

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## ESCUELA DE POSTGRADO DOCTORADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**“LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS  
EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL  
EXPORTADOR Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO  
EMPRESARIAL. AREQUIPA METROPOLITANA, 2016.”**

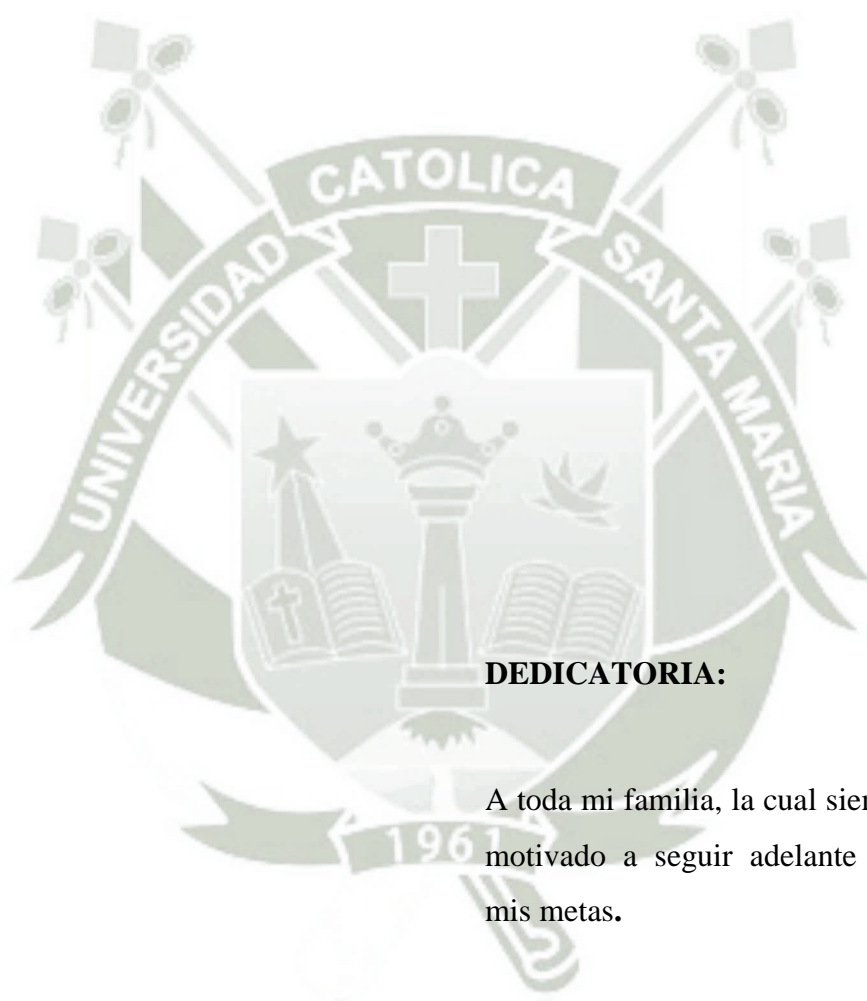
**Tesis Doctoral presentada por:  
Mg. Lizárraga Zegarra, Julio César**

**Para optar el grado académico de:  
Doctor en Economía y Negocios Internacionales**

**Asesor:  
Dr. Loayza Borda Jhon Ricardo**

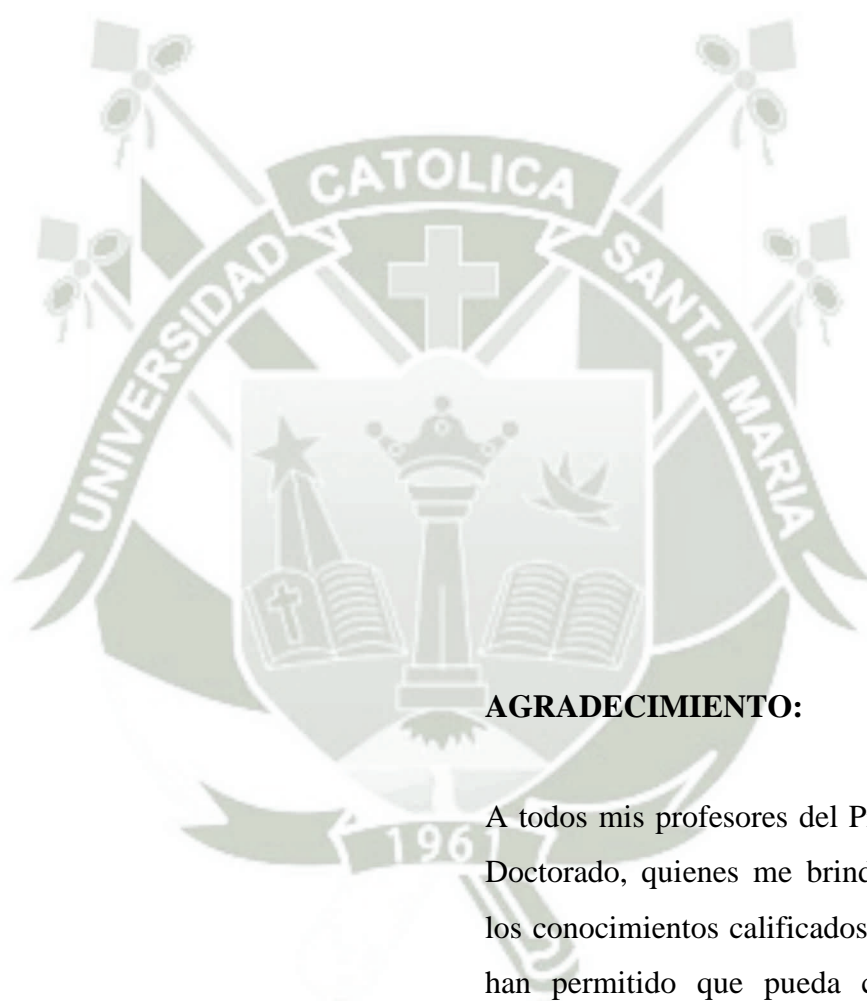
**AREQUIPA – PERÚ**

**2017**



**DEDICATORIA:**

A toda mi familia, la cual siempre me ha motivado a seguir adelante y alcanzar mis metas.



**AGRADECIMIENTO:**

A todos mis profesores del Programa de Doctorado, quienes me brindaron todos los conocimientos calificados, los cuales han permitido que pueda cumplir un objetivo profesional muy importante para mí. Muchas gracias.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	01
CAPÍTULO I: LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA	03
1.1 Descripción de las características de la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa	03
1.1.1 Conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros	03
1.1.2 Nivel de conocimiento de los Micro y Pequeños Empresarios respecto a los productos financieros a los que pueden tener acceso en las instituciones financieras	13
CAPÍTULO II: CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA	18
2.1 Crecimiento de las ventas	18
2.2 Crecimiento de las utilidades brutas	22
2.3 Crecimiento del flujo de caja	26
2.4 Crecimiento del margen de utilidad bruta	27
2.5 Crecimiento del valor neto y mejoramiento de las MYPES	29
2.6 Crecimiento de las inversiones	32
2.7 Crecimiento de la cantidad de empleos generados y empleos permanentes	34

2.8 Sostenibilidad de las MYPES textiles con potencial exportador	37
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	41
ANEXOS	46
Anexo 1: Plan de Tesis	47
Anexo 2: Instrumentos de levantamiento de información	97



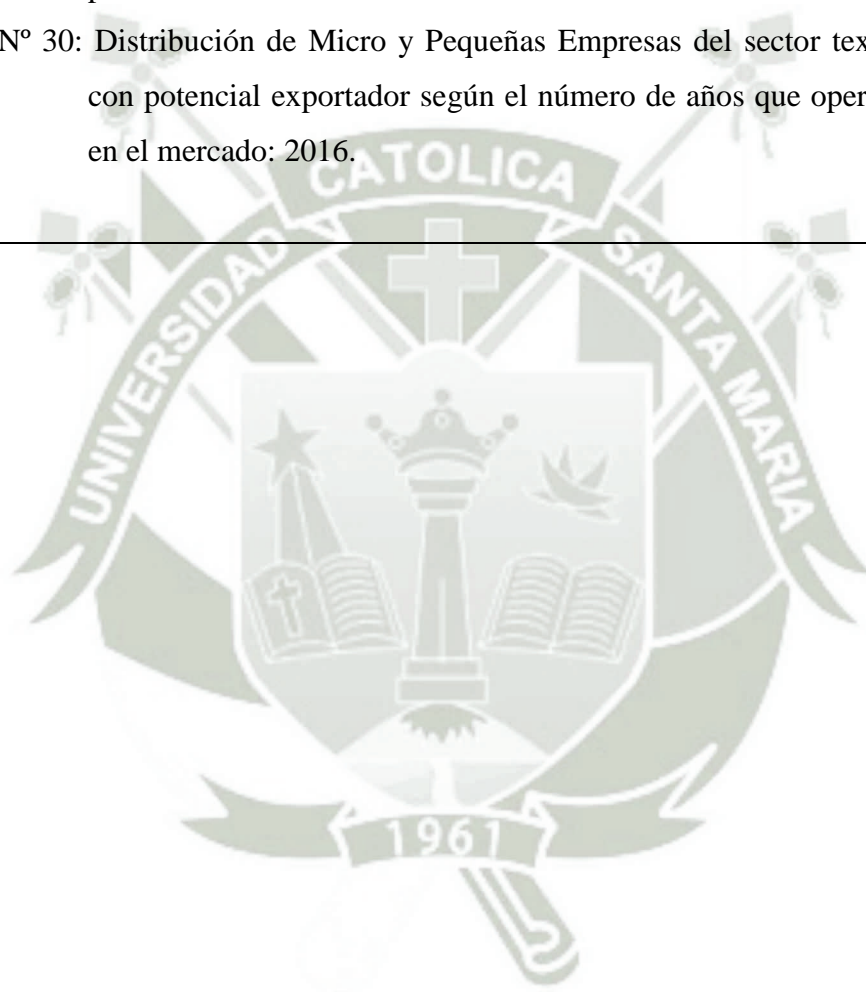
## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
TABLA N° 1: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según importancia que tiene para ellos ahorrar una parte de sus utilidades: 2016.	03
TABLA N° 2: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según el porcentaje de las utilidades destinadas al ahorro: 2016.	04
TABLA N° 3: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que ahorran según destino de las utilidades que orientan al ahorro: 2016.	05
TABLA N° 4: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según elaboren o no un presupuesto de los gastos que realizan: 2016.	06
TABLA N° 5: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según tenga o no importancia para ellos acceder al crédito en instituciones financieras: 2016.	07
TABLA N° 6: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según hayan o no recibido créditos en instituciones financieras: 2016.	08
TABLA N° 7: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según se retrasen o no en el pago de los créditos que reciben: 2016.	09
TABLA N° 8: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador de acuerdo a la tenencia o no de tarjetas de crédito: 2016.	10

TABLA N° 9: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según decisiones que se cree que deberían tomar con respecto al futuro: 2016.	11
TABLA N° 10: Distribución de Micro y Pequeños empresarios del sector textil con potencial exportador según decisión de amortizar una parte más de la deuda al finalizar el año, en el supuesto de que hubieran logrado acceder a un crédito hipotecario: 2016.	12
TABLA N° 11: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según tengan o no conocimiento respecto a los productos financieros a los que pueden tener acceso en las instituciones financieras: 2016.	13
TABLA N° 12: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según consideren que es el principal producto financiero al que pueden acceder: 2016.	14
TABLA N° 13: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según tengan conocimiento o no de que si pagan puntualmente los créditos que reciben, pueden tener acceso a mayores montos de crédito y menores tasas de interés: 2016.	15
TABLA N° 14: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según tipo de instituciones financieras en las que consideran que es más fácil tener acceso a un crédito: 2016.	16
TABLA N° 15: Distribución de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador según consideren o no que el acceso al crédito ayuda a las MYPES a mejorar sus ventas y utilidades: 2016.	17
TABLA N° 16: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según ventas mensuales en promedio: 2016.	18

