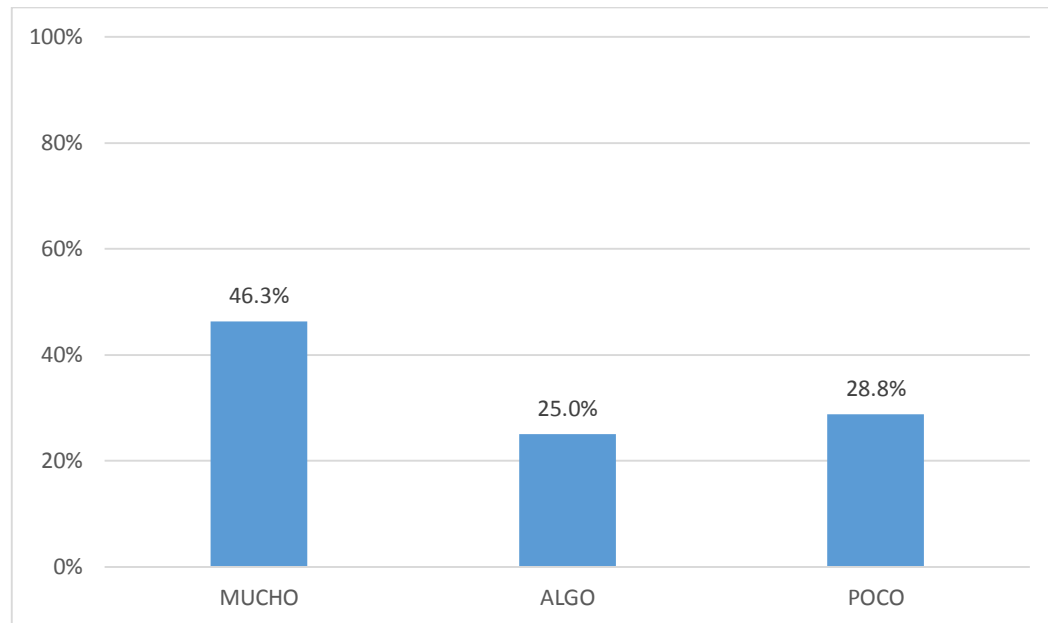
De la Información Financiera, el 63.8% registra todas sus operaciones y los hace en su cuaderno de anotes, el 20% indica que lleva la contabilidad mediante un contador y también registra en su cuaderno de anotes y el 16.3% no cuenta con registros para sus operaciones de su negocio. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 registran sus operaciones en cuaderno de anotes.

Tabla 37

RELEVANCIA*Pregunta 4 ¿Ud. Tiene conocimiento de su negocio?*

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 37 | 46.30% |
| ALGO | 20 | 25.00% |
| POCO | 23 | 28.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 23: *Conocimiento de su negocio***Interpretación y Análisis**

De la Información Financiera, el 46.3% indico que tiene mucho conocimiento de su negocio, el 25% indico que tiene algo de conocimiento de su negocio y el 28.8% indico que tiene poco conocimiento de su negocio. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es de relevancia o es importante para los Empresarios para tener conocimiento de su actividad económica e inversión, lo cual no es en su totalidad ya que contamos con una parte que sabe poco y algo de su negocio.

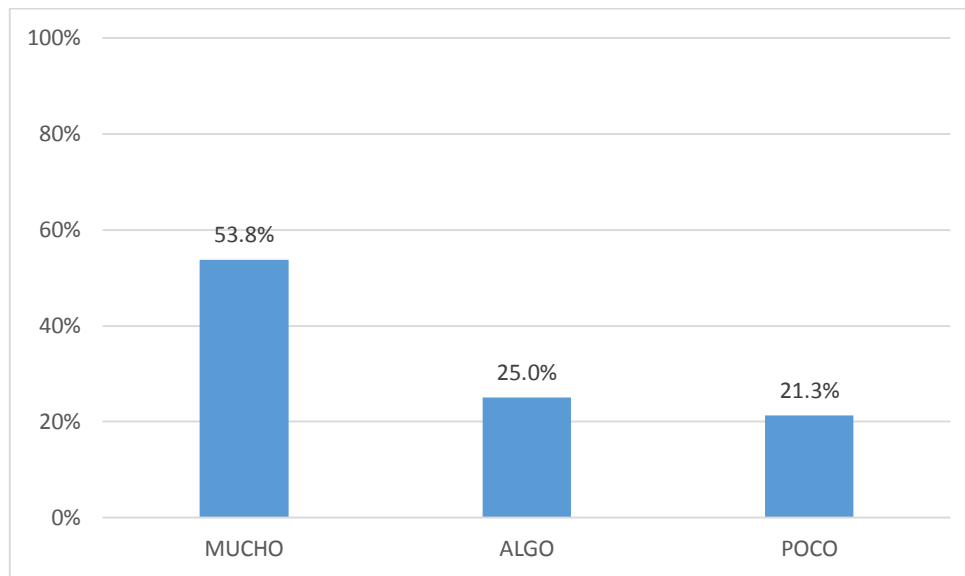
Tabla 38

RELEVANCIA

Pregunta 5 ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la información financiera (contable) de su negocio?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 43 | 53.80% |
| ALGO | 20 | 25.00% |
| POCO | 17 | 21.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 24: *Conocer la información financiera***Interpretación y Análisis**

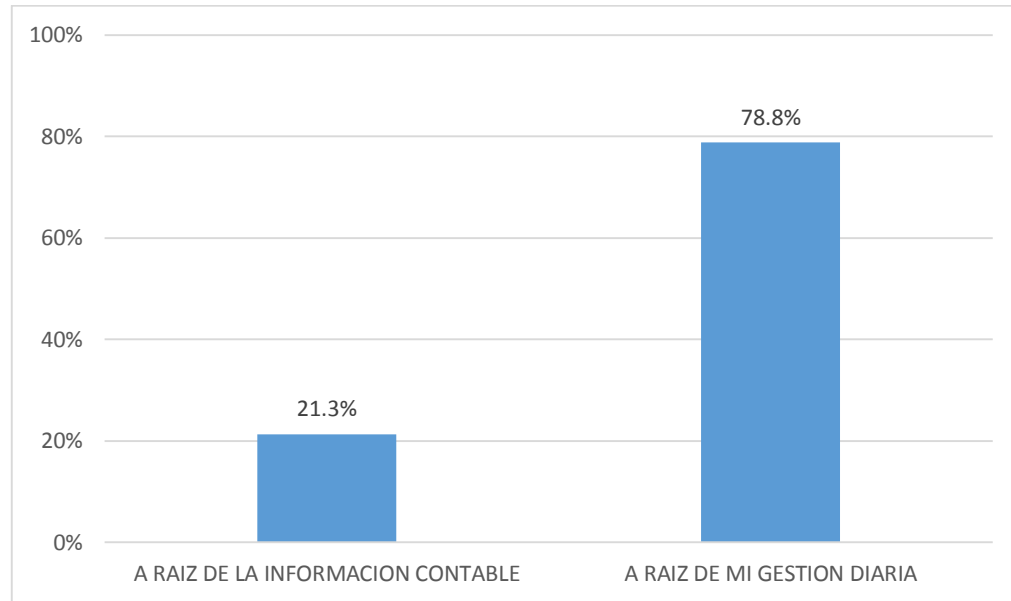
De la Información Financiera, 53.8% indico que es mucho, el 25% indico que es algo, el 21.3% indico que es poco. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es de relevancia o es importante conocer la información financiera (contable) de su negocio y en su mayoría contesto que es mucho y los que respondieron poco es porque no llevan un control de su negocio o no es importante conocer esa información en cambio los que respondieron algo no están de acuerdo con que es importante para su negocio.