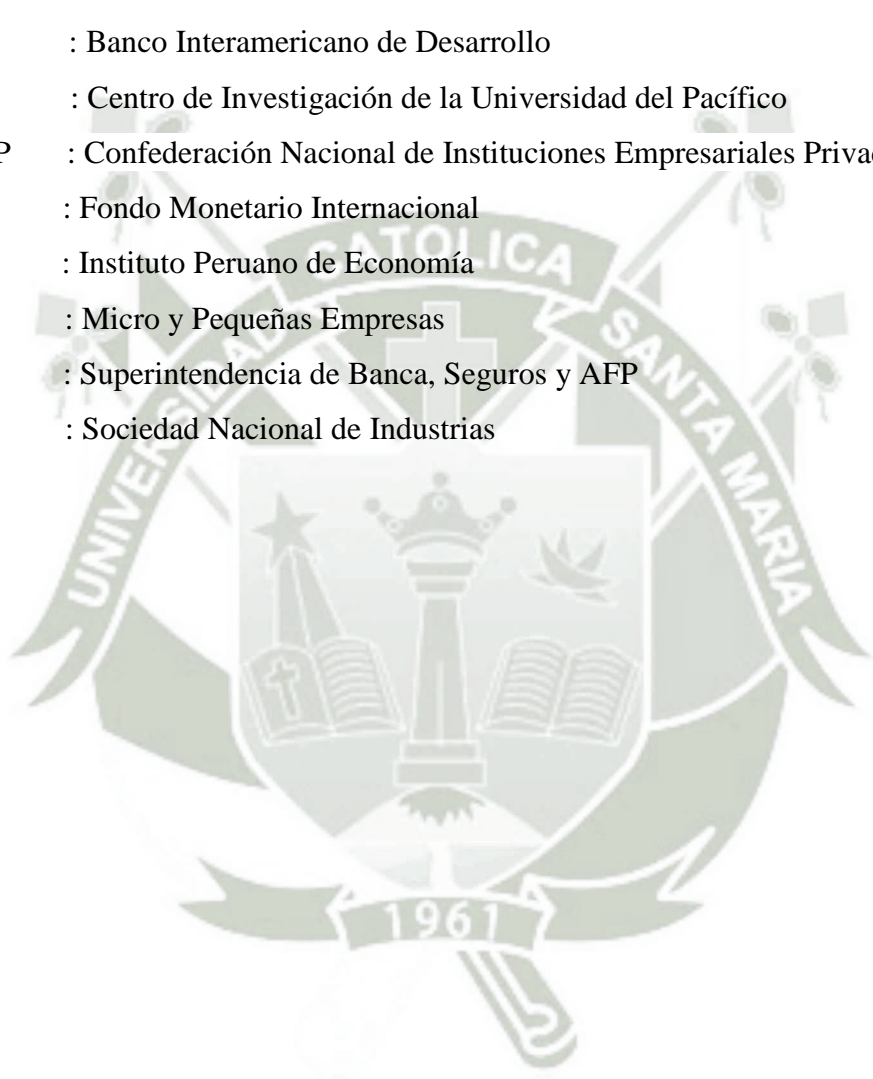
TABLA N° 17: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según cambios en las ventas mensuales en promedio durante los últimos 3 años: 2016.	20
TABLA N° 18: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según utilidades brutas mensuales en promedio: 2016.	22
TABLA N° 19: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según cambios en las utilidades brutas mensuales en promedio durante los últimos 3 años: 2016.	24
TABLA N° 20: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según hayan o no aumentado sus flujos de caja durante los últimos 3 años: 2016.	26
TABLA N° 21: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según margen de utilidad bruta: 2016.	27
TABLA N° 22: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según hayan o no aumentado su margen de utilidad bruta durante los últimos 3 años: 2016.	28
TABLA N° 23: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que han invertido en activos durante los últimos 3 años: 2016.	29
TABLA N° 24: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que han logrado reducir sus costos, a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor: 2016.	30
TABLA N° 25: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que han logrado reducir sus costos de financiamiento (créditos): 2016.	31
TABLA N° 26: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según el incremento de las inversiones que realizan, haya respondido o no a la demanda del mercado durante los últimos 3 años: 2016.	32

TABLA N° 27: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que han contratado más trabajadores: 2016.	34
TABLA N° 28: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que han contratado más trabajadores que laboran de forma permanente: 2016.	35
TABLA N° 29: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según generación de empleos permanentes: 2016.	36
TABLA N° 30: Distribución de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador según el número de años que operan en el mercado: 2016.	37



## SIGLAS UTILIZADAS

BID	: Banco Interamericano de Desarrollo
CIUP	: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico
CONFIEP	: Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas
FMI	: Fondo Monetario Internacional
IPE	: Instituto Peruano de Economía
MYPES	: Micro y Pequeñas Empresas
SBS	: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP
SNI	: Sociedad Nacional de Industrias



## RESUMEN

El objetivo de la investigación es analizar la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y su influencia en el crecimiento de sus empresas. Además, las técnicas utilizadas para la obtención de información son la encuesta y la observación documental, y como instrumentos, el cuestionario y la ficha de observación documental. Las unidades de análisis son los Micro y Pequeños Empresarios, y las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador, cuyo ámbito de operaciones es la ciudad de Arequipa. El muestreo es aleatorio.

El estudio concluye que:

- a) Las características de la cultura financiera de la mayoría de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa son: consideran que ahorrar una parte de las utilidades es importante; destinan entre el 10% y 15% de las utilidades al ahorro; siempre elaboran un presupuesto de los gastos que realizan; para ellos es importante tener acceso al crédito; reciben créditos en instituciones financieras; nunca se retrasan en el pago de los créditos; tienen conocimiento sobre los productos financieros y consideran que el crédito es el principal producto financiero al que pueden acceder.
- b) Los niveles de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, son mayores en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.
- c) La cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador, que operan en la ciudad de Arequipa, influye en el crecimiento de sus empresas. En efecto, la cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera coadyuva al crecimiento empresarial en mayor medida que la cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

**Palabras claves:** Cultura financiera, Micro y Pequeños Empresarios, potencial exportador y crecimiento empresarial.

## SUMMARY

The objective of the research is to analyze the financial culture of the Micro and Small Businessmen of the textile sector with potential exporting that operate in the city of Arequipa and its influence in the growth of their companies. In addition, the techniques used to obtain information are the survey and the documentary observation, and as instruments, the questionnaire and the documentary observation sheet. The units of analysis are the Micro and Small Entrepreneurs, and the Micro and Small Enterprises of the textile sector with potential export, whose field of operations is the city of Arequipa. Sampling is random.

The study concludes that:

- a) The characteristics of the financial culture of the majority of Micro and Small Entrepreneurs of the textile sector with potential exporting that operate in the city of Arequipa are: they consider that to save a part of the profits is important; Allocate between 10% and 15% of profits to savings; Always prepare a budget for the expenses they incur; It is important for them to have access to credit; Receive credits in financial institutions; They are never late in paying the credits; Have knowledge about financial products and consider that credit is the main financial product to which they can access.
- b) The levels of growth of Micro and Small Enterprises in the textile sector with export potential operating in the city of Arequipa, which are run by entrepreneurs with a financial culture with a strong access to financial education, are higher than those are run by entrepreneurs who have a financial culture with low access to financial education.
- c) The financial culture of Micro and Small Entrepreneurs in the textile sector with export potential, operating in the city of Arequipa, influences the growth of their companies. Indeed, financial culture with strong access to financial education contributes to business growth to a greater extent than financial culture with low access to financial education.

**Keywords: Financial culture, Micro and Small Business Owners, potential exporter and business growth.**

## INTRODUCCIÓN

El tema de estudio de la tesis doctoral aborda detalladamente *la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador* y su influencia en *el crecimiento de sus empresas*. El ámbito espacial de la investigación es la ciudad de Arequipa y el ámbito temporal el año 2016.

Uno de los aportes de la investigación es que coadyuva al desarrollo teórico sobre la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios (que en este caso particular tienen la característica de que sus empresas tienen potencial exportador) y su influencia en el crecimiento empresarial, además de establecer el tipo de relación que existe entre ambas variables de estudio, y bajo qué condiciones y la forma en que la cultura financiera del empresario se relaciona con el crecimiento de las empresas.

Hay que señalar que las motivaciones para la selección del tema de investigación son de dos tipos. Las del ámbito académico y las del ámbito profesional. La del ámbito académico tiene que ver con la necesidad de poder obtener conclusiones referidas a la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios y su influencia en los niveles de crecimiento de las MYPES del sector empresarial seleccionado para la investigación. La razón profesional radica en la utilidad práctica de este trabajo de investigación y el compromiso ético que explica la selección del tema de estudio y el problema de investigación planteado. Ambas motivaciones juegan un papel importante en la forma y la necesidad de haber realizado la investigación.

Una ventaja del estudio tiene que ver con el hecho de que para realizar la medición de la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, se ha recogido información primaria, a través de la aplicación de una encuesta, especialmente para realizar la presente investigación.

Se trata de una investigación explicativa (de acuerdo al nivel de investigación), de campo y documental. Además, tomando en cuenta la dimensión temporal es diacrónica. Las unidades de análisis son los Micro y Pequeños Empresarios, y las Micro y Pequeñas

Empresas del sector textil con potencial exportador, cuyo ámbito de operaciones es la ciudad de Arequipa.

El desarrollo teórico de la investigación, así como los resultados obtenidos de la misma, han permitido describir las características de la cultura financiera de estos empresarios, determinar el nivel de crecimiento de sus empresas, en función al tipo de cultura financiera del empresario, así como evaluar la relación entre la cultura financiera de los empresarios de este sector con el crecimiento de sus empresas. Es por ello, que en concordancia con el cumplimiento y finalidad de estas acciones específicas en conjunto, el objetivo de la investigación es analizar la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil que tienen potencial exportador, que funcionan en Arequipa, y su influencia en el crecimiento de sus empresas.

La tesis realizada tiene la siguiente estructura capitular, en concordancia con el protocolo de presentación formal de la Tesis Doctoral, dado por la Unidad de Postgrado de la Universidad Católica de Santa María. En ese sentido, la estructura es la siguiente:

En el primer capítulo se presenta la descripción de la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador y que funcionan en Arequipa Metropolitana.

En el segundo capítulo se presenta el crecimiento que han alcanzado las MYPES del sector textil que tienen potencial exportador y que funcionan en Arequipa. Para ello, en cada una de las tablas, se compara los niveles de crecimiento de las MYPES que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, con el obtenido por las MYPES que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Luego, se presenta las conclusiones, recomendaciones y bibliografía utilizada. Finalmente, se presenta los anexos de la tesis (plan de tesis), así como el modelo de encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil que tienen potencial exportador y que funcionan en Arequipa.

## CAPÍTULO I

### LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

#### 1.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

##### 1.1.1 CONOCIMIENTOS, CREENCIAS, HABILIDADES, ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS FINANCIEROS

TABLA N° 1

DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN IMPORTANCIA QUE TIENE PARA ELLOS AHORRAR UNA PARTE DE SUS UTILIDADES: 2016.

Importancia que tiene para el empresario ahorrar una parte de las utilidades	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí es importante	82	68,33 %
No es importante	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 1 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (68,33%) considera que sí es importante ahorrar una parte de las utilidades. Estos resultados reflejan actitudes y comportamientos financieros apropiados de estos empresarios. Esto es aún más relevante considerando que se trata de empresarios que administran MYPES.

TABLA N° 2

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL PORCENTAJE DE LAS UTILIDADES DESTINADAS AL AHORRO: 2016.**

Porcentaje de las utilidades que el empresario destina al ahorro	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Más del 16% hasta el 20%	03	2,50 %
Más del 10% hasta el 16%	76	63,33 %
Hasta el 10%	03	2,50 %
No ahorra	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 2 refleja que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa (63,33%) destina más del 10% hasta el 16% de las utilidades al ahorro. Sólo el 31,67% no destina nada de las utilidades al ahorro.

Estos resultados también reflejan actitudes y comportamientos financieros apropiados de estos empresarios. El hecho de destinar una fracción de las utilidades al ahorro es un aspecto que corresponde a una cultura financiera del empresario que puede favorecer el crecimiento empresarial, tomando en cuenta que permite poder acceder a recursos financieros para realizar más inversiones en el momento en que la MYPE así lo requiera.

**TABLA N° 3**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE AHORRAN SEGÚN DESTINO DE LAS UTILIDADES QUE ORIENTAN AL AHORRO: 2016.**

Destino de las utilidades orientadas al ahorro	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
En cuentas de ahorros en una institución financiera	79	96,34 %
En su casa	03	3,66 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 3 muestra que casi todos los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (96,34%) y que ahorran un porcentaje de sus utilidades, lo hacen en cuentas de ahorros en instituciones financieras. En general, este aspecto sí es parte de un conjunto de comportamientos y actitudes financieras apropiadas, tomando en cuenta que ahorrar dinero en esta forma es más rentable para el empresario que guardarlo en su casa (ya que gana intereses). Sólo el 3,66% señala que la parte de las utilidades que son ahorradas, las tienen guardadas en sus casas.

Estos resultados también muestran un aspecto de la cultura financiera de estos Micro y Pequeños Empresarios, más relacionado al uso de los beneficios que brinda el sistema financiero, inclusive, para que, una vez incluidos los intereses que gana, pueda servir para la realización de mayores y mejores inversiones, incluyendo la mejora del capital de trabajo de las MYPES.

TABLA N° 4

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN ELABOREN O NO UN PRESUPUESTO DE LOS GASTOS QUE REALIZAN: 2016.**

Realización del presupuesto de los gastos en que se incurre	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Siempre	105	87,50 %
A veces	15	12,50 %
Nunca	-	-
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 4 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa (87,5%), siempre realiza la elaboración del presupuesto de los gastos en que se incurre. Este comportamiento financiero es adecuado, que corresponde a una cultura financiera apropiada. Además, sólo el 12,5% indica que a veces suele elaborar el presupuesto de los gastos en que se incurre.

Este comportamiento financiero de estos Micro y Pequeños Empresarios también es positivo.

**TABLA N° 5**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN TENGA O NO IMPORTANCIA PARA ELLOS ACCEDER AL CRÉDITO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS: 2016.**

Opinión sobre la relevancia o no de tener acceso al crédito en instituciones financieras	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí	82	68,33 %
No	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 5 muestra que para el 68,33% de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, sí es importante tener acceso al crédito en instituciones financieras, y para el 31,67% no lo es. Es relevante señalar que los Micro y Pequeños Empresarios que tienen una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera, consideran que sí es importante tener acceso al crédito en instituciones financieras.

Por tanto, la creencia financiera sobre el hecho de que sí es importante tener acceso al crédito es un aspecto que corresponde a la cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera, que tiene la mayoría de estos Micro y Pequeños Empresarios. En efecto, el acceso y buen uso del crédito se encuentra asociado a los niveles de crecimiento empresarial, y en este caso particular, tratándose de MYPES.

**TABLA N° 6**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN HAYAN O NO RECIBIDO CRÉDITOS EN INSTITUCIONES FINANCIERAS: 2016.**

Situación de haber o no recibido créditos en instituciones financieras	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí	82	68,33 %
No	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 6 muestra que la mayor parte de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en la ciudad de Arequipa (68,33%), ha recibido créditos en instituciones financieras. Este comportamiento financiero corresponde a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera de estos empresarios, lo cual se encuentra asociado al crecimiento de las MYPES que vienen administrando.

Por lo tanto, este aspecto de la cultura financiera de estos Micro y Pequeños Empresarios es positivo, el cual también se encuentra asociado al nivel de conocimiento que tienen sobre las ventajas de hacer uso del crédito otorgado por las instituciones financieras, sobre todo, porque permite estimular el crecimiento de sus empresas.

**TABLA N° 7**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN SE RETRASEN O NO EN EL PAGO DE LOS CRÉDITOS QUE RECIBEN: 2016.**

Retraso en el pago de los créditos que reciben	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca se retrasa	80	97,56 %
Sólo algunas veces se retrasa	02	2,44 %
Siempre se retrasa	-	-
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 7 muestra que casi todos los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa (97,56%) nunca se retrasa en el pago de los créditos que reciben. Este comportamiento financiero de los empresarios que administran estas MYPES es apropiado, el cual corresponde a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera, lo cual favorece el crecimiento de estas empresas.

Además, el hecho de pagar puntualmente las cuotas de los créditos que reciben, les permite recibir mayores montos de crédito con mejores tasas de interés, lo cual, evidentemente, contribuye a mejorar el margen de utilidad y las utilidades que generan estas MYPES.

**TABLA N° 8**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR DE ACUERDO A LA TENENCIA O NO DE TARJETAS DE CRÉDITO: 2016.**

Acceso o no a las tarjetas de crédito	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí	82	68,33 %
No	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 8 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa (68,33%) tiene tarjetas de crédito.

Este aspecto de la cultura financiera de estos empresarios se encuentra vinculado al mayor conocimiento que tienen acerca de las ventajas de hacer uso de los servicios financieros que brindan las instituciones financieras, correspondiendo a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera.

Se puede concluir, que de acuerdo a las diversas necesidades que tienen estas empresas, el comportamiento financiero de la mayoría de estos empresarios sí es positivo.

**TABLA N° 9**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN DECISIONES QUE SE CREE QUE DEBERÍAN TOMAR CON RESPECTO AL FUTURO: 2016.**

Decisiones que se cree que debiera tomar con respecto al futuro	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Cree que debe empezar a planificarlo ya	82	68,33 %
No cree que pueda reunir suficiente dinero en el futuro	18	15,00 %
No piensa en el futuro y cree en el día a día	20	16,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 9 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (68,33%) cree que ya debe empezar a planificar su futuro (y el de su familia). Esta creencia corresponde a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera. Asimismo, el 15% no cree que pueda reunir suficiente dinero en el futuro, y el 16,67% no piensa en el futuro y cree en el día a día.

Si bien es cierto que es positivo que siempre busquen mejorar las inversiones que realizan, sin embargo, también es importante que el empresario planifique de forma progresiva y oportuna su futuro económico y la calidad de vida que desea tener en el futuro, cuando ya no pueda dedicarse a la actividad empresarial.

TABLA N° 10

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN DECISIÓN DE AMORTIZAR UNA PARTE MÁS DE LA DEUDA AL FINALIZAR EL AÑO, EN EL SUPUESTO DE QUE HUBIERAN LOGRADO ACCEDER A UN CRÉDITO HIPOTECARIO: 2016.**

Decisión de amortizar una parte adicional de la deuda al final del año, en el supuesto de que hubieran accedido a un crédito hipotecario	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	20	16,67 %
Cuando pudiera	18	15,00 %
Siempre	82	68,33 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 10 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (68,33%) señala que amortizaría una parte más de la deuda al finalizar el año, en el supuesto de que hubieran logrado acceder a un crédito hipotecario. Esta actitud financiera refleja un valor importante de estos empresarios: la responsabilidad, correspondiendo a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera. Sólo el 15% señala que lo haría sólo cuando pudiera o le fuere posible, y el 16,67% señala que nunca lo haría.

Este aspecto de la cultura financiera de la mayoría de los Micro y Pequeños Empresarios, también es positivo.

### 1.1.2 NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS RESPECTO A LOS PRODUCTOS FINANCIEROS A LOS QUE PUEDEN TENER ACCESO EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

**TABLA N° 11**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN TENGAN O NO CONOCIMIENTO RESPECTO A LOS PRODUCTOS FINANCIEROS A LOS QUE PUEDEN TENER ACCESO EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS: 2016.**

Conocimiento respecto a los productos financieros a los que pueden tener acceso en las instituciones financieras	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí	82	68,33 %
No	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 11 muestra que la mayor parte de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa (68,33%) tiene conocimiento sobre los productos financieros a los que pueden acceder en las instituciones financieras. Este aspecto de la cultura financiera de estos empresarios, relacionado directamente al conocimiento de las ventajas y beneficios de poder acceder a los diversos financieros que les ofrecen las instituciones financieras, es muy importante, dado que puede coadyuvar al crecimiento de estas empresas, corresponde a una cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera.

TABLA N° 12

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN CONSIDEREN QUE ES EL PRINCIPAL PRODUCTO FINANCIERO AL QUE PUEDEN ACCEDER: 2016.**

Opinión sobre el principal producto financiero al que pueden acceder	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
El crédito	99	82,50 %
Tarjetas de crédito	10	8,33 %
Cuentas de ahorros	11	9,17 %
Otros	-	-
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 12 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (82,5%) señala que el crédito es el principal producto financiero al que pueden acceder en las instituciones financieras. El 9,17% señala que las cuentas de ahorros es el principal producto financiero, y para el 8,33% las tarjetas de crédito.

Queda claro que para los Micro y Pequeños Empresarios, el crédito es un producto financiero que contribuye de forma significativa al crecimiento de sus empresas, y precisamente por ello, es que mencionan que es el principal producto financiero al que pueden acceder.

**TABLA N° 13**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN TENGAN CONOCIMIENTO O NO DE QUE SI PAGAN PUNTUALMENTE LOS CRÉDITOS QUE RECIBEN, PUEDEN TENER ACCESO A MAYORES MONTOS DE CRÉDITO Y MENORES TASAS DE INTERÉS: 2016.**

Conocimiento de que si pagan puntualmente los créditos que reciben, pueden tener acceso a mayores montos de crédito y menores tasas de interés	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí tiene conocimiento	82	68,33 %
No tiene conocimiento	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 13 muestra que la mayor parte de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (68,33%) tiene conocimiento de que si paga puntualmente los créditos que recibe, puede tener acceso a mayores montos de crédito y menores tasas de interés. Este aspecto de la cultura financiera de estos empresarios se encuentra íntimamente relacionado al crecimiento de sus empresas. Este resultado guarda absoluta concordancia con el hecho de que prácticamente casi todos los Micro y Pequeños Empresarios que han recibido créditos (80 de 82) en instituciones financieras, nunca se retrasan en el pago de las cuotas de los créditos que reciben.

Por lo tanto, este aspecto de la cultura financiera de estos empresarios es muy positivo, y se encuentra asociado al crecimiento de sus empresas. En este caso se trata de una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

**TABLA N° 14**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN TIPO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS EN LAS QUE CONSIDERAN QUE ES MÁS FÁCIL TENER ACCESO A UN CRÉDITO: 2016.**

<b>Tipo de instituciones financieras en donde es más fácil que el Micro o Pequeño Empresario tenga acceso a un crédito</b>	<b>Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios</b>	
	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
En los bancos	-	-
En las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito	66	55,00 %
En las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	12	10,00 %
En empresas financieras (Compartamos, Crediscotia, Confianza, etc.)	21	17,50 %
En las EDPYMES (Raíz, Solidaridad, Alternativa, Credivisión, etc.)	21	17,50 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 14 muestra que el 100% de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, señalan que es mucho más fácil, para ellos, poder acceder a un crédito en una institución financiera no bancaria en comparación a una institución bancaria. En efecto, el 55% indica que es más fácil en las Cajas Municipales; el 17,5% en empresas financieras (como Compartamos, Crediscotia, Confianza, etc.); el 17,5% en las EDPYMES (como Raíz, Solidaridad, Alternativa, Credivisión, etc.), y sólo el 10% señala que en las Cajas Rurales.

La cultura financiera de estos empresarios demuestra que tienen pleno conocimiento de que el acceso al crédito para las MYPES es más factible en instituciones no bancarias, sobre todo en las IMF (como es el caso de las Cajas Municipales).

TABLA N° 15

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN CONSIDEREN O NO QUE EL ACCESO AL CRÉDITO AYUDA A LAS MYPES A MEJORAR SUS VENTAS Y UTILIDADES: 2016.**

Respuesta a si se considera que el acceso al crédito ayuda a las MYPES a mejorar sus ventas y utilidades	Cantidad de Micro y Pequeños Empresarios	
	Cantidad	Porcentaje
Sí ayuda	82	68,33 %
No ayuda	38	31,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 15 muestra que la mayor parte de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa (68,33%) considera que el acceso al crédito sí ayuda a las MYPES a mejorar sus ventas y utilidades.

Este aspecto de la cultura financiera de estos empresarios, que es positivo, se encuentra asociado al crecimiento de sus empresas. Una vez más, sale a relucir que tienen una cultura financiera más vinculada al conocimiento, actitudes y comportamientos financieros del empresario que busca aprovechar las ventajas y beneficios que brinda el poder acceder y hacer uso de los servicios financieros en entidades financieras, sobre todo, al crédito. En este caso, se trata de una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

## CAPÍTULO II

### CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

#### 2.1 CRECIMIENTO DE LAS VENTAS

TABLA N° 16

DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN VENTAS MENSUALES EN PROMEDIO: 2016.

Ventas mensuales en promedio	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Hasta S/. 8000	-	-	04	10,53 %
Más de 8000 a S/. 15000	04	4,88 %	11	28,95 %
Más de 15000 a S/. 25000	02	2,44 %	02	5,26 %
Más de 25000 a S/. 35000	05	6,10 %	01	2,63 %
Más de 35000 a S/. 45000	58	70,73 %	18	47,37 %
Más de 45000 a S/. 55000	13	15,85 %	02	5,26 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

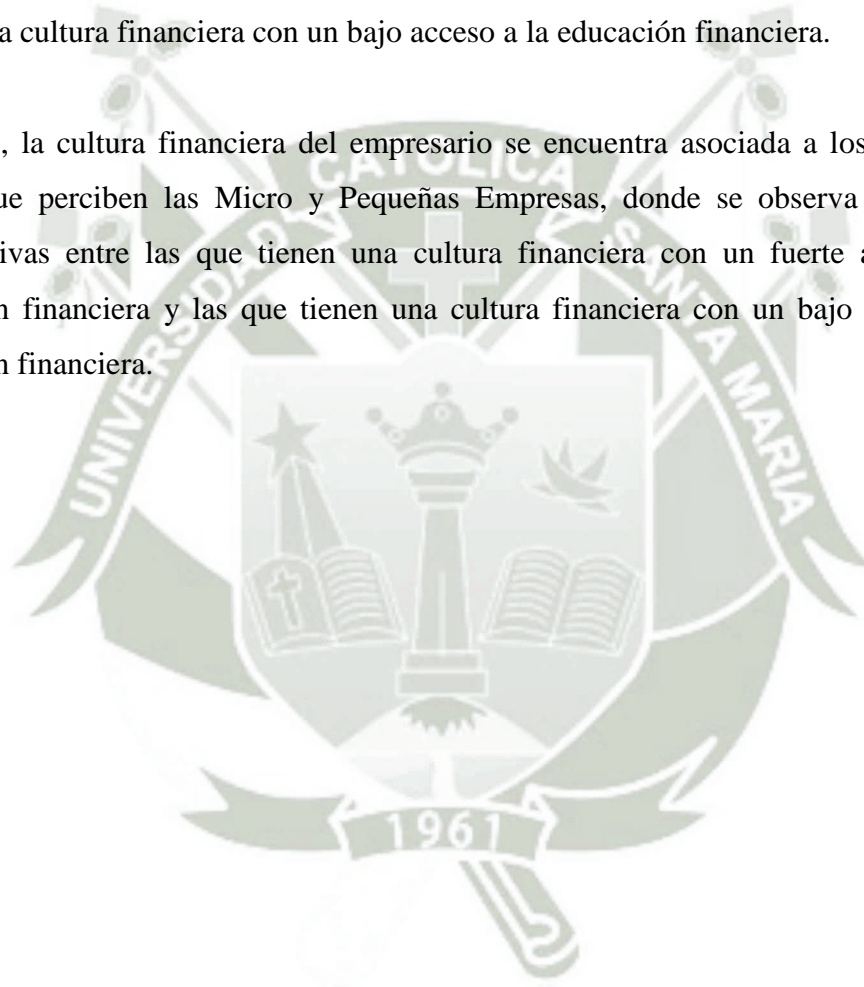
**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 16 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben

mayores niveles de ventas mensuales en promedio, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 70,73% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben ventas mensuales en promedio que superan los S/. 35000 hasta los S/. 45000, sin embargo, esto sólo ocurre con el 47,37% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. Además, el 15,85% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben ventas mensuales en promedio que superan los S/. 45000 hasta los S/. 55000, lo cual sólo ocurre con el 5,26% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a los niveles de ventas que perciben las Micro y Pequeñas Empresas, donde se observa diferencias significativas entre las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera y las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.