Tabla 39

ACTIVOS*Pregunta 6 ¿Cómo conoce Ud. Los recursos con los que cuenta su negocio?*

| | N° | % |
|--|----|---------|
| A RAÍZ DE LA INFORMACIÓN CONTABLE | 17 | 21.30% |
| A RAÍZ DE MI GESTIÓN DIARIA | 63 | 78.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 25: *Los recursos de su negocio***Interpretación y Análisis**

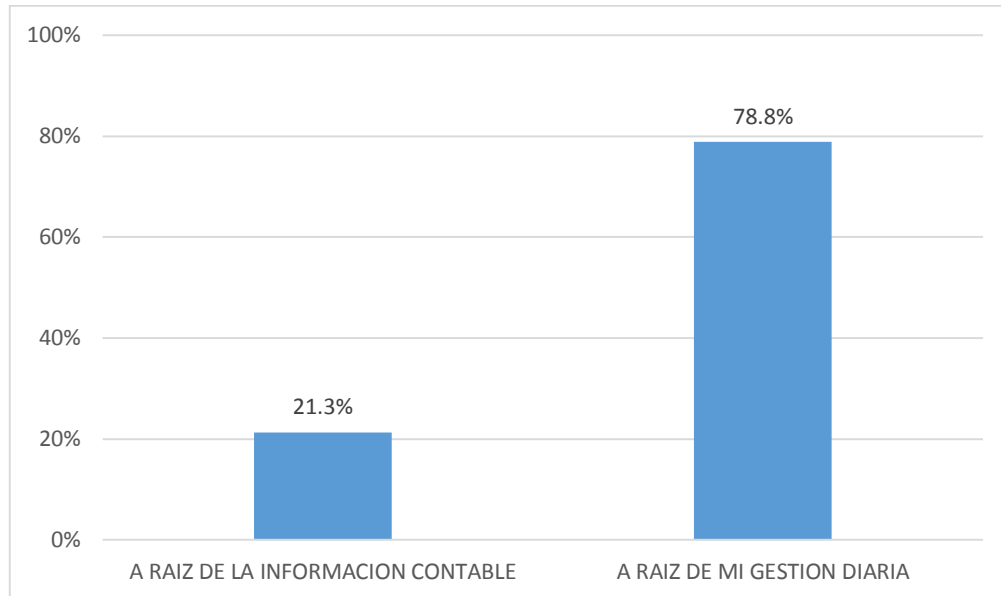
De la Información Financiera, el 21.3% es a raíz de la información contable y el 78.8% es a raíz de mi gestión diaria. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce sus recursos de su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

Tabla 40

PASIVOS*Pregunta 7 ¿Cómo conoce Ud. Los adeudos de su negocio?*

| | N° | % |
|--|----|---------|
| A RAIZ DE LA INFORMACION CONTABLE | 17 | 21.30% |
| A RAIZ DE MI GESTION DIARIA | 63 | 78.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 26: *Los adeudos de su negocio***Interpretación y Análisis**

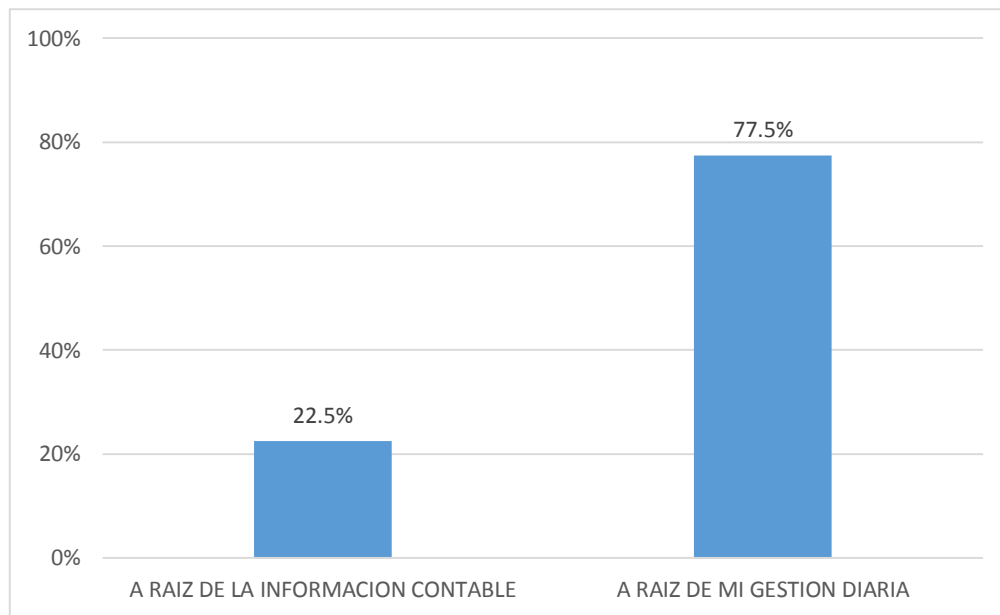
De la Información Financiera, es el 21.3% indico que conoce su adeudos mediante la información contable y el 78.8% indico que conoce los adeudos de su negocio por gestión diaria de su negocio. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce sus adeudos o pasivos de su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

Tabla 41

PATRIMONIO*Pregunta 8 ¿Cómo conoce el monto que tiene invertido Ud. en su negocio?*

| | N° | % |
|--|----|---------|
| A RAIZ DE LA INFORMACION CONTABLE | 18 | 22.50% |
| A RAIZ DE MI GESTION DIARIA | 62 | 77.50% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 27: *Monto que tiene invertido***Interpretación y Análisis**

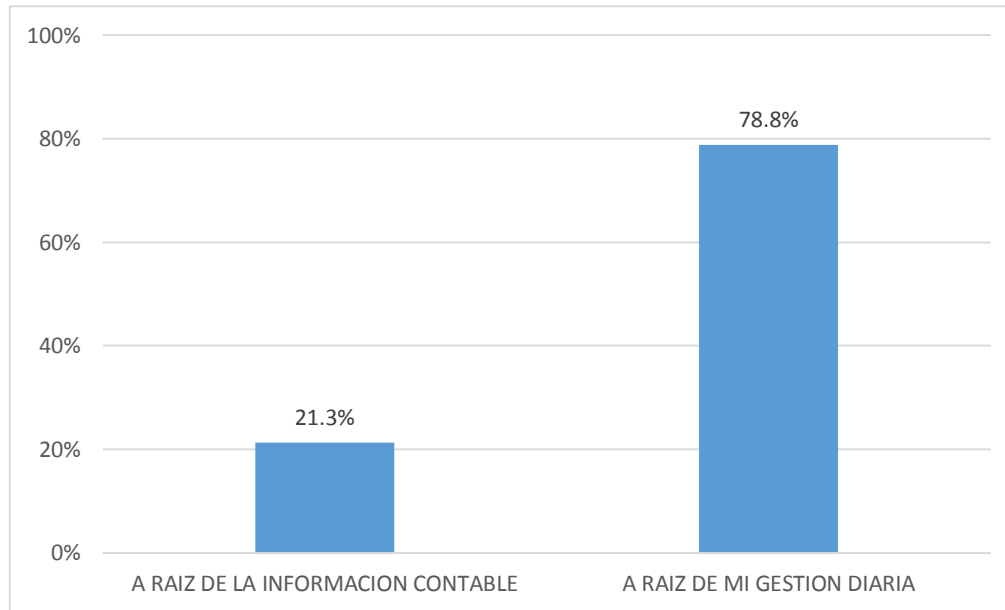
De la Información Financiera, es el 22.5% conoce el monto invertido en su negocio a raíz de su información contable y el 77.5% conoce el monto invertido en su negocio a raíz de su gestión diaria. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce el monto invertido en su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

Tabla 42

RESULTADOS*Pregunta 9 ¿Cómo conoce Ud. Cuanto le rinde su negocio?*

| | N° | % |
|--|----|---------|
| A RAÍZ DE LA INFORMACIÓN CONTABLE | 17 | 21.30% |
| A RAÍZ DE MI GESTIÓN DIARIA | 63 | 78.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 28: *Rinde su negocio***Interpretación y Análisis**