**TABLA N° 17**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN CAMBIOS EN LAS VENTAS MENSUALES EN PROMEDIO DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

Cambios en las ventas mensuales en promedio durante los últimos 3 años	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Han aumentado más del 50%	13	15,85 %	02	5,26 %
Han aumentado entre el 30% y 50%	58	70,73 %	18	47,37 %
Han aumentado entre el 20% y menos del 30%	06	7,32 %	02	5,26 %
Han aumentado menos del 20%	05	6,10 %	12	31,58 %
No han aumentado	-	-	04	10,53 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 17 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado en mayor medida sus niveles de ventas mensuales en promedio, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 70,73% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado sus ventas mensuales promedio durante los últimos 3 años, entre el 30% y 50%, sin embargo, esto sólo ha ocurrido con el 47,37% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. Además, el 15,85% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han

incrementado sus ventas mensuales promedio durante los últimos 3 años, en más del 50%, lo cual sólo ocurre con el 5,26% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Asimismo, el 10,53% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera, no han aumentado sus ventas mensuales promedio durante los últimos 3 años, lo cual no ocurre con las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

Los resultados de este indicador (cambios en las ventas) que mide una dimensión del crecimiento de estas empresas, se encuentra relacionado a la cultura financiera de los empresarios de este sector, especialmente en lo concerniente al acceso y uso del crédito, así como de otros servicios financieros, como por ejemplo el hecho de que mayoritariamente destinan una parte de las utilidades al ahorro (a través de cuentas de ahorros en instituciones financieras), que luego de ganar intereses en un determinado período de tiempo, sirven para que el empresario pueda realizar más inversiones y mejorar la ejecución de las mismas.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a los cambios en las ventas que perciben las Micro y Pequeñas Empresas, donde se observa diferencias significativas entre las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera y las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

## 2.2 CRECIMIENTO DE LAS UTILIDADES BRUTAS

TABLA N° 18

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN UTILIDADES BRUTAS MENSUALES EN PROMEDIO: 2016.**

Utilidades brutas mensuales en promedio	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Entre 3000 y S/. 4000	-	-	04	10,53 %
Más de 4000 a S/. 8000	04	4,88 %	11	28,95 %
Más de 8000 a S/. 12000	02	2,44 %	02	5,26 %
Más de 12000 a S/. 17000	05	6,10 %	01	2,63 %
Más de 17000 a S/. 22000	58	70,73 %	18	47,37 %
Más de 22000 a S/. 27000	13	15,85 %	02	5,26 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

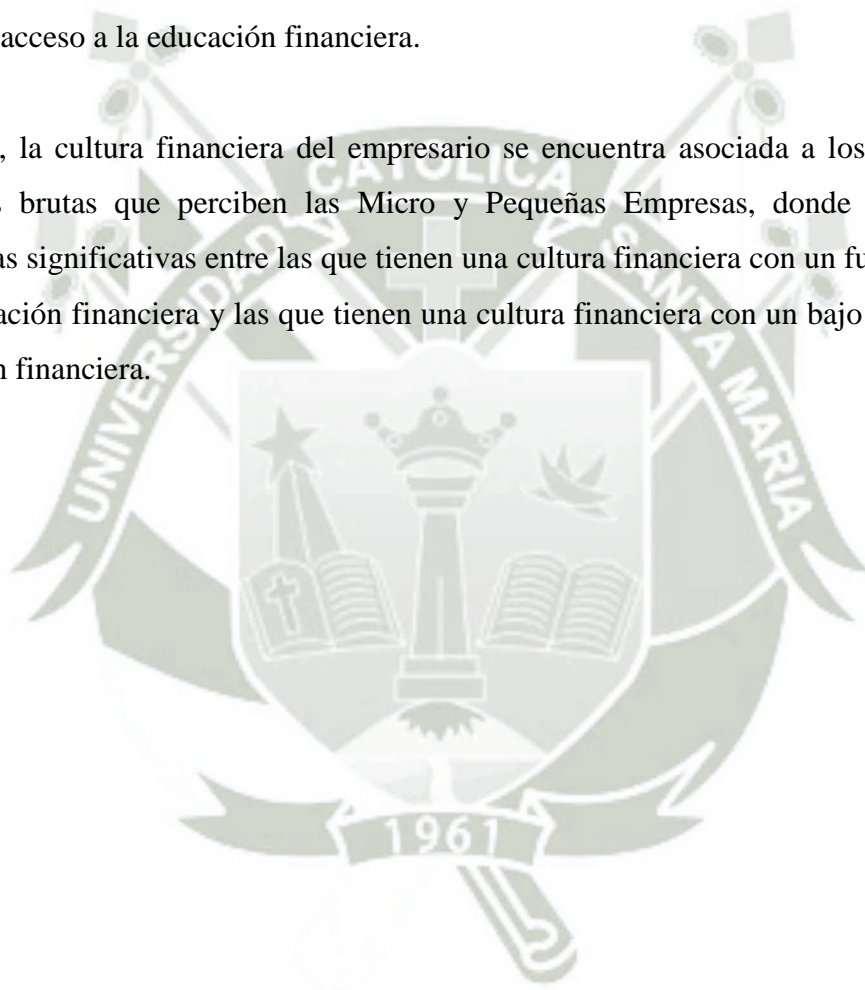
**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 18 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben mayores niveles de utilidades brutas mensuales en promedio, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 70,73% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben utilidades brutas mensuales en promedio que superan los S/. 17000 hasta los S/. 22000, sin embargo, esto sólo ocurre con el 47,37% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a

la educación financiera. Además, el 15,85% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben utilidades brutas mensuales en promedio que superan los S/. 22000 hasta los S/. 27000, lo cual sólo ocurre con el 5,26% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Asimismo, el 10,53% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera, apenas perciben utilidades brutas mensuales promedio, entre S/. 3000 y S/. 4000, lo cual no ocurre con las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

Por tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a los niveles de utilidades brutas que perciben las Micro y Pequeñas Empresas, donde se observa diferencias significativas entre las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera y las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.



**TABLA N° 19**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN CAMBIOS EN LAS UTILIDADES BRUTAS MENSUALES EN PROMEDIO DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

Cambios en las utilidades brutas mensuales en promedio durante los últimos 3 años	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Han aumentado más del 50%	13	15,85 %	02	5,26 %
Han aumentado entre el 30% y 50%	58	70,73 %	18	47,37 %
Han aumentado entre el 20% y menos del 30%	06	7,32 %	02	5,26 %
Han aumentado menos del 20%	05	6,10 %	12	31,58 %
No han aumentado	-	-	04	10,53 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 19 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado en mayor medida sus niveles de utilidades brutas mensuales en promedio, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 70,73% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado sus utilidades brutas mensuales promedio durante los últimos 3 años, entre

el 30% y 50%, sin embargo, esto sólo ha ocurrido con el 47,37% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. Además, el 15,85% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han incrementado sus utilidades brutas mensuales promedio durante los últimos 3 años, en más del 50%, lo cual sólo ocurre con el 5,26% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Asimismo, el 10,53% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera, no han aumentado sus utilidades brutas mensuales promedio durante los últimos 3 años, lo cual no ocurre con las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

Los resultados de este indicador (cambios en las utilidades brutas) que mide otra dimensión del crecimiento de estas empresas, se encuentra relacionado a la cultura financiera de los empresarios de este sector, sobre todo en lo que respecta al acceso y uso del crédito, así como de otros servicios financieros, como por ejemplo el hecho de que mayoritariamente destinan una parte de las utilidades al ahorro (a través de cuentas de ahorros en instituciones financieras), que luego de ganar intereses en un determinado período de tiempo, sirven para que el empresario pueda realizar y mejorar la ejecución de las inversiones que realiza, impactando positivamente en los niveles de utilidades brutas que perciben.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a los cambios en las utilidades brutas que perciben las Micro y Pequeñas Empresas, donde se observa diferencias significativas entre las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera y las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

## 2.3 CRECIMIENTO DEL FLUJO DE CAJA

**TABLA N° 20**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SUS FLUJOS DE CAJA DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

Condición de haber aumentado o no los flujos de caja de la empresa durante los últimos 3 años	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Sí han aumentado los flujos de caja	82	100,00 %	34	89,47 %
No han aumentado los flujos de caja	-	-	04	10,53 %
Han disminuido los flujos de caja	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 20 refleja que el 100% de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado sus flujos de caja durante los últimos 3 años, lo cual sólo ocurre con el 89,47% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por tanto, los incrementos en los flujos de caja también se encuentran asociados a la cultura financiera de los dueños de estas empresas.

## 2.4 CRECIMIENTO DEL MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

TABLA N° 21

### DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN MARGEN DE UTILIDAD BRUTA: 2016.

Margen de utilidad bruta  MUB = $\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}} \times 100$	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Del 20% al 30%	-	-	01	2,63 %
Más del 30% al 40%	06	7,32 %	11	28,95 %
Más del 40% al 45%	76	92,68 %	26	68,42 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 21 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben mayores márgenes de utilidad bruta, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 92,68% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, perciben márgenes de utilidad bruta que superan el 40% hasta el 45%, sin embargo, esto sólo ocurre con el 68,42% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a los márgenes de utilidad bruta de las MYPES, donde se observa diferencias significativas entre las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera y las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. Este margen de utilidad bruta es similar al promedio del sector textil en el Perú (44%).

**TABLA N° 22**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SU MARGEN DE UTILIDAD BRUTA DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

Condición de haber aumentado o no el margen de utilidad bruta durante los últimos 3 años	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Sí se ha incrementado el margen de utilidad bruta	82	100,00 %	34	89,47 %
No se ha incrementado el margen de utilidad bruta	-	-	04	10,53 %
Ha disminuido el margen de utilidad bruta	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Estados financieros de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 22 refleja que el 100% de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han aumentado sus márgenes de utilidad bruta durante los últimos 3 años, lo cual sólo ocurre con el 89,47% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por tanto, los incrementos en los márgenes de utilidad bruta también se encuentran asociados a la cultura financiera de los dueños de estas empresas.

## 2.5 CRECIMIENTO DEL VALOR NETO Y MEJORAMIENTO DE LAS MYPES

TABLA N° 23

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE HAN INVERTIDO EN ACTIVOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

Inversiones en activos	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
- Capital de trabajo	82	100,00 %	38	100,00 %
- Compra de un vehículo para el negocio	42	51,22 %	11	28,95 %
- Mejorar el local	52	63,41 %	32	84,21 %
- Adquisición de un local	30	36,59 %	06	15,79 %
- Publicidad	67	81,71 %	17	44,74 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 23 muestra que los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, realizan más inversiones en activos, en comparación a los que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, para el caso de los que tienen un fuerte acceso a la educación financiera, el 51,22% ha invertido en la compra de un vehículo para el negocio; el 36,59% en la adquisición de un local para el negocio, y el 81,71% en publicidad. En cambio, para los empresarios que tienen un bajo acceso a la educación financiera, el 28,95% ha invertido en la compra de un vehículo para el negocio; el 15,79% en la adquisición de un local para el negocio, y el 44,74% en publicidad.

**TABLA N° 24**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE HAN LOGRADO REDUCIR SUS COSTOS, A TRAVÉS DE LA COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS EN MAYOR VOLUMEN AL POR MAYOR: 2016.**

Reducción de los costos de la empresa, a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Sí	82	100,00 %	26	68,42 %
No	-	-	12	31,58 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 24 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, reducen en mayor medida sus costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 100% de las que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, reducen sus costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor, sin embargo, esto sólo ocurre con el 68,42% de las que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a la reducción de costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor.

TABLA N° 25

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE HAN LOGRADO REDUCIR SUS COSTOS DE FINANCIAMIENTO (CRÉDITOS): 2016.**

Reducción de los costos de financiación de la empresa (créditos)	Cantidad de Micro y Pequeñas Empresas que han recibido créditos	
	Cantidad	Porcentaje
Sí	80	97,56 %
No	02	2,44 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 25 muestra que el 97,56% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil que tienen potencial exportador, que funcionan en Arequipa, y que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, ha logrado reducir sus costos de financiamiento (créditos). Sólo el 2,44% no lo ha logrado, que son precisamente las únicas MYPES que suelen retrasarse en el pago de las cuotas de los créditos que reciben.

En este caso, si tomamos en cuenta que los costos de financiación de los créditos, especialmente la tasa de interés, influyen directamente en las utilidades que puede generar la empresa, entonces, también impacta en el crecimiento empresarial. Por tanto, un aspecto de la cultura financiera de estos empresarios, referida al hecho de pagar puntualmente los créditos que reciben, se encuentra directamente relacionada al crecimiento de estas empresas.

## 2.6 CRECIMIENTO DE LAS INVERSIONES

TABLA N° 26

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL INCREMENTO DE LAS INVERSIONES QUE REALIZAN, HAYA RESPONDIDO O NO A LA DEMANDA DEL MERCADO DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS: 2016.**

El incremento de las inversiones que realizan ha respondido a la demanda del mercado durante los últimos 3 años	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
El crecimiento de las inversiones sí ha respondido a la demanda del mercado.	74	90,24 %	25	65,79 %
El crecimiento de las inversiones no ha respondido a la demanda del mercado.	08	9,76 %	13	34,21 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

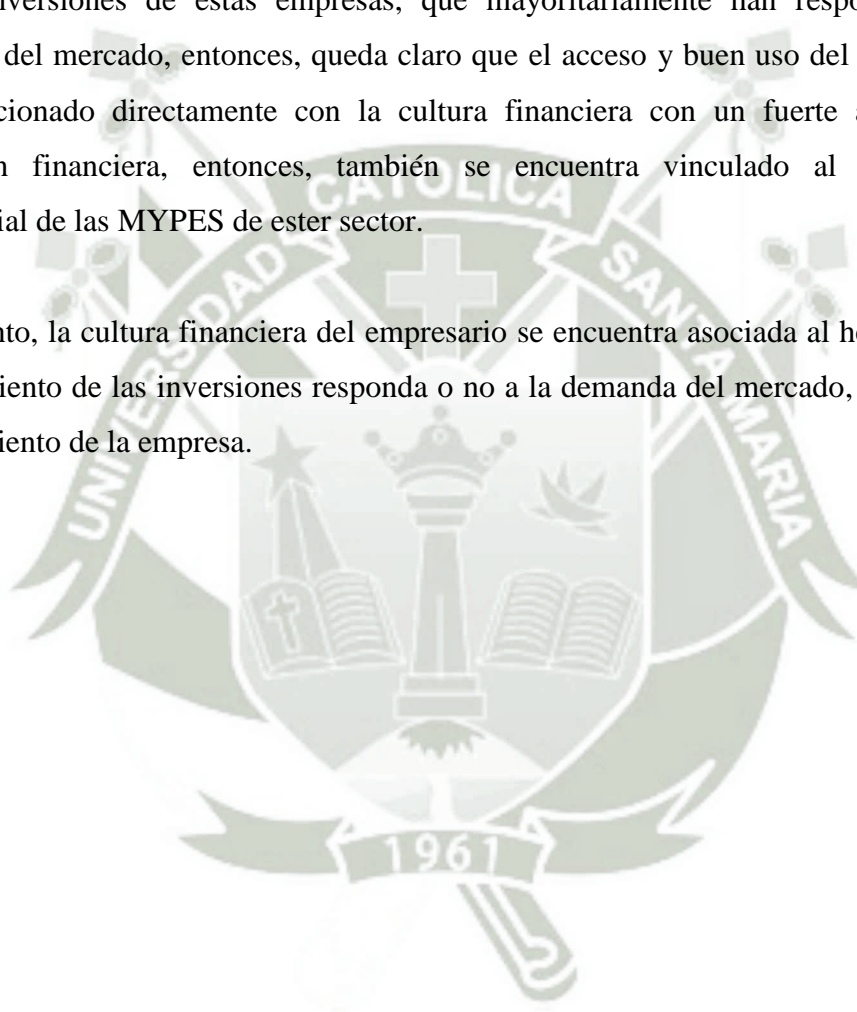
**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 26 muestra que el crecimiento de las inversiones que sí ha respondido a la demanda del mercado, se ha dado en mayor medida en las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una

cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 90,24% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han logrado que el crecimiento de las inversiones que realizan haya respondido a la demanda del mercado, sin embargo, esto sólo ocurre con el 65,79% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Si se toma en cuenta que el crédito ha contribuido de forma significativa al incremento de las inversiones de estas empresas, que mayoritariamente han respondido a la demanda del mercado, entonces, queda claro que el acceso y buen uso del crédito, que está relacionado directamente con la cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, entonces, también se encuentra vinculado al crecimiento empresarial de las MYPES de este sector.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada al hecho de que el crecimiento de las inversiones responda o no a la demanda del mercado, y por tanto, al crecimiento de la empresa.



## 2.7 CRECIMIENTO DE LA CANTIDAD DE EMPLEOS GENERADOS Y EMPLEOS PERMANENTES

TABLA N° 27

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE HAN CONTRATADO MÁS  
TRABAJADORES: 2016.**

Contratación de más trabajadores	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Sí	69	84,15 %	18	47,37 %
No	13	15,85 %	20	52,63 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 27 muestra el 84,15% de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han contratado más trabajadores, lo cual sólo ocurre con el 47,37% de las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a la contratación de trabajadores para la empresa, que también es una dimensión importante del crecimiento empresarial.

**TABLA N° 28**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE HAN CONTRATADO MÁS TRABAJADORES QUE LABORAN DE FORMA PERMANENTE: 2016.**

Contratación de más trabajadores de forma estable	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Sí	55	67,07 %	12	31,58 %
No	27	32,93 %	26	68,42 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 28 muestra el 67,07% de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, han contratado más trabajadores de forma estable, lo cual sólo ocurre con el 31,58% de las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

Por lo tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a la contratación de trabajadores de forma estable para la empresa, que es una dimensión importante del crecimiento empresarial.

**TABLA N° 29**

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN GENERACIÓN DE EMPLEOS PERMANENTES: 2016.**

Cantidad generada de empleos permanentes	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Hasta 5	02	2,44 %	08	21,05%
De 6 a 9	13	15,85 %	11	28,95 %
De 10 a 15	51	62,20 %	15	39,47 %
Más de 15	16	19,51 %	04	10,53 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 29 muestra que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, generan más empleos de forma estable, en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, mientras que el 62,2% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, generan de 10 a 15 empleos permanentes, cada una de ellas, sin embargo, esto sólo ocurre con el 39,47% de las MYPES que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. La misma tendencia se da con la generación de más de 15 empleos de forma permanente.

Por tanto, la cultura financiera del empresario se encuentra asociada a la generación de empleos permanentes.

## 2.8 SOSTENIBILIDAD DE LAS MYPES TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR

TABLA N° 30

**DISTRIBUCIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL QUE TIENEN POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL NÚMERO DE AÑOS QUE OPERAN EN EL MERCADO: 2016.**

El número de años que vienen funcionando en el mercado	Que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera		Que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Hasta 5	02	2,44 %	07	18,42 %
Más de 5 hasta 10 años	15	18,29 %	10	26,32 %
Más de 10 años	65	79,27 %	21	55,26 %
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00 %</b>	<b>38</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Arequipa, 2016.

**ELABORACIÓN:** Propia.

La tabla N° 30 muestra que el 79,27% de Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que funcionan en Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, vienen operando en el mercado más de 10 años, lo cual sólo ocurre con el 55,26% de las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

La sostenibilidad de las MYPES en el mercado también es un indicador importante del crecimiento de estas empresas, el cual se encuentra relacionado a la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Las características de la cultura financiera de la mayoría de Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa son: consideran que ahorrar una parte de las utilidades es importante (68,33%); destinan más del 10% hasta el 16% de las utilidades al ahorro (63,33%); las utilidades que destinan al ahorro están en cuentas de depósitos en una institución financiera (96,34%); siempre elaboran un presupuesto de los gastos que realizan (87,5%); para ellos es importante tener acceso al crédito (68,33%); reciben créditos en instituciones financieras (68,33%); nunca se retrasan en el pago de los créditos (97,56%); tienen tarjetas de crédito (68,33%); tienen conocimiento sobre los productos financieros a los que pueden acceder (68,33%); consideran que el crédito es el principal producto financiero al que pueden acceder (82,5%); tienen conocimiento de que si pagan puntualmente los créditos que reciben, pueden tener acceso a mayores montos de crédito y a menores tasas de interés (68,33%); y señalan que en las Cajas Municipales es más fácil acceder a un crédito (55%).

**SEGUNDA:** Los niveles de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera, son mayores en comparación a las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera. En efecto, el 70,73% de estas MYPES perciben ventas mensuales que superan los S/. 35000 hasta los S/.45000, utilidades brutas mensuales que superan los S/.17000 hasta los S/.22000, y sus ventas y utilidades brutas mensuales han aumentado entre el 30% y 50% durante los últimos 3 años. Asimismo, perciben un margen de utilidad bruta que supera el 40% hasta el 45% (92,68%); sus flujos de caja han aumentado (100%); han contratado más trabajadores (84,15%) y generan de 10 a 15 empleos permanentes cada una de ellas (62,2%). En cambio, las que son dirigidas por empresarios que tienen una cultura

financiera con un bajo acceso a la educación financiera, presentan ventas y utilidades brutas menores, las cuales se han incrementado en menor medida, así como una menor generación de empleo.

**TERCERA:** La cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador, que operan en la ciudad de Arequipa, influye en el crecimiento de sus empresas. En efecto, la cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera (con conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros apropiados), coadyuva al crecimiento empresarial en mayor medida que la cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera.

**CUARTA:** La hipótesis de trabajo ha sido contrastada, ya que los resultados obtenidos de la investigación realizada, muestran que la cultura financiera de la mayoría de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en Arequipa, que tiene un fuerte acceso a la educación financiera, está influyendo de forma positiva y significativa en el crecimiento de sus empresas.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Es recomendable que puedan generarse cambios en la cultura financiera de aquellos Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que aún no acceden al crédito y a otros servicios financieros, fundamentalmente por la importancia que tiene para el crecimiento de las MYPES, debido, sobre todo, a la aversión al riesgo que tienen, así como al hecho de que no elaboran un plan quincenal o mensual de los gastos que realizan, no destinan nada de las utilidades al ahorro, etc., configurando una cultura financiera con un bajo acceso a la educación financiera, de tal forma que sus empresas puedan alcanzar mayores niveles de crecimiento.

**SEGUNDA:** Es recomendable que las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador puedan seguir creciendo, sobre todo, porque pueden contribuir a mejorar la calidad del empleo para más peruanos, dado que se trata de un sector no tradicional que tiene posibilidades reales de poder ingresar a los mercados internacionales.

**TERCERA:** Es recomendable que se realicen más estudios que analicen detalladamente la cultura financiera de las MYPES de otros rubros, sobre todo, tomando en cuenta que se trata de un sector muy heterogéneo en términos económicos y financieros, incluyendo a las MYPES que no tienen potencial exportador.

**CUARTA:** Es recomendable que se realicen estudios de investigación que relacionen la cultura financiera con la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas que tienen potencial exportador, así como de aquellas que ya vienen exportando bienes o servicios a los mercados internacionales.

**QUINTA:** Es recomendable que el Estado Peruano, el Congreso de la República, los organismos empresariales (como la CONFIEP y la SNI) y el sector académico (universidades y centros de investigación) realicen aportes que contribuyan en el objetivo de que todos los Micro y Pequeños Empresarios puedan tener una cultura financiera con un fuerte acceso a la educación financiera.

## BIBLIOGRAFÍA (FORMATO APA 2016, 6ª EDICIÓN)

Amezcuca, E. (2015). *Hacia un cambio en la cultura financiera en México* (2ª edición). Ciudad de México: Editorial Gasca.

Autoridad de Servicios Financieros del Reino Unido (2014). *La cultura financiera en un mundo globalizado* (1ª edición). Londres, Inglaterra.

Baldarrago, F. (2010). *Finanzas y seguridad financiera* (3ª edición). Barcelona: Editorial Gestión.

Bonilla, Z. (2013). *Perspectivas del crecimiento empresarial* (2ª edición). Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

BANCOEX (2009). *Análisis del Potencial Exportador* (4ª edición). Caracas, Venezuela.

BANSEFI (2012). *Dimensiones de la cultura financiera* (2ª edición). Ciudad de México, México.

Blázquez, F., Dorta, J. A., & Verona, M. C. (2011). *Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial* (1ª edición). Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Bolaños, P. (2014). *El crecimiento en las empresas con potencial exportador* (2ª edición). Santiago de Chile, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Cáceres, A. y Fernández, G. (2016). *La cultura financiera del empresario y el crecimiento empresarial* (2ª edición). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Canals, J. (2012). *Crecimiento Empresarial. Personas y Tecnología en la Nueva Economía* (1ª edición). Pamplona: Universidad de Navarra.

Carbajal, P. (2016). *Cultura financiera de los prestatarios de la Caja Sullana y su impacto en el crecimiento de las MYPES del sector comercio* (1ª edición). Lima: Universidad de Lima.

Carrasco, A. (2014). *La cultura financiera de los clientes de las Instituciones de Microfinanzas y su relación con el crecimiento de las MYPES* (1ª edición). Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey.

Comisión de Educación Financiera de Estados Unidos (2015). *Importancia de la educación y la cultura financiera* (1ª edición). Washington, D.C.

CONDUSEF (2015). *El papel de la cultura financiera en el mundo empresarial* (1ª edición). México, D.F.

Correa, L.M. (2013). *Corrientes teóricas del crecimiento empresarial* (2ª edición). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

Delmar, F. (2014). *Medición del crecimiento. Consideraciones metodológicas y resultados empíricos* (3ª edición). Manchester, Inglaterra: Universidad de Manchester.

Fajardo, R. (2013). *Los impactos de la cultura financiera* (1ª edición). Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Figuroa, A. (2011). *Tamaño y crecimiento empresarial* (2ª edición). Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

Gale, W. y Levine, R. (2010). *Educación Financiera: Qué funciona. Como no podía ser más eficaz* (1ª edición). Berkeley, Estados Unidos: Universidad de California.

Gallegos, C. (2015). *Conceptualización y análisis del crecimiento empresarial* (1ª edición). Pamplona, Navarra, España: Universidad de Navarra.

García Rosales, A. (2016). *Cultura financiera y crecimiento de las empresas con potencial exportador a largo plazo* (2ª edición). Sevilla, España: Universidad de Sevilla.

Gonzales Abarca, J. (2015). *La planificación financiera* (2ª edición). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

González Vega, C. (2014). *Crédito y crecimiento empresarial* (3ª edición). San José, Costa Rica: Academia de Centroamérica.

Hernández Sampieri, C. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª edición). Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.

Instituto Peruano de Economía (2015). *Medición del crecimiento empresarial* (1ª edición). Lima, Perú.

*Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial* (2013). Decreto Supremo N° 013 – 2013. Lima, Perú.