De la Información Financiera, es el 21.3% conoce cuanto le rinde el negocio a raíz de su información contable y el 78.8% conoce cuanto le rinde su negocio a raíz de su gestión diaria. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce el cuanto le rinde su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

Tabla 43

FLUJO DE EFECTIVO

Pregunta 10 ¿Cómo conoce Ud. De donde proviene el dinero que circula por su negocio?

| | N° | % |
|-----------------------------------|-----------|----------------|
| A RAIZ DE LA INFORMACION CONTABLE | 17 | 21.30% |
| A RAIZ DE MI GESTION DIARIA | 63 | 78.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

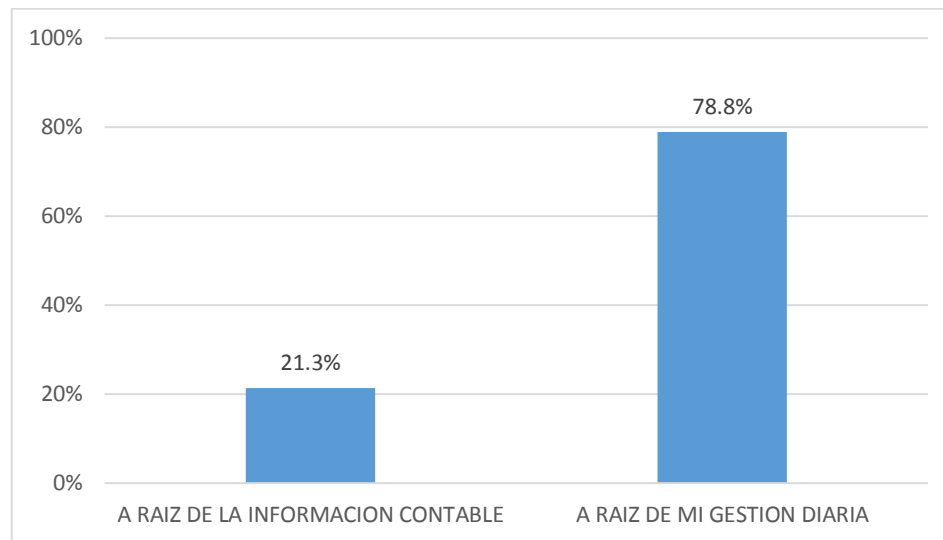


Figura 29: Proviene el dinero que circula por su negocio

Interpretación y Análisis

De la Información Financiera, es el 21.3% conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio y es a raíz de su información contable y el 78.8% conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio su negocio a raíz de su gestión diaria. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

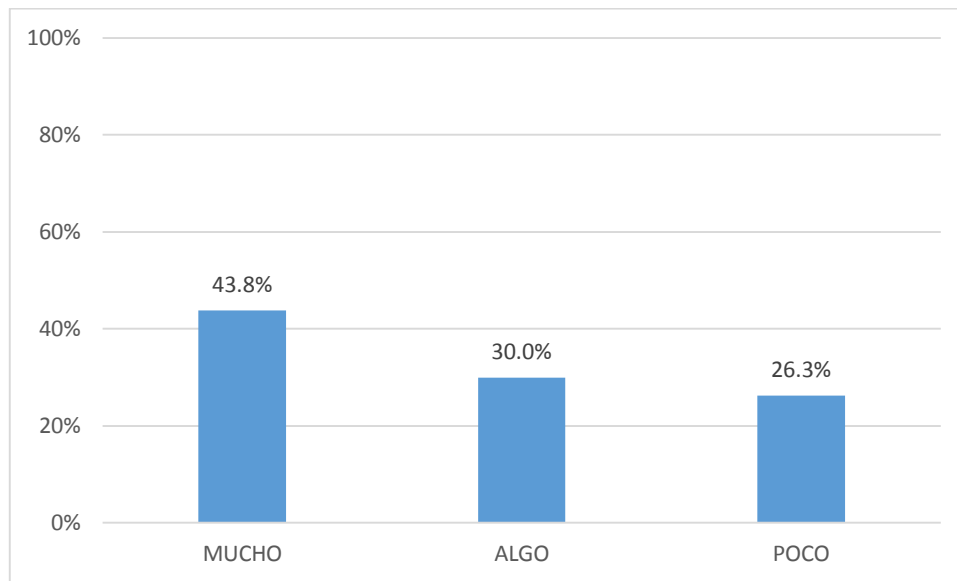
Tabla 44

RELEVANCIA

Pregunta 11 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee influye directamente en las decisiones que toma para guiar su negocio?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 35 | 43.80% |
| ALGO | 24 | 30.00% |
| POCO | 21 | 26.30% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 30: *Guiar su negocio***Interpretación y Análisis**

De la Información Financiera, es el 43.8% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) influye en las decisiones para su negocio y el 30% considera en algo ya que considera que no es tan importante tener conocimiento de su negocio para la toma de decisiones y el 26.3% es poco ya que considera poco importante que la información financiera (contable) influye en las decisiones para guiar su negocio y no tiene conocimiento de mejorar su negocio.

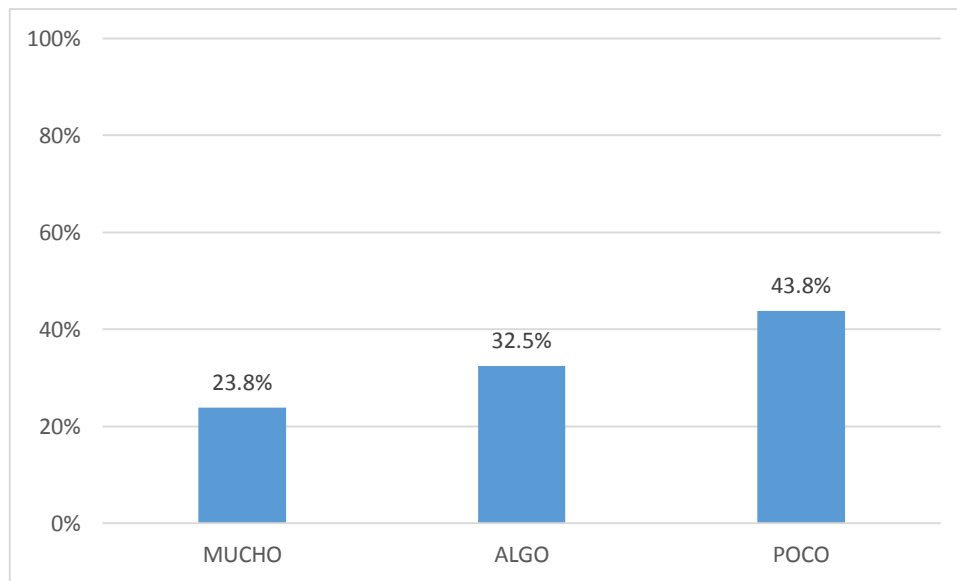
Tabla 45

REPRESENTACIÓN FIEL

Pregunta 12 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee su negocio muestra fielmente la realidad?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 19 | 23.80% |
| ALGO | 26 | 32.50% |
| POCO | 35 | 43.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 31: *Fielmente la realidad***Interpretación y Análisis**

De la Información Financiera, es el 23.8% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio muestra fielmente la realidad y el 32.5% considera en algo ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio muestra fielmente la realidad y el 43.8% es poco ya que considera poco importante que la información financiera (contable) que posee su negocio muestra fielmente la realidad, ya que no cuenta con un información financiera (contable) completa y así poder determinar si todo lo que muestra sus cuadernos es fielmente la realidad de su negocio.