Makridakes, S. (2013). *Crecimiento y tamaño de la empresa* (3ª edición). Nueva York, Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.

Marriot, D.N y Mellett, H.J (2014). *La cultura financiera. Medición, análisis e implicancias* (1ª edición). Londres, Inglaterra: Sage Publications Ltd.

Mcmahon, R.G.P. (2012). Estructura de la propiedad, crecimiento del negocio y rendimiento financiero entre las MYPES (2ª edición). Sídney, Australia: Universidad de Sídney.

Montero, C. y Carbajal, S. (2015). *El crecimiento de las MYPES* (1ª edición). Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2014). *Estudio sobre cultura financiera. Estudio piloto* (1ª edición). París, Francia.

Palacios, F. (2016). *La política exportadora de las MYPES* (1ª edición). Lima, Perú: Universidad ESAN.

Penrose, E. (2014). *Crecimiento empresarial y desarrollo* (3ª edición). Manchester: Universidad de Manchester.

Phillips, E.M. y Pugh, D.S. (2008). *La tesis doctoral. Claves para su investigación y su defensa. Guía para doctorandos y directores de tesis* (4ª edición). Barcelona, España: Editorial PROFIT.

Prats, J. (2014). *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales* (2ª edición). Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

SBS (2016). *Características de la cultura financiera de la clientela de las entidades financieras que operan en el Perú*. Lima, Perú.

Segunda Encuesta de cultura financiera en el Perú 2015 – ENFIN (2015). Lima, Perú: SBS.

Suarez, B. (2013). *La cultura desde el enfoque de las organizaciones* (2ª edición). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Talavera, M. (2015). *Cultura financiera y crecimiento de las pequeñas empresas del sector manufacturero que operan la ciudad de Quito, Ecuador*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Valverde, A. (2012). *El crecimiento empresarial*. (3ª edición). Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid.

Valderrama, B. (2014). *El papel de la cultura financiera en las decisiones que toman los Micro y Pequeños Empresarios en el Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Valdivieso, E. (2015). *Caracterización del crecimiento en las empresas con potencial exportador* (1ª edición). Montevideo, Uruguay: Universidad Católica del Uruguay.

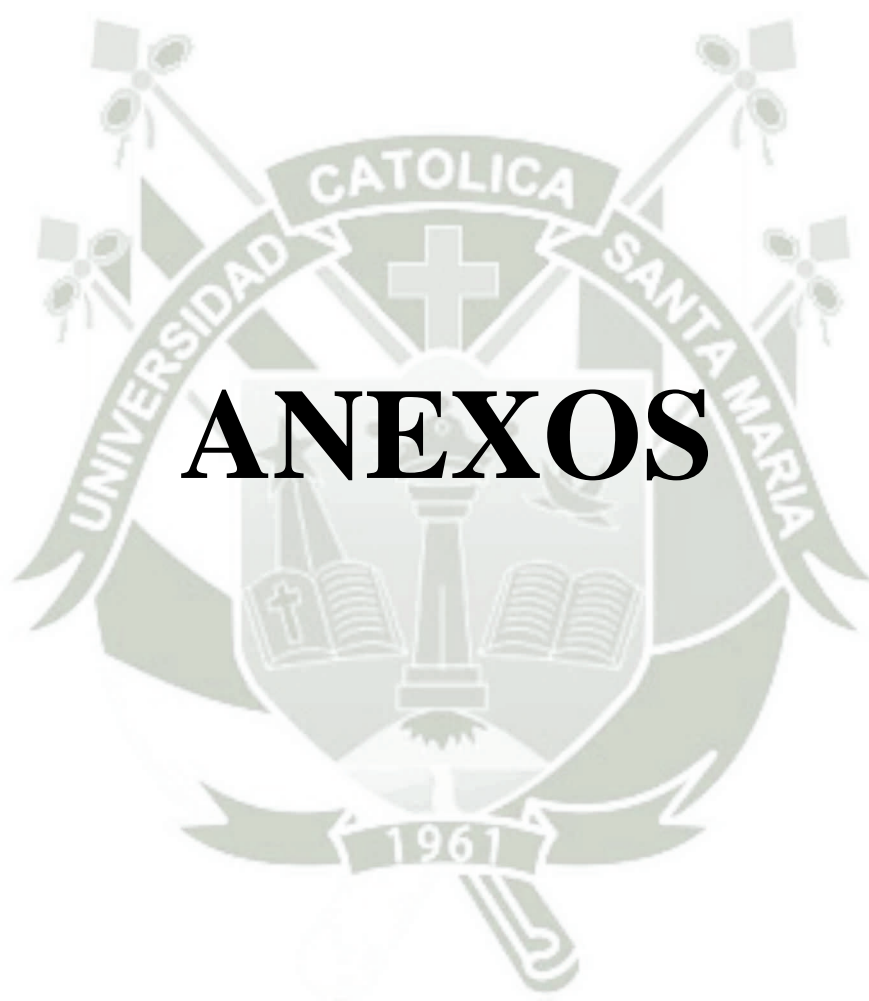
Vilca Tantapoma, M.E. (2012). *Metodología de la investigación científica* (4ª edición). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.

Villarán de la Puente, F. (2013). *El mundo de la pequeña empresa* (2º edición). Lima: MINCETUR.

Zambrano, H. (2016). *Decisiones económicas y la cultura financiera del empresario* (4ª edición). Málaga, España: Universidad de Málaga.

Zeitinger, C. P. (2014). *Las Micro y Pequeñas empresas desde la óptica del crédito* (2ª edición). Lima: IPC.





# ANEXOS



# ANEXO 1: PLAN DE TESIS

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## ESCUELA DE POSTGRADO DOCTORADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**“LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS  
EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL  
EXPORTADOR Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO  
EMPRESARIAL. AREQUIPA METROPOLITANA, 2016”**

**Plan de Tesis Doctoral presentada por el  
Magíster:**

**Lizárraga Zegarra, Julio César**

**Para optar el grado académico de:**

**Doctor en Economía y Negocios Internacionales**

**Asesor:**

**Dr. Loayza Borda Jhon Ricardo**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2017**

## CONTENIDO DEL PLAN DE TESIS

### PREÁMBULO

### I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

#### 1.1 Problema de investigación

##### 1.1.1 Enunciado del problema

##### 1.1.2 Descripción del problema

###### 1.1.2.1 Campo, área y línea de acción

###### 1.1.2.2 Descripción

###### 1.1.2.3 Variables de estudio

###### 1.1.2.4 Operacionalización de las variables

###### 1.1.2.5 Nivel y tipo de investigación

###### 1.1.2.6 Interrogantes básicas

##### 1.1.3 Justificación del problema

#### 1.2 Marco Teórico

##### 1.2.1 Marco conceptual

###### 1.2.1.1 La cultura financiera

A. Principales definiciones realizadas acerca de la cultura financiera

B. La cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios

C. Indicadores de la cultura financiera de los Micro y Pequeños  
Empresarios

C.1 Los conocimientos financieros

C.2 Las creencias financieras

C.3 Las habilidades financieras

C.4 Las actitudes financieras

C.5 Los comportamientos financieros

D. Relevancia de la cultura financiera de los Micro y Pequeños  
Empresarios en sus decisiones económico - financieras

1.2.1.2 Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas textiles con potencial exportador

- A. Controversias de los autores sobre la medición del crecimiento empresarial
- B. Algunas definiciones del crecimiento empresarial que han sido abordadas por los autores
- C. El concepto de crecimiento empresarial utilizado para la investigación
  - C.1 El crecimiento de las ventas
  - C.2 El crecimiento de las utilidades
  - C.3 El crecimiento del flujo de caja
- D. El crecimiento de las MYPES

1.2.1.3 Conceptos adicionales utilizados en la investigación

- A. La cultura
- B. Los valores
- C. La educación financiera
- D. La Microempresa
- E. La Pequeña Empresa
- F. El Potencial exportador

1.3 Antecedentes de la investigación

- 1.3.1 Antecedentes a nivel internacional
- 1.3.2 Antecedentes a nivel nacional
- 1.3.3 Antecedentes a nivel internacional

1.4 Objetivos

- 1.4.1 Objetivo general
- 1.4.2 Objetivos específicos

1.5 Hipótesis

1.6 Modelo de contrastación de la hipótesis de trabajo

## II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 2.1 Técnicas e instrumentos

### 2.2 Campo de verificación

#### 2.2.1 Ubicación espacial

#### 2.2.2 Ubicación temporal

#### 2.2.3 Unidades de estudio

##### 2.2.3.1 Criterios de inclusión

##### 2.2.3.2 Población del estudio

##### 2.2.3.3 Muestra

##### 2.2.3.4 Muestreo utilizado

### 2.3 Estrategia para la recolección de información

#### 2.3.1 Organización

#### 2.3.2 Recursos

##### 2.3.2.1 Recursos materiales

##### 2.3.2.2 Recursos humanos

##### 2.3.2.3 Recursos económicos

#### 2.3.3 Validación de los instrumentos

#### 2.3.4 Criterios para el manejo de resultados

##### 2.3.4.1 Revisión de los datos

##### 2.3.4.2 Codificación de los datos

##### 2.3.4.3 Clasificación de los datos

##### 2.3.4.4 Recuento de los datos

##### 2.3.4.5 Presentación de resultados

### 2.4 Cronograma del trabajo

## BIBLIOGRAFIA

## PREÁMBULO

El tema de investigación, *la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador y su influencia en el crecimiento empresarial*, es muy relevante, dada la importancia que tienen este tipo de Micro y Pequeñas Empresas, para el crecimiento y desarrollo de la economía en nuestro país, incluyendo la generación de empleo de mayor calidad, a diferencia de las MYPES que no pueden acumular activos y riqueza a manera que transcurre el tiempo, y ni que decir, si las comparamos con la mayor parte de MYPES que operan en nuestro país, que son completamente informales (que generan empleo de baja calidad y no pagan impuestos al fisco).

La temática seleccionada se ha realizado considerando la importancia del análisis de uno de los factores que se encuentran más asociados al crecimiento de las MYPES en general, y de las MYPES con potencial exportador, en particular, que es la cultura financiera de los empresarios que administran y dirigen estas empresas. En ese sentido, hay que señalar, que es precisamente, el conjunto de conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros de estos empresarios, que ejercen una influencia significativa sobre las decisiones económicas y financieras que tienen que tomar, como por ejemplo, con respecto al acceso al crédito, el planeamiento financiero, etc., aspectos que tienen mucho que ver con el nivel de crecimiento que pueden alcanzar estas empresas, más aún si pretenden ingresar a los mercados internacionales. En ese sentido, hay que indicar que hay dos tipos de cultura financiera de los empresarios en relación al crecimiento: la que está basada en un fuerte acceso a la educación financiera, y la que se sustenta en un bajo acceso a la educación financiera.

La tesis resalta un aspecto poco tratado en la literatura, esto es, la importancia de considerar a la cultura financiera como un factor directamente relacionado al crecimiento empresarial. Inclusive, el hecho de que cada empresario decida o no acceder al crédito formal, tiene que ver con su cultura financiera. En este contexto, la investigación busca poder analizar la cultura financiera de empresarios que administran Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) con potencial exportador, así como la influencia que tienen en el nivel de crecimiento de sus empresas.

## I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

### 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL. AREQUIPA METROPOLITANA, 2016.

#### 1.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

##### 1.1.2.1 CAMPO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**Campo:** Ciencias Económico Empresariales.

**Área:** Economía y Negocios Internacionales.

**Línea de investigación:** Crecimiento y desarrollo empresarial de MYPES con potencial exportador.

##### 1.1.2.2 DESCRIPCIÓN

Un problema central que deben enfrentar las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) que tienen potencial exportador, es poder alcanzar un nivel de crecimiento que les permita mantenerse en el mercado en el largo plazo. En ese sentido, no se trata sólo de que estas empresas logren crecer en términos económicos y financieros, sino también, para que puedan crear las condiciones y el contexto que garanticen que los niveles de crecimiento que van alcanzando, se mantengan en el largo plazo.

Es relevante señalar, que uno de los factores que influye de forma significativa en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas con potencial exportador, incluyendo las que pertenecen al sector textil, es el tipo de cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios que administran y dirigen estas empresas. Hay que tomar en cuenta que la

cultura financiera del empresario influye directamente en el crecimiento de la empresa<sup>1</sup>. Además, **Cáceres y Fernández (2016)** sostienen que “la cultura financiera impacta en la competitividad y el crecimiento empresarial”, sobre todo, en términos del crecimiento de las ventas, de las utilidades brutas, del flujo de caja, del margen de utilidad bruta, el así como del incremento del valor neto y mejoras en las empresas, el crecimiento de las inversiones, etc.

Un aspecto crucial de la descripción del problema de investigación está referido al hecho de que, las Micro y Pequeñas Empresas con potencial exportador, requieren tomar decisiones importantes con respecto, por ejemplo, al financiamiento empresarial para acelerar el proceso de crecimiento y la ejecución de las inversiones, y por lo tanto, analizar el tema del acceso al crédito, la planificación financiera para la elaboración adecuada en términos presupuestales respecto a la realización de las inversiones, la superación de la aversión al riesgo, etc. Entonces, queda claro que la cultura financiera del empresario juega un papel importante en un conjunto de decisiones que tienen que ver directamente con el crecimiento empresarial. Es más, si se trata de Micro y Pequeñas Empresas con potencial exportador, es decir, que requieren de acelerar el crecimiento para poder aumentar las posibilidades reales de ingresar a los mercados internacionales, el tipo de cultura financiera de estos empresarios, es fundamental para poder delimitar, de forma más precisa, dichas posibilidades.

Por lo tanto, una cuestión de fondo radica en entender que los conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros, que requiere un Micro o Pequeño Empresario con potencial exportador, deben responder a las necesidades reales de estas empresas de poder experimentar mayores niveles de crecimiento, sobre todo, si se tiene en la mira, poder ingresar a los mercados internacionales.

Otro aspecto relevante está referido a que, muchas veces las Micro y Pequeñas Empresas no logran el objetivo de crecer suficientemente, debido precisamente a que la cultura financiera del empresario, no siempre responde a los retos y cambios que tienen

---

**1 Cáceres y Fernández (2016). La cultura financiera del empresario y el crecimiento empresarial. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.**

que abordar, incluyendo los que se generan rápidamente en el mercado, lo cual es fundamental para que se garantice la sostenibilidad de estas empresas<sup>2</sup>.

Por otro lado, **García Rosales (2016)** señala que una MYPE que tiene potencial exportador, el cual se deriva, sobre todo, de su comportamiento en el mercado, sus recursos y sus productos, las condiciones reales para poder ingresar en el futuro a los mercados internacionales, etc., tiene como principales características:

- a) Tienen local propio.
- b) Están ubicadas estratégicamente.
- c) La inversión por unidad de producto es pequeña.
- d) La recuperación de las inversiones realizadas es rápida.
- e) La evaluación del potencial exportador de la MYPE es positiva.
- f) Manejan costos operativos bajos.
- g) Generalmente utilizan materia prima e insumos del lugar donde operan.
- h) Su estructura organizativa es flexible, con capacidad de poder adaptarse a los cambios que se generan en los mercados.
- i) La forma de trabajar es estructurada.
- j) Generalmente sus finanzas se encuentran bien.
- k) Tienen disposición para recibir asesoramiento técnico.
- l) Tienen personal y trabajadores con capacidad técnica y aptitudes apropiadas para poder exportar a los mercados internacionales.
- n) Tienen disposición y deseo de participar en procesos de asociatividad empresarial, de tal forma que puedan atender de forma apropiada y en condiciones adecuadas a los mercados internacionales.

El estudio se centra en el análisis de la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil que tienen potencial exportador, cuyo ámbito de operaciones es Arequipa, y su influencia en el crecimiento empresarial de estas unidades económicas. Para ello resulta necesario poder identificar y describir los tipos de cultura financiera de estos empresarios, así como analizar la influencia que ejercen en el crecimiento de estas empresas.

---

**2** García Rosales (2016).

### 1.1.2.3 VARIABLES DE ESTUDIO

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:**

“CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS”

- **VARIABLE DEPENDIENTE:**

“CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TEXTILES  
CON POTENCIAL EXPORTADOR”

### 1.1.2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

- a) La operacionalización de la variable independiente: **“Cultura Financiera”** ha sido elaborada sobre la base de la operacionalización de indicadores realizada por **Cáceres y Fernández (2015)**, en su libro: “La cultura financiera del empresario y el crecimiento empresarial”, Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- b) La operacionalización de la variable: **“Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas textiles con potencial exportador”** ha sido elaborada sobre la base de la operacionalización de indicadores realizada por **García Rosales (2016)**, en su libro: “Cultura financiera y crecimiento de las empresas con potencial exportador a largo plazo”, publicado por la UPM.

A continuación se ha desarrollado la matriz de consistencia, llegando hasta el nivel de índices:

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	SUBVARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
Analizar la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y su influencia en el crecimiento de sus empresas.	<p>1. Describir la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa.</p> <p>2. Determinar el nivel de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, en función a la</p>	<p><b>Dado que:</b></p> <p>La cultura financiera de los dueños de las empresas, reflejada en el conjunto de conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros que tiene el empresario, acerca de las decisiones económicas y financieras que debe tomar, influyen en el crecimiento empresarial</p> <p><b>Es probable que:</b> la cultura financiera de los Micro y</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b></p> <p><b>LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR</b></p>	<p>- Dimensiones económicas y financieras</p> <p>- Dimensiones sociales</p> <p>- Dimensiones psicológicas</p> <p><b>Tomando en cuenta el análisis de las 5 dimensiones culturales desarrolladas por Geert Hofstede en los años 80:</b></p> <p>- Índice de distancia del poder</p>	<p>Conocimientos financieros</p> <p>Habilidades financieras</p> <p>Creencias financieras</p> <p>Mitos financieros</p> <p>Actitudes financieras</p> <p>Comportamientos financieros</p>	<p>% de Micro y Pequeños Empresarios que administran MYPES textiles con potencial exportador según conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros.</p>

	<p>cultura financiera del empresario.</p> <p>3. Establecer la relación existente entre la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y el crecimiento de sus empresas.</p>	<p>Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en Arequipa, esté influyendo de forma positiva en el crecimiento de sus empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Individualismo contra colectivismo</b></li> <li>- <b>Índice de evitación de la incertidumbre</b></li> <li>- <b>Masculinidad contra femineidad</b></li> <li>- <b>Orientación a largo plazo contra orientación a corto plazo</b></li> </ul>		
--	---	---	---	--	--

			<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b>  <b>CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR</b>	<b>CRECIMIENTO DE LAS VENTAS</b>	Niveles de ventas promedio mensual de las MYPES textiles con potencial exportador  Cambios en los niveles de ventas promedio mensual de las MYPES textiles con potencial exportador durante los últimos 3 años	% de MYPES textiles con potencial exportador según niveles de ventas promedio mensual:  Hasta S/. 8000 Más de S/. 8000 a S/. 15000 Más de S/. 15000 a S/. 25000 Más de S/. 25000 a S/. 35000 Más de S/. 35000 a S/. 45000 Más de S/. 45000 a S/. 55000  % de MYPES textiles con potencial exportador según cambios en los niveles de ventas promedio mensual durante los últimos 3 años:
--	--	--	---	--------------------------------------	--	---

				<p>CRECIMIENTO DE LAS UTILIDADES BRUTAS</p>	<p>Niveles de utilidades brutas promedio mensual de las MYPES textiles con potencial exportador</p>	<p>Han aumentado más del 50%</p> <p>Han aumentado entre el 30% y 50%</p> <p>Han aumentado entre el 20% y menos del 30%</p> <p>Han aumentado menos del 20%</p> <p>No han aumentado</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador según niveles de utilidades brutas promedio mensual:</p> <p>Entre 3000 y S/. 4000</p> <p>Más de S/. 4000 a S/. 8000</p> <p>Más de S/. 8000 a S/. 12000</p> <p>Más de S/. 12000 a S/. 17000</p> <p>Más de S/. 17000 a S/. 22000</p> <p>Más de S/. 22000 a S/. 27000</p>
--	--	--	--	---	---	--

				<p>Cambios en las utilidades brutas promedio mensual de las MYPES textiles con potencial exportador durante los últimos 3 años</p> <p>Porcentaje de MYPES textiles con potencial exportador que han aumentado sus flujos de caja durante los últimos 3 años</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según niveles de utilidades brutas promedio mensual durante los últimos 3 años:</p> <p>Han aumentado más del 50%</p> <p>Han aumentado entre el 30% y 50%</p> <p>Han aumentado entre el 20% y menos del 30%</p> <p>Han aumentado menos del 20%</p> <p>No han aumentado</p>
			<p>CRECIMIENTO DEL FLUJO DE CAJA</p>	<p>Cambios en el flujo de caja</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según:</p> <p>Haya aumentado su flujo de caja</p> <p>No haya aumentado su flujo de caja</p>

			<p>CRECIMIENTO DEL MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</p> <p>CRECIMIENTO DEL VALOR NETO Y MEJORAMIENTO DE LAS EMPRESAS</p>	<p>Margen bruto de utilidad:</p> <p><u>Utilidad bruta</u>*100 Ventas</p> <p>Cambios en el margen de utilidad bruta durante los últimos 3 años:</p> <p>Inversión en activos en los últimos 3 años</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según margen bruto de utilidad:</p> <p>Del 20% al 30% Más del 30% al 40% Más del 40% al 45%</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador que durante los últimos 3 años:</p> <p>Han aumentado su margen de utilidad bruta No han aumentado su margen de utilidad bruta</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador que han invertido en activos en los últimos 3 años:</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Para capital de trabajo          Para la compra de un vehículo para la empresa          Para el mejoramiento del local de la empresa          En la compra de un local          Para publicidad de la empresa</p> <p>Reducción de los costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador según:</p> <p>Hayan reducido sus costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor</p> <p>No hayan reducido sus costos a través de la compra de materia prima e insumos en mayor volumen al por mayor</p>
--	--	--	--	--	--

				<p>CRECIMIENTO DE LAS INVERSIONES</p>	<p>Reducción de los costos de financiamiento bancario</p> <p>Incremento de las inversiones que realizan, con respuesta a la demanda del mercado durante los últimos 3 años</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según:</p> <p>Hayan reducido sus costos de financiamiento bancario</p> <p>No hayan reducido sus costos de financiamiento bancario</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador, cuyo incremento de las inversiones que realizan:</p> <p>Ha respondido a la demanda del mercado durante los últimos 3 años</p> <p>No ha respondido a la demanda del mercado durante los últimos 3 años</p>
--	--	--	--	---------------------------------------	--	--

				<p>CRECIMIENTO DE LA CANTIDAD DE EMPLEOS GENERADOS Y EMPLEOS PERMANENTES</p>	<p>Contratación de más trabajadores</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según:</p> <p>Hayan contratado más trabajadores No hayan contratado más trabajadores</p>
					<p>Porcentaje de MYPES textiles con potencial exportador que han contratado más trabajadores que laboran de forma permanente</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador según:</p> <p>Hayan contratado más trabajadores que laboran de forma permanente No hayan contratado más trabajadores que laboran de forma permanente</p>
					<p>El número de empleos estables generados en la MYPE</p>	<p>% de MYPES textiles con potencial exportador que generan:</p>

				<p>SOSTENIBILIDAD DE LAS MYPES TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR</p>	<p>Cantidad de años que las MYPES textiles vienen operando en el mercado</p>	<p>Hasta 5 empleos estables De 6 a 9 empleos estables De 10 a 15 empleos estables Más de 15 empleos estables</p> <p>% de MYPES textiles con potencial exportador que vienen operando en el mercado:</p> <p>Hasta 5 años Más de 5 hasta 10 años Más de 10 años</p>
--	--	--	--	--	--	---

**FUENTE:** Trabajo de Investigación.

**ELABORACIÓN:** Propia.

### 1.1.2.5 NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al nivel de investigación se trata de una **investigación explicativa**, dado que el estudio busca explicar la forma y la medida en que la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios (variable independiente) influye en el crecimiento de las MYPES textiles con potencial exportador (variable dependiente).

De acuerdo al tipo de investigación, según los diferentes criterios, se trata:

**Por su finalidad:** Investigación básica y comparativa.

**Según el tipo de diseño de investigación:** Investigación no experimental.

**Según su prolongación en el tiempo:** Investigación sincrónica.

### 1.1.2.6 INTERROGANTES BÁSICAS

Las interrogantes básicas de la presente investigación son las siguientes:

1. ¿Cuáles son las principales características de la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa?
2. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, en función a la cultura financiera del empresario?
3. ¿Influye la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, en el crecimiento de sus empresas?

### 1.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las razones que justifican el problema de investigación seleccionado son:

- a) En primer lugar, hay que señalar que las razones personales de realizar el estudio están referidas a la naturaleza y la selección del problema de investigación.
- b) Porque es relevante socialmente. La investigación aborda el nivel de crecimiento de las MYPES de un sector intensivo en mano de obra (el textil), que tienen potencial exportador, es decir, que puede contribuir a la mayor generación de empleo productivo y de mayor calidad. Hay que tomar en cuenta que no es lo mismo una MYPE que tiene potencial exportador en relación a una MYPE que no lo tiene.
- c) Porque la investigación contribuye a una mejor delimitación teórica y la creación de más conocimientos referidos al tema de la cultura financiera y su influencia en el nivel de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas con potencial exportador.
- d) El estudio contribuirá al desarrollo de nuevas investigaciones, enmarcadas en la temática de estudio seleccionada.
- e) Porque la investigación tienen una utilidad práctica. En efecto, la información que se obtendrá coadyuvará a la delimitación de estrategias orientadas al mejoramiento de forma progresiva y permanente la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios con potencial exportador, sobre todo, porque es un factor importante que está asociado al crecimiento de estas empresas.
- f) El problema de investigación es de actualidad. Los resultados de este tipo de estudios son de interés para todos los actores involucrados en la temática y en el problema de investigación.

## 1.2 MARCO TEÓRICO

### 1.2.1 MARCO CONCEPTUAL

- **GEERT HOFSTEDE Y SU TEORÍA DE LAS DIMENSIONES CULTURALES**

Geert Hofstede es un psicólogo social y antropólogo holandés que ha estudiado las interacciones entre culturas. Ha recibido numerosos galardones por su investigación intercultural en todo el mundo. Uno de sus logros más notables ha sido la formulación de la teoría de las dimensiones culturales, que proporciona un marco de trabajo sistemático para evaluar las diferencias entre naciones y culturas.

Su teoría se basa en la idea de que se puede asignar valor a seis dimensiones culturales. Se trata de poder (igualdad contra desigualdad), colectivismo (contra individualismo), evitación de la incertidumbre (contra tolerancia de la incertidumbre), masculinidad (contra femineidad), orientación temporal e indulgencia (contra contención). Hofstede ha recopilado la mayoría de sus datos sobre valores culturales del mundo mediante estudios realizados por IBM, una firma de tecnología y consultoría con sede en EE. UU. A continuación, ha propuesto un sistema de puntuación que utiliza una escala del 1 al 120.