Tabla 46

COMPARABILIDAD

Pregunta 13 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee le ayuda a comparar su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo?

| | N° | % |
|--------------|----|--------|
| MUCHO | 19 | 23.8% |
| ALGO | 19 | 23.8% |
| POCO | 42 | 52.5% |
| Total | 80 | 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia

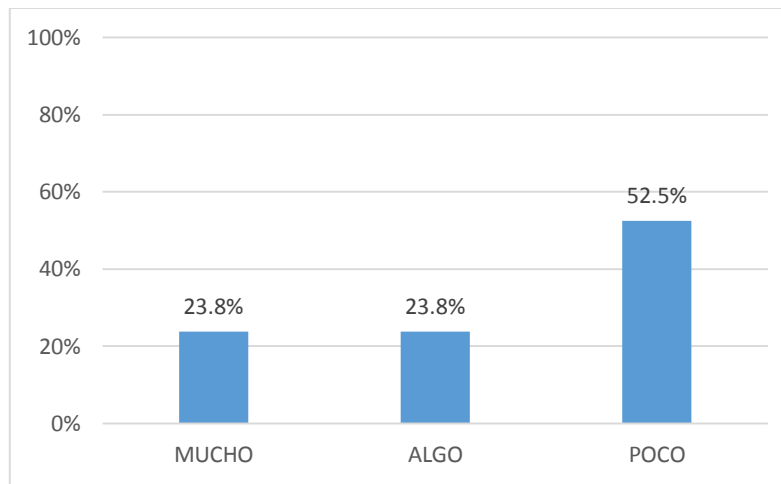


Figura 32: *Negocio en el tiempo*

Interpretación y Análisis

De la Información Financiera, es el 23.8% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo, es el 23.8% algo ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio con otros o comprar su negocio en el tiempo y el 52.5% es poco ya que considera poco importante que la información financiera (contable) que posee su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo, ya que no cuenta con un información financiera (contable) completa y así poder determinar si todo lo que muestra sus cuadernos o anotes podrán así comprar con otros negocios o comparar su negocio en el tiempo.

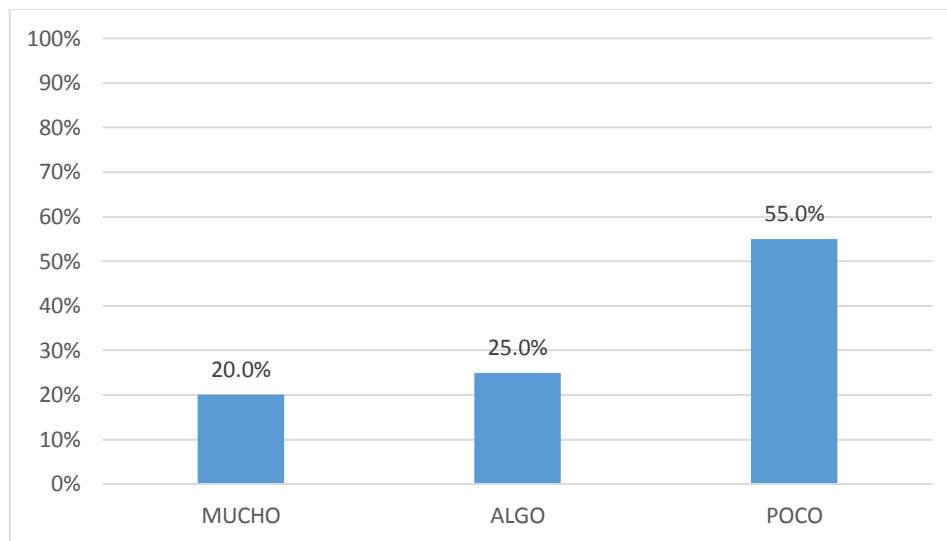
Tabla 47

VERIFICABILIDAD

Pregunta 14 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están demás en dicha información verificable?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 16 | 20.00% |
| ALGO | 20 | 25.00% |
| POCO | 44 | 55.00% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

Figura 33: *Información verificable***Interpretación y Análisis**

De la Información Financiera, es el 20% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están en dicha información verificable, es el 25% algo ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran o que están en dicha información verificable y el 55% es poco ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están en dicha información verificable, ya que no cuenta con un información financiera (contable) completa y así poder determinar si

todo lo que muestra sus cuadernos o anotes podrán deducir que dicha información sea verificable o sea sustentada.

Tabla 40 OPORTUNIDAD

Pregunta 15 ¿Considera Ud. Que la información financiera (contable) que posee su negocio llega a sus manos para serle útil?

| | N° | % |
|--------------|----|---------|
| MUCHO | 29 | 36.30% |
| ALGO | 12 | 15.00% |
| POCO | 39 | 48.80% |
| Total | 80 | 100.00% |

Fuente: Elaboración Propia

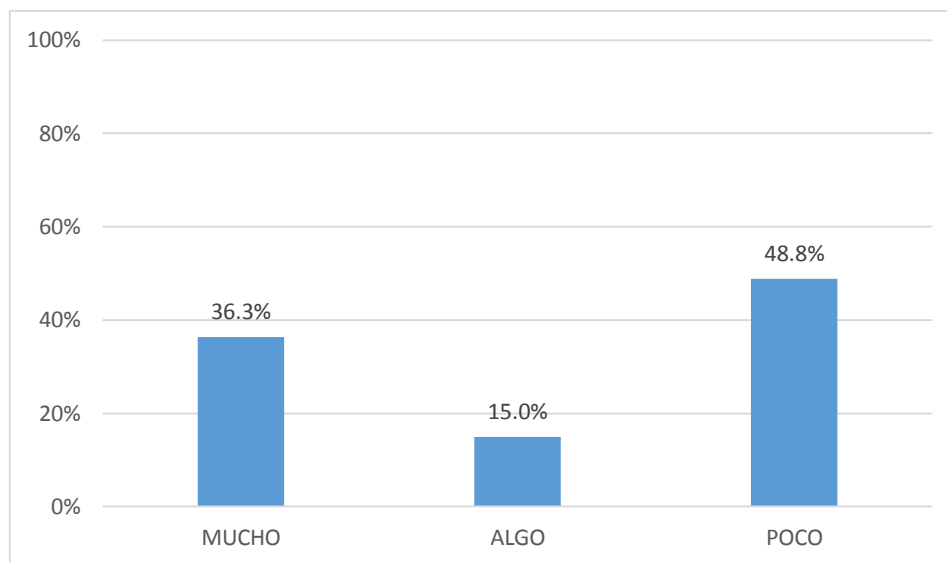


Figura 34: *Información Financiera útil*

Interpretación y Análisis

De la Información Financiera, es el 36.3% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio llega a sus mano para serle útil, es el 15% algo ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio llega a sus mano para serle útil y el 48.8% es poco ya que considera que la información financiera (contable) que posee su negocio llega a sus mano para serle útil, ya que no cuenta con un información financiera (contable) completa y así poder determinar si todo lo que muestra sus cuadernos o anotes podrán deducir que dicha información llegue a las manos de los empresarios para serle útil y así tomar buenas decisiones.