**Índice de distancia del poder:** según Hofstede, “la distancia de poder se refiere a la medida en que los miembros menos poderosos de las organizaciones e instituciones (como la familia) aceptan y esperan que el poder se distribuya de forma desigual”. Esta dimensión no mide el nivel de distribución del poder en una cultura determinada, sino que analiza cómo se sienten las personas respecto a él. Una puntuación baja de distancia del poder significa que esa cultura espera y acepta que las relaciones de poder sean democráticas y que se considera a sus miembros como iguales. Una puntuación elevada de este índice significa que los miembros menos poderosos de la sociedad aceptan su lugar y son conscientes de la existencia de posiciones jerárquicas formales.

**Individualismo contra colectivismo:** “el grado en que las personas se integran en los grupos”. Esta dimensión no reviste connotaciones políticas; se refiere al grupo más que al individuo. Las culturas que son individualistas dan importancia a la consecución de

los objetivos personales. En las sociedades colectivistas, los objetivos del grupo y su bienestar se valoran por encima de los del individuo.

**Índice de evitación de la incertidumbre:** “tolerancia de una sociedad de la incertidumbre y la ambigüedad”. Se trata de una dimensión que mide la manera en que una sociedad aborda las situaciones desconocidas, los acontecimientos inesperados y la tensión del cambio. Las culturas que obtienen una puntuación elevada en este índice toleran peor el cambio y suelen minimizar la ansiedad que provoca lo desconocido implementando reglas, normativas o leyes rígidas. Las sociedades que obtienen una puntuación baja de este índice están más abiertas al cambio y tienen menos reglas y leyes, así como pautas más flexibles.

**Masculinidad contra femineidad:** “distribución de los papeles emocionales entre los géneros”. Esta dimensión mide el nivel de importancia que una cultura da a los valores estereotípicamente masculinos, como la asertividad, la ambición, el poder y el materialismo, y a los valores estereotípicamente femeninos, como el énfasis en las relaciones humanas. Las culturas con un valor alto en la escala de la masculinidad suelen presentar diferencias más marcadas entre los géneros y suelen ser más competitivas y ambiciosas. Las que obtienen una puntuación baja en esta dimensión presentan menos diferencias entre géneros y conceden gran importancia al desarrollo de relaciones.

**Orientación a largo plazo contra orientación a corto plazo:** esta dimensión describe el horizonte temporal de una sociedad. Las culturas con una orientación a corto plazo valoran los métodos tradicionales, dedican una cantidad de tiempo considerable a desarrollar relaciones y, en general, consideran el tiempo como una dimensión circular. Esto significa que el pasado y el presente están interconectados, y que lo que no se puede hacer hoy, se puede hacer mañana. Lo contrario a esto es la orientación a largo plazo, que considera el tiempo una dimensión lineal y mira al futuro en lugar de al presente o al pasado. Está orientada hacia los objetivos y valora las recompensas.

Hofstede insiste en que las dimensiones culturales no son más que un marco de trabajo para ayudar a evaluar una cultura concreta y, de este modo, orientar mejor las decisiones. Existen otros factores que deben tenerse en cuenta, como la personalidad, el historial familiar o el patrimonio personal. Las dimensiones propuestas no permiten

predecir los comportamientos individuales, ni tienen en cuenta la personalidad de cada uno.

### 1.2.1.1 CULTURA FINANCIERA

Se toman decisiones financieras a diario, algunas de ellas son decisiones simples y otras exigen un pensamiento más elaborado. En ambos casos existe algo en común entre los dos, y es que, la decisión que se tome ahora será causante en mayor o menor medida de la situación financiera en la que se encuentre en el mañana.

Muchas personas no logran entender el concepto y toma de decisiones de las finanzas personales a lo largo de su vida sin considerar sus consecuencias. El problema es que, en estos casos, al final no se ha sentado buenas bases para obtener una economía financieramente sólida.

#### A. PRINCIPALES DEFINICIONES REALIZADAS ACERCA DE LA CULTURA FINANCIERA

Para la **CONDUSEF (2009)** “La cultura financiera consiste en adquirir conocimientos y desarrollar las habilidades que todos necesitan para tomar mejores decisiones financieras, y así elevar el nivel de bienestar de cada una de las etapas de la vida”.

Para **Gale y Levine (2010)** “La cultura financiera es la habilidad de tomar juicios informados y decisiones efectivas respecto del uso y manejo del dinero y las riquezas”.

Para el **BANSEFI (2012)** “La cultura financiera es el proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos: a) tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, y b) utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza”.

La **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2014)** define la cultura financiera como “El proceso mediante el cual los consumidores e inversionistas mejoran su comprensión de los productos y los conceptos financieros, por medio de la información, la instrucción o la asesoría objetiva, desarrollan las capacidades y la confianza para estar conscientes de los riesgos financieros y las oportunidades, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para obtener ayuda y tomar otras medidas eficaces para mejorar su bienestar financiero y su protección”.

Para la **Autoridad de Servicios Financieros del Reino Unido (2014)** “La cultura financiera como es el desarrollo de la capacidad para administrar el dinero, dar seguimiento a las finanzas personales, planear para el futuro, elegir productos financieros y mantenerse informado sobre asuntos financieros”.

Para **Marriot y Mellett (2014)** “La cultura financiera es la capacidad que tienen los individuos de obtener, entender y evaluar información relevante, necesaria para tomar decisiones conscientes de las posibles consecuencias financieras”.

**En la Segunda Encuesta de cultura financiera en el Perú 2015 - ENFIN (2015)**, se señala que “la cultura financiera es el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos que permite a la población gestionar sus finanzas personales. Un buen nivel de cultura financiera facilita el acceso a mayor y mejor información sobre productos financieros y permite un mejor control del presupuesto personal y familiar”.

Para la **Comisión de Educación Financiera de Estados Unidos (2015)** “La cultura financiera consiste en proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras”.

Para la **SBS (2016)** “La cultura financiera es la capacidad de la población de informarse de los productos financieros a los cuales tiene acceso y la evaluación real de sus capacidades, tanto para el pago de las deudas que adquiere como para el ahorro familiar, así como el La capacidad conocimiento adecuado para beneficiarse de los productos bancarios, de seguros y jubilatorios que existen actualmente en el mercado nacional”.

## **B. LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

En el marco de la investigación, está definida por las creencias, conocimientos, actitudes, comportamientos y habilidades financieras de los Micro y Pequeños Empresarios, que contribuyen a mejorar el manejo de sus finanzas, así como al acceso a los diversos productos y servicios financieros existentes en las instituciones financieras, y por lo tanto, a tomar decisiones importantes en el ámbito financiero.

## **C. INDICADORES DE LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

### **C.1 LOS CONOCIMIENTOS FINANCIEROS DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

“Es la información adquirida por las personas para poder administrar sus finanzas personales, acceder en mejores condiciones a los productos y servicios financieros, así como para poder tomar decisiones” (Marriot y Mellett, 2014: 17).

### **C.2 LAS CREENCIAS FINANCIERAS DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

“Son las ideas y conceptos más generales acerca del mundo del dinero, del manejo de las finanzas personales y sobre las ventajas o desventajas de acceder a ciertos productos y servicios financieros que ofertan las instituciones financieras, así como del lugar que en él ocupa la persona. Son los cimientos de la cultura financiera” (Marriot y Mellett, 2014: 18).

### **C.3 LAS HABILIDADES FINANCIERAS DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

“Es el conjunto de destrezas y aptitudes para poder manejar las finanzas personales, realizar inversiones, seleccionar adecuadamente los productos y servicios financieros

más adecuados de acuerdo a sus necesidades, etc. También se definen como las capacidades adquiridas para aplicar eficientemente una técnica” (Marriot y Mellett, 2014: 19).

#### **C.4 LAS ACTITUDES FINANCIERAS DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

“Son los juicios evaluativos y la propensión de las personas con respecto al mundo del dinero, las inversiones, acceso a productos y servicios financieros, entre otros temas financieros” (Marriot y Mellett, 2014: 20).

#### **C.5 LOS COMPORTAMIENTOS FINANCIEROS DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS**

“Es la forma de proceder de las personas frente a situaciones y decisiones que tienen que tomar con respecto a sus finanzas personales, la realización de inversiones, acceso a productos y servicios financieros” (Marriot y Mellett, 2014: 21).

#### **D. RELEVANCIA DE LA CULTURA FINANCIERA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS EN SUS DECISIONES ECONÓMICO - FINANCIERAS**

**Baldárrago (2010)** señala que “La cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios influye directamente en la manera en que toman decisiones de financiamiento, inversión y manejo de los riesgos financieros que tienen que asumir, la moral, usos y costumbres, así como en la manera de analizar, y en la forma de tomar decisiones económicas y financieras”.

Para **Valderrama (2014)** “Muchas veces, los individuos sobrevaloran sus conocimientos en materia financiera, ya que se sienten más capacitados en cuestiones financieras de lo que, en realidad, lo están, y que algunas veces, esto ocurre en algunos sectores económicos (como por ejemplo en el caso de los Micro y Pequeños Empresarios). Asimismo, que gran parte de la población tiene dificultades para

gestionar su situación financiera, asimilar la información que está a su alcance y evaluar los riesgos que está asumiendo”.

Por otro lado, para **Zambrano (2016)** “La planificación financiera que realiza la mayoría de Micro y Pequeños Empresarios es insuficiente, con lo que el riesgo de endeudarse de manera inadecuada puede resultar elevado. Además, que existe una correlación positiva entre la cultura financiera y el estatus socioeconómico de los empresarios, por lo que, con mayor frecuencia, son los empresarios con niveles de renta más altos, los que presentan una cultura financiera apropiada para el crecimiento de sus empresas, y viceversa”.

Son estas las razones las que explican el por qué la OCDE, el BID, el FMI, entre otras instituciones importantes, recomiendan a todas las naciones, que implementen y desarrollen programas para mejorar la cultura financiera de la población en general, y de los Micro y Pequeños Empresarios en particular. Por tanto, lo que se busca es mejorar la cultura financiera de las naciones, con la finalidad de concientizar a la población y a los empresarios en el sentido de que la cultura financiera es parte importante del capital humano de las naciones para que puedan alcanzar mayores niveles de crecimiento y de desarrollo.

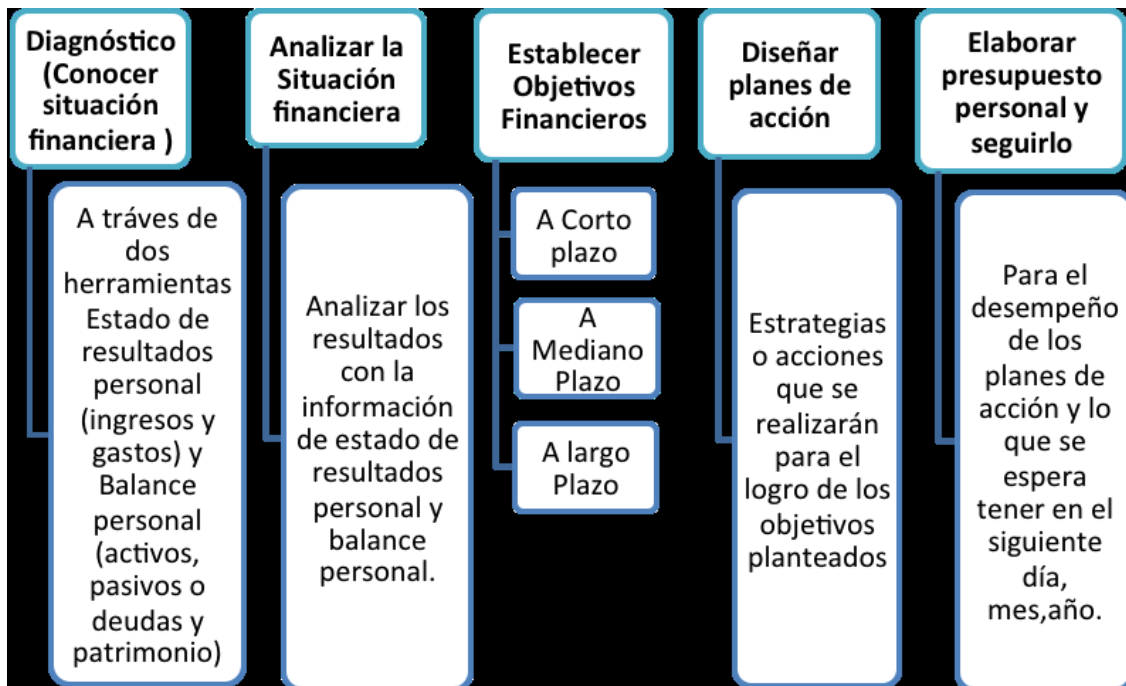
Al igual que las finanzas personales, la planeación personal también es importante para analizar la situación financiera, establecer objetivos financieros y formular los planes que le permitan alcanzarlos.

Por lo tanto, las finanzas y el conocimiento financiero, son necesarias, incluso, para las finanzas personales, comprender la planificación y el uso de los recursos personales a lo largo de los años, para lograr una mejora en la calidad de vida personal y familiar.

Así como una empresa planifica sus pasos económicos, las personas también deben planificar sus finanzas para determinar metas, objetivos y estrategias que permitan ir hacia las metas pactadas.

El siguiente esquema muestra los pasos a seguir para una adecuada planificación financiera personal, que