Tabla 48

COMPRESIBILIDAD

Pregunta 15 Comprender mejor la información financiera puede ser una limitante, ¿Considera Ud. Que comprende bien la información financiera (contable) de su negocio?

| | N° | % |
|--------------|----|--------|
| MUCHO | 18 | 22.5% |
| ALGO | 12 | 15.0% |
| POCO | 50 | 62.5% |
| Total | 80 | 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia

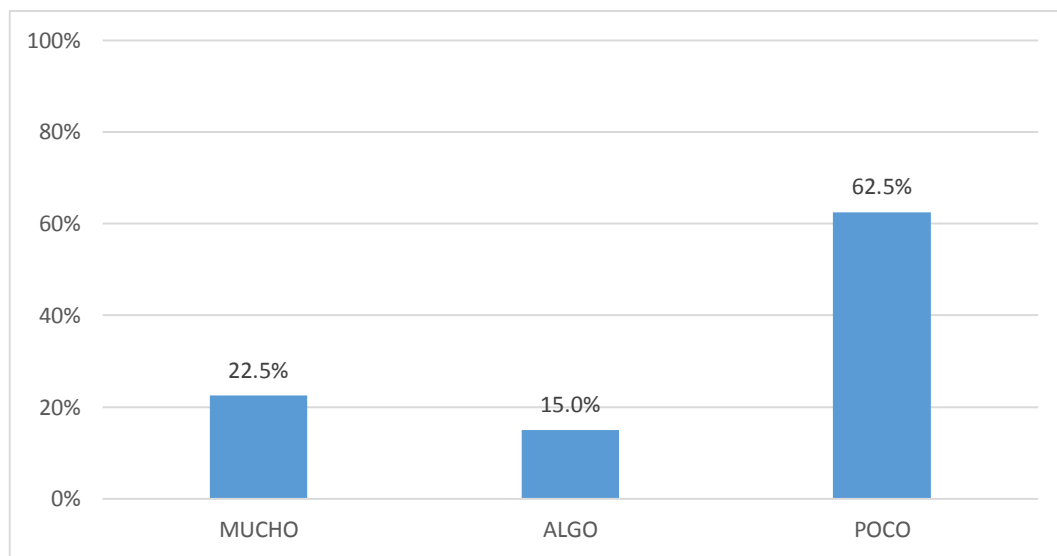


Figura 35: Información financiera (contable) de su negocio

Interpretación y Análisis

De la Información Financiera, es el 22.5% es mucho ya que considera que la información financiera (contable) puede ser limitante y comprende su información contable de su negocio, es el 15% algo ya que considera que la información financiera (contable) puede ser limitante y comprende su información contable de su negocio y el 62.5% es poco ya que considera que la información financiera (contable) puede ser limitante y comprende su información contable de su negocio, No indica que la información contable de la información financiera de los clientes microfinancieros no son comprensibles por los mismos comerciantes para así tomar decisiones a futuro para la mejora de sus inversión , ingresos y egresos.



4.2 Resultados respecto al Objetivo General

- Los clientes microfinancieros y su información financiera los detallamos líneas arriba se analizaron según la encuesta realizada a los clientes aprobados y denegados y se detalla en las tablas y figuras.
- La manera de elaborar los Estados Financieros para los clientes microfinancieros que solicitan créditos en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016, se detalla de la siguiente manera.
- Se elabora una evaluación de la actividad a otorgarle el crédito utilizando el criterio de los analistas de créditos como versión de ingresos por días buenos, regulares y bajos; versión de compras con cruce de boletas de compra u notas de pedido, según qué tipo de actividad económica se evalúa, hallando los ingresos promedio mensuales, con sus respectivos de reposición.
- Seguidamente se elabora el Balance de Situación Financiera de la Actividad Económica según la verificación del analista de créditos si cuenta con efectivo en su negocio y la cantidad para el plan de inversión del crédito ya sea para compra de mercadería u la adquisición de un activo fijo, se elabora un pequeño inventario de mercadería en stock y se calcula con la verificación de fotos un aproximado en (mercadería, materia prima, productos en proceso y productos terminados) según sea la actividad a evaluar, obteniendo un Total de activo corriente.
- Para realizar el Activo No Corriente se podrá realizar de acuerdo a la documentación sustentatoria en Bienes y muebles se pondrá si el cliente facilita un documento como (Testimonio, Certificado de posesión o Minuta de vivienda), en maquinarias y equipos si cuenta con maquinarias o vehículos y se colocara con documentación sustentatoria y de acuerdo a la actividad, muebles



y enseres se pondrá según verificación y toma de fotografías, hallando un total de activo no corriente, y a la vez obteniendo un Activo Total.

- En cuanto a los pasivos se realizara según las centrales de Riesgo que tiene la Institución Financiera se registrara y se obtendrá un Total pasivo.
- Para el patrimonio total se realiza una resta entre el total de activo con el total de pasivo y se obtiene un Total patrimonio.
- En cuanto a la elaboración del Estado de Resultados se realiza con la hoja de trabajo inicial de los ingresos promedio de cada actividad económica a evaluar obteniendo ventas totales y Costo de ventas realizada del costo de reposición y de la diferencia se obtiene la Utilidad bruta.
- Se provisiona gastos de Administración y ventas según el tipo de actividad económica se evalúa se obtiene la Utilidad operativa para ser diferenciada con la capacidad de nivel de vida gastos Familiares de los clientes microfinancieros obteniendo un saldo disponible para interpretar si cliente cumple con la capacidad de ventas para asumir el crédito y no tener problemas de sobreendeudamiento en el cliente microfinanciero.



CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN

5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Sociales

- De los clientes Microfinancieros, el 85% de los créditos son aprobados y el 15% de los créditos son denegados, esta variación es porque algunos clientes no cumplen algunos requisitos, el 18.75% es de las edades entre 21 a 30 años, el 30% es de las edades entre 31 a 40 años, el 32.50% es entre las edades 41 a 50 años y 18.75% es más de 50 años. Lo que nos da entender que los clientes que solicitan crédito con más frecuencia son de las edades entre los 41 y 50 años., el 47.50% indica que Mezcla el negocio con su vida Familiar y el 52.50% indica que no mezcla el negocio con su vida familiar. Esto indica que los clientes en su mayor proporción no mezclan su vida familiar con sus negocios y que una parte minoritaria tiende a no controlar su vida Familiar y los negocios no hay un orden.

Económicas

- De los clientes Microfinancieros, el 77.50% son clientes de Origen Sicuani, el 2.50% es de Origen San Pedro, el 1.30% es de Origen Quiquijana, el 6.30% es de Origen Livitaca, el 2.5% es de Origen Langui, el 2.5% es de Origen Yanaoca y el 7.50% es de Origen Marangani. Esto indica que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A tiene clientes de otros Distritos allegados al Distrito de Sicuani. El 78% no tributa, el 16% se encuentra en el Régimen Único Simplificado y el 6% se encuentra en el Régimen Especial de Renta. Esto indica que los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es una gran proporción que no tributa ningún impuesto al Estado, en cambio encontramos clientes que si se encuentran en el régimen único simplificado y contribuye con



impuestos al estado y en menor proporción en el régimen especial de renta las actividades económicas más destacadas en Sicuani.

Financieras

- De los clientes Microfinancieros, el 85% tienen una cultura crediticia normal, el 5% una cultura crediticia deficiente, el 6.3% una cultura crediticia de dudoso y el 3.8% una cultura crediticia en perdida. Los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 obtiene un crédito con una cultura crediticia Normal, ya que son buenos pagadores y eso genera una confianza con la Entidad Financiera, en cambio con un cliente deficiente y dudoso tiene problemas de pago, a perdida ya no puede ser evaluado. El 5% tiene menos a 6 meses en el negocio, el 12.5% tiene 6 meses a 1 año de tiempo en el negocio, el 23.8% tiene 1 a 3 años de tiempo en el negocio, el 38.8% tiene de 3 a 5 años de tiempo en el negocio y el 35% más de 5 años de tiempo en el negocio. Los clientes microfinancieros tienen experiencia y tiempo en su negocio por más de 5 años eso implica que es fácil otorgarle un crédito con confianza y prontitud.

Información Financiera

- De la Información Financiera, el 22.5% cuenta con alguna obligación tributaria y el 77.5% no tiene alguna obligación tributaria. Esto nos indica que los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 no cuentan con alguna obligación tributaria con pagan impuestos en su mayoría y una pequeña parte tienen alguna obligación tributaria y ellos contribuyen con el estado mediante impuestos. El 53.8% indico que es mucho, el 25% indico que es algo, el 21.3% indico que es poco. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es de relevancia o es importante



conocer la información financiera (contable) de su negocio y en su mayoría contesto que es mucho. El 22.5% conoce el monto invertido en su negocio a raíz de su información contable y el 77.5% conoce el monto invertido en su negocio a raíz de su gestión diaria. Esto nos indica no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce el monto invertido en su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas. El 21.3% conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio y es a raíz de su información contable y el 78.8% conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio su negocio a raíz de su gestión diaria. Esto nos indica que la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016 es que no cuentan con información contable en sus negocios y que la mayoría conoce de donde proviene el dinero que circula por su negocio mediante su propia gestión ya sea por anotes, apuntes u otras formas.

CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA Y EVALUACIÓN CRÉDITICIA DEL ANALISTA DE CRÉDITOS, APLICADA A LOS MICRO EMPRESARIOS DE CMAC CUSCO S.A AGENCIA SICUANI

El analista de crédito, para cumplir con su trabajo de evaluación crediticia elabora los Estados Financieros simplificados para los clientes microfinancieros que solicitan créditos en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016. Este proceso se detalla de la siguiente manera.

- a. Se elabora una evaluación de la actividad a otorgarle el crédito utilizando el criterio de los analistas de créditos como versión de ingresos por días buenos, regulares y bajos; versión de compras con cruce de boletas de compra u notas de pedido, según qué tipo de actividad económica se evalúa, hallando los ingresos promedio mensuales, con sus respectivos costos de reposición.



- b. Seguidamente se elabora el Balance de Situación Financiera de la Actividad Económica según la verificación del analista de créditos si cuenta con efectivo en su negocio y la cantidad para el plan de inversión del crédito ya sea para compra de mercadería u la adquisición de un activo fijo, se elabora un pequeño inventario de mercadería en stock y se calcula con la verificación de fotos un aproximado en (mercadería, materia prima, productos en proceso y productos terminados) según sea la actividad a evaluar, obteniendo un Total de activo corriente.
- c. Para realizar el Activo No Corriente se podrá realizar de acuerdo a la documentación sustentatoria en Bienes e inmuebles se pondrá si el cliente facilita un documento como (Testimonio, Certificado de posesión o Minuta de vivienda), en maquinarias y equipos si cuenta con maquinarias o vehículos y se colocara con documentación sustentatoria y de acuerdo a la actividad, muebles y enseres se pondrá según verificación y toma de fotografías, hallando un total de activo no corriente, y a la vez obteniendo un Activo Total.
- d. En cuanto a los pasivos se realizara según las centrales de Riesgo que tiene la Institución Financiera se registrara y se obtendrá un Total pasivo.
- e. Para el patrimonio total se realiza una diferencia entre el total de activo con el total de pasivo y se obtiene un Total patrimonio.
- f. En cuanto a la elaboración del Estado de Resultados se realiza con la hoja de trabajo inicial de los ingresos promedio de cada actividad económica a evaluar obteniendo ventas totales y Costo de ventas realizada del costo de reposición y de la diferencia se obtiene la Utilidad bruta.
- g. Se provisiona gastos de Administración y ventas según el tipo de actividad económica se obtiene la Utilidad operativa para ser diferenciada con la capacidad



de nivel de vida o gastos Familiares de los clientes microfinancieros obteniendo un saldo disponible para interpretar si cliente cumple con la capacidad de ventas para asumir el crédito y no tener problemas de sobreendeudamiento en el cliente microfinanciero.

5.2 Limitaciones del estudio

En el desarrollo del Estudio tuvimos las siguientes limitaciones:

- Unas de las limitaciones significativas es la dificultad al Acceso de información de la Base de Datos de los clientes, por ser confidencial.
- La siguiente limitación es que no hay una Política de Archivos de clientes denegados.
- Otras de las siguientes limitaciones es que cada Analista de crédito, maneja su cartera asignada según su criterio.
- La siguiente limitación es que el manejo de la cartera no es del todo documentado.

5.3 Comparación crítica con la literatura existente

En el Capítulo II Marco Teórico

La Encuesta Realizada por el INEI Titulada Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales en el Perú año 2013 tiene conceptos sobre las características de Ingresos, Egresos, Ventas, Compras etc.

El Marco Conceptual para la Información Financiera se han desarrollado conceptos Características cualitativas de la Información Financiera Útil, Relevancia, Comparabilidad, Verificabilidad, Oportunidad, Comprensibilidad, entre otros conceptos que constituyen teorías para el desarrollo de la Presente Investigación, permitiendo formular adecuadamente los objetivos, evitando que se cometan errores y definiendo correctamente teorías que sustenten y respaldan la literatura utilizada.



5.4 Implicancias del Estudio

El Trabajo de Investigación es conveniente para la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco que servirá como un medio de inicio para cambiar las políticas de créditos acorde con la necesidad de los clientes debido a que servirá como medio de apoyo y guía para las empresas cuyas actividades se encuentran dentro del sector comercio, servicio y manufactura así para tener un amplio conocimiento de su negocio y su Información Financiera.



CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el trabajo de investigación y alcanzado los objetivos planteados, se arriba a las siguientes conclusiones:

1. La Encuesta permitió detectar puntos clave de las características de los clientes microfinancieros en el ámbito social, la edad que más tiende a solicitar un crédito es el 32.5% están entre las edades de 41 a 50 años, son más del sexo Femenino que solicitan un crédito con un 52.5%, la condición del crédito 85% de solicitudes aprobadas. En el ámbito Económico el lugar de Origen predominante es 77.5% del distrito Sicuani, la Actividad económica que más créditos solicitados es la de venta de ropa con un 17%, el 78% de los clientes no tributan, cuentan con personal en la empresa con un 83.8% máximo de dos personas, 93.8% cuentan con un local comercial, el 70% se inició con capital propio y el 88.8% indica que la inversión que realiza le genera flujo de efectivo. En el ámbito financiero el 66.3% es informal, con un 100% de los créditos con garantía patrimonial, cuentan con una cultura crediticia del 85% calificación Normal, el tiempo en el negocio es de 35% más de 5 años, monto más solicitado es del 28.8% de montos mayores a S/10001 a 50000 y el 85% de los créditos solicitados cuentan con la documentación sustentatoria. Respecto a la información financiera el 77.5% no cuenta con alguna obligación tributaria, los clientes tienen un 63.8% que registran sus operaciones en cuadernos de anotes, el 46.3% tiene conocimiento de su negocio, el 63% conoce los recursos de su negocio mediante su gestión diaria, el 77.5% conoce su patrimonio de su negocio a raíz de su gestión diaria, el 78.8% conoce su flujo de efectivo mediante su gestión diaria, el 43.8% indica que conoce poco de su información financiera (contable) que muestra fielmente la realidad de su negocio, y que el 48.8% indica que es poco la información financiera (contable) que posee su negocio para serle útil.



2. La guía de observación tiene los siguientes resultados las edades entre los clientes para una solicitud de crédito oscilan entre 21 a 50 años a más es el 18.8% son de edades de 21 a 30 años, que el sexo femenino es más propenso a solicitar un crédito, el 15% de las solicitudes de crédito son denegados, la organización jurídica mayoritaria es un 100% de personas Naturales, el 52.5% no mezcla su negocio con la vida familiar, el lugar de origen de los clientes en su mayoría son de la zona Sicuani, El rubro con más promedio de ventas es Productos agrícolas S/21372.33 con una desviación estándar del S/4382,673 además de un promedio mínimo de S/16760 y un máximo de S/25482, el rubro con más Promedio de compras es la actividad de ferretería con unas compras de S/ 49971.86 con una desviación estándar de S/ 89442.291 con un promedio mínimo de S/ 1968 y un máximo de S/249305, la actividad con más capital de trabajo es ferretería con un promedio de S/ 85679.71 , el 76.3% de los clientes no tiene fidelidad con la Entidad Financiera ya que tiene créditos con otras instituciones Financieras.
3. Respecto a la Información financiera se concluyó que los clientes cuentan con un 77.5% que no tributan, que el 63.8% registran en sus cuadernos de anotes, que el 46.3% conoce su negocio, el 53.8% considera necesario conocer la información financiera (Contable) de su negocio, considera que los recursos(activos) con los que cuenta su negocio tiene conocimiento a raíz de su gestión diaria con un 78.8%, y sobre sus adeudos (Pasivos) los conoce a raíz de su gestión diaria con un 78.8%, el 77.5% conoce su monto invertido (patrimonio) a raíz de su gestión diaria, el 78.8% conoce cuanto le rinde su negocio (resultados) a raíz de su gestión diaria, tienen conocimiento de donde proviene su dinero que circula por su negocio es un 78.8% por su gestión diaria.



RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones a las que se llegó, se realiza las siguientes recomendaciones:

1. Se le recomienda a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani que deben adecuar los Productos financieros para mantener la política crediticia en base a los datos recolectados por el Analista de créditos.
2. Se recomienda adecuar las Políticas Crediticias para las necesidades de la población sin tomar en cuenta la Información Financiera porque no reúnen las características de Información Útil.
3. Se recomienda adecuar Productos financieros sean adaptados a la población descrita.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caja Cusco, C. M. (s.f.). Reglamento General de Créditos. Reglamento General de Créditos. CUSCO, CUSCO, PERU: CAJA MUNICIPAL CUSCO.
- Cusco, C. M. (2017). IDENTIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL CUSCO. Obtenido de CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A: <http://www.cmac-cusco.com.pe/identidad>
- DEFINICIÓN. (s.f.). DEFINICIÓN DE CARACTERÍSTICA. Obtenido de DEFINICIÓN DE CARACTERÍSTICA: <http://conceptodefinicion.de/caracteristica/>
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=ELVW605>
- Ediciones, E., Mendiola, A., & Aguirre, C. (s.f.). SOSTENIBILIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO (CMAC) EN EL PERÚ. Obtenido de ESSAN EDISIONES.
- Federación, F. P. (2017). RESEÑA HISTORICA. Obtenido de RESEÑA HISTORICA: <http://www.fpcmac.org.pe/resena-historica/>
- Foro Nantik LUM de Microfinanzas. (MARZO de 2010). Obtenido de Glosario básico de las Microfinanzas: <http://nantiklum.org/doc/monograficos/CM12.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística Informatica . (octubre de 2013). Resultados de Encuesta Económica Anual 2013. Obtenido de Características Económicas y Financieras de las empresas comerciales en el Perú: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1176/libro.pdf
- Introducción a las Finanzas. (OCTUBRE de 2010). Obtenido de Centro Internacional de apoyo a las Innovaciones Financieras.
- JARA, D. G. (s.f.). CONTABILIDAD BASICA GENERAL.



JURIDICA, E. (s.f.). ENCICLOPEDIA JURIDICA. Obtenido de ENCICLOPEDIA

JURIDICA: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/edad/edad.htm>

Marco Conceptual para la Información Financiera. (2016). Marco Conceptual para la

Información Financiera. Obtenido de Marco Conceptual para la Información

Financiera:

https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/no_oficializ/ES_GVT_RedBV2016_conceptual.pdf

MICROFINANZAS, F. N. (FEBRERO 1997). CONFERENCIA INTERNACIONAL

SOBRE MICROFINANZAS. 1RA CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE

MICROFINANZAS. WASHINGTON D.C.

Ordoñez, B., & CasasA. (1991). SISTEMA FNANCIERO. En B. Ordoñez.

Quispe, E. D. (2013). UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO. Obtenido de

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO:

http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1902/Catunta_Quispe_Edgar_Denis.pdf?sequence=1

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.f.). Obtenido de

<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=social>.

SAMPIERI, R. H., FERNANDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, M. (s.f.).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Obtenido de METODOLOGÍA DE

LA INVESTIGACIÓN: [http://upla.edu.pe/portal/wp-](http://upla.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf.pdf)

[content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-](http://upla.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf.pdf)

[Investigacion.pdf.pdf](http://upla.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf.pdf)

SBS, S. D. (19 de NOVIEMBRE de 2008). TIPOS DE CREDITOS. Obtenido de TIPOS

DE CREDITOS:

http://www.felaban.net/archivos_regulaciones/archivo20140717024426AM.pdf



Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas. (s.f.). Obtenido de

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS.

UNMSM, O. G., Cisneros, P., & Isabel, S. (05 de febero de 2015). Condiciones de Éxito

de los emprendedores Emergentes de Lima en el Contexto de la Globalización.

Obtenido de Condiciones de Éxito de los emprendedores Emergentes de Lima en el

Contexto de la Globalización:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/pinilla_cs/cap3.pdf

wikipedia. (s.f.). wikipedia. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Sexo>



ANEXOS



A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

| “LOS CLIENTES MICROFINANCIEROS Y SU INFORMACIÓN FINANCIERA DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI EN EL PERÍODO 2016” | | | | | |
|---|--|---|--------------------------------|---|--------------------|
| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | INSTRUMENTO |
| <p>¿Problema General? ¿Cuáles son las características de los clientes microfinancieros y su información financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?</p> | <p>Objetivo general Conocer las características de los clientes microfinancieros y su información financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Sicuani en el Período 2016</p> | <p>Variable 1: Características de los Clientes microfinancieros</p> | <p>Social</p> <p>Económica</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Condición del crédito • Organización jurídica • Mezcla el negocio con su vida familiar • Lugar de origen • Actividad Económica • Promedio de ventas mensual • Promedio de compras mensual • Promedio de gastos mensual • Capital de trabajo • Régimen del impuesto a la renta • Personal de la empresa • Origen del capital social • La inversión que realiza le genera flujo de efectivo | <p>Descriptivo</p> |
| <p>¿Problemas específicos 1? Cuáles son las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?</p> | <p>Objetivo específicos 1 Conocer las características de los clientes microfinancieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016.</p> | | | | |
| <p>¿Problemas específicos 2? ¿Cuál es la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016?</p> | <p>Objetivo específicos 2 Conocer las características de la información financiera de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito cusco S.A. Agencia Sicuani en el período 2016.</p> | | <p>Financiera</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Formalidad • Garantías • Cultura crediticia • Tiempo en el negocio • Monto solicitado • Fidelidad para con la Entidad Financiera • Cuenta con sustentación para asumir el crédito | |



| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | Variable 2: Información financiera | Elementos de la información Financiera | <ul style="list-style-type: none">• Activo• Pasivo• Patrimonio• Resultado• Flujo de efectivo | |
| | | | Características cualitativas de la información útil | <ul style="list-style-type: none">• Relevancia• Representación Fiel | |



B. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI

GUÍA DE OBSERVACIÓN A CLIENTES APROBADOS Y DENEGADOS

| Características Sociales | |
|---|---|
| Nombre, Razón Social o Denominación Social: | |
| Edad del titular | |
| Sexo del titular: | Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> |
| Condición de Crédito | Aprobado <input type="checkbox"/> Denegado <input type="checkbox"/> |
| Organización Jurídica | PN <input type="checkbox"/> SRL <input type="checkbox"/> L OTRO <input type="checkbox"/> |
| Mezcla el negocio con su vida familiar | Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> |
| Características Económicas | |
| Lugar de Origen del Titular: | |
| Actividad Económica Principal: | |
| Promedio de Ventas mensual: | |
| Promedio de Compras mensual: | |
| Promedio de Ingresos Mensual: | |
| Promedio de Gastos Mensual: | |
| Capital de Trabajo: | |
| Régimen del Impuesto a la renta | No tributa <input type="checkbox"/> Régimen Único Simplificado <input type="checkbox"/> Régimen Especial <input type="checkbox"/> Régimen General <input type="checkbox"/> |
| Personal de la empresa | 0 a 2 <input type="checkbox"/> 3 a 5 <input type="checkbox"/> 6 a 8 <input type="checkbox"/> |
| Cantidad de Locales | 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> |
| Origen del Capital inicial | Aporte propio <input type="checkbox"/> de familiares <input type="checkbox"/> |



| | |
|--|---|
| La inversión que realiza le genera flujo de efectivo | Si No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Características de clientes Microfinancieros | |
| Formalidad | Formal <input type="checkbox"/> Informal <input type="checkbox"/> |
| Garantías | Patrimonio <input type="checkbox"/> Garantizada <input type="checkbox"/> |
| Historial crediticio | Normal <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Alto Riesgo Perdida <input type="checkbox"/> |
| Tiempo en el Negocio: | menos de 6 meses <input type="checkbox"/> 6 meses a 1 año <input type="checkbox"/> 1 año a 3 años <input type="checkbox"/> más de 3 años <input type="checkbox"/> |
| Monto Solicitado: | <input type="checkbox"/> S/300 a S/1000 <input type="checkbox"/> De S/ 1001 a S/3000 <input type="checkbox"/> De S/ 3001 a S/5000 <input type="checkbox"/> De S/ 5001 a S/10000 <input type="checkbox"/> Más De S/ 10001 A S/ 50000 <input type="checkbox"/> Más de S/ 50001 |
| Fidelidad para con la Entidad Microfinanciera | Si No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con la documentación sustentatoria para asumir un crédito | Si No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |



CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI

CUESTIONARIO A CLIENTES APROBADOS Y DENEGADOS

Respecto a la Información Financiera de su negocio:

Nombre o Razón Social del propietario:

1. ¿Cuenta Ud. Con alguna obligación tributaria?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿Cuenta con contabilidad en su negocio?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Ud. registra todas las operaciones de su negocio?
 - a. Si, el contador lleva la contabilidad
 - b. Si, en mis cuadernos de anotes.
 - c. Los dos anteriores.
 - d. No tengo registros.

Relevancia

4. ¿Ud. Tiene conocimiento de su negocio?
 - a. Mucho
 - b. Algo
 - c. Poco

Relevancia

5. ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la información financiera (contable) de su negocio?
 - d. Mucho
 - e. Algo
 - f. Poco



Activos

6. ¿Cómo conoce Ud, los recursos con los que cuenta su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Pasivos

7. ¿Cómo conoce Ud. los adeudos de su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Patrimonio

8. ¿Cómo conoce el monto que tiene invertido Ud. en su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Resultados

9. ¿Cómo conoce Ud. cuanto le rinde su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Flujo de efectivo

10. ¿Cómo conoce Ud. de donde proviene el dinero que circula por su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Relevancia

11. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee influye directamente en las decisiones que toma para guiar su negocio?
- a. Mucho
 - b. Algo



- c. Poco

Representación fiel

12. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio, muestra fielmente la realidad?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Comparabilidad

13. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee le ayuda a comparar su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Verificabilidad

14. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están demás en dicha información?

O sea ¿es información verificable?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Oportunidad



15. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio, llega a sus manos a tiempo para serle útil?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Comprensibilidad

16. Comprender mejor la información financiera puede ser una limitante, ¿Considera Ud. que comprende bien la información financiera (contable) de su negocio?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco



JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|--------------------------------------|--|
| Título de Tesis | Título: "LOS CLIENTES MICROFINANCIEROS Y SU INFORMACIÓN FINANCIERA DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI EN EL PERÍODO 2016" |
| Nombres y Apellidos del Autor | Dennisse Tintaya Condori |
| Denominación de Instrumento | Cuestionario |

Después de haber leído las matrices de consistencia y de contrastación; analizando los ítems/ preguntas del instrumento correspondiente; lea Ud. las siguientes preguntas, dándole un puntaje para su validación marcando los números del cuadro- según considere: 1. completamente en desacuerdo2. En desacuerdo 3. De acuerdo 4. Completamente de acuerdo. VMN 10 Y MAX: 40 PTS.

| N° | INDICADORES / CRITERIOS: PREGUNTAS | PTS. | | | | OBSERVACIONES |
|----------------------|---|------|---|---|---|---------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Coherencia, ¿Las preguntas elaboradas tienen relación con el título y con las variables de investigación? | | | X | X | |
| 2 | Claridad, ¿La redacción de las preguntas y la instrucción del instrumento son adecuadas y se entienden? | | | X | X | |
| 3 | Metodología, ¿El instrumento elaborado responde con el objetivo de la investigación? | | | X | | |
| 4 | Suficiencia, ¿La calidad y la cantidad de ítems/preguntas es adecuado para aplicar a la muestra? | | | X | | |
| 5 | Experticia, ¿Existe una relación del conocimiento de los autores con el contenido del instrumento, basado en aspectos teóricos-científicos del Medio Ambiente y créditos? | | | X | | |
| 6 | Intencionalidad, ¿Existe intencionalidad expresada en conductas en contra del Medio Ambiente? | | | X | | |
| 7 | Organización, ¿Existe una secuencia lógica y ordenada en las preguntas? | | | X | | |
| 8 | Pertinencia, ¿Considera Usted que las opciones empleadas son correctas para medir las diversas unidades? | | | X | X | |
| 9 | Coherencia, ¿Hay coherencia entre las preguntas, en cuanto a la forma y estructura? | | | X | X | |
| 10 | Actualidad, ¿Es adecuado el avance de la ciencia y tecnología y la experiencia de los testistas? | | | X | X | |
| TOTAL | | | | | | |
| TOTAL GENERAL | | | | | | |

Lugar y fecha de evaluación: Sicuani 20 de Julio del 2017
 D.N.I.: 41605815 Teléfono: 984212231 Cel: 984481071 Firma: Héctor José Deza Montoya
 Nombres y Apellidos del Experto Evaluado: Vicente Rossi Deza Rosayo
 COMPROBANTE PUBLICO-COLEGIADO
 MAY 03-2014



CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A. AGENCIA SICUANI

CUESTIONARIO A CLIENTES APROBADOS Y DENEGADOS

Respecto a la Información Financiera de su negocio:

Nombre o Razón Social del propietario:


1. ¿Cuenta Ud. Con alguna obligación tributaria?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿Cuenta con contabilidad en su negocio?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Ud. registra todas las operaciones de su negocio?
 - a. Si, el contador lleva la contabilidad
 - b. Si, en mis cuadernos de anotes.
 - c. Los dos anteriores.
 - d. No tengo registros.

Relevancia

4. ¿Ud. Tiene conocimiento de su negocio?
 - a. Mucho
 - b. Algo
 - c. Poco

Relevancia

5. ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la información financiera (contable) de su negocio?
 - d. Mucho



Víctor Benítez Montoya
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
M.A.T. 63-3644



- e. Algo
- f. Poco

Activos

6. ¿Cómo conoce Ud. los recursos con los que cuenta su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Pasivos

7. ¿Cómo conoce Ud. los adeudos de su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Patrimonio

8. ¿Cómo conoce el monto que tiene invertido Ud. en su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Resultados

9. ¿Cómo conoce Ud. cuanto le rinde su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Flujo de efectivo

10. ¿Cómo conoce Ud. de donde proviene el dinero que circula por su negocio?
- a. A raíz de la información contable.
 - b. A raíz de mi gestión diaria

Relevancia


Victor Hugo La Montoya
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. 63-3644



11. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee influye directamente en las decisiones que toma para guiar su negocio?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Representación fiel

12. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio, muestra fielmente la realidad?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Comparabilidad

13. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee le ayuda a comparar su negocio con otros o comparar su negocio en el tiempo?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Verificabilidad

14. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio está toda sustentada o hay datos que no se integran, o que están demás en dicha información? O sea ¿es información verificable?

- a. Mucho
- b. Algo


Victor Ray Cordero Montoya
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
M.T. 63-3644



- c. Poco

Oportunidad

15. ¿Considera Ud. que la información financiera (contable) que posee de su negocio, llega a sus manos a tiempo para serle útil?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco

Comprensibilidad

16. Comprender mejor la información financiera puede ser una limitante, ¿Considera Ud. que comprende bien la información financiera (contable) de su negocio?

- a. Mucho
- b. Algo
- c. Poco



Victor Kaul Beza Montoya
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. 63-3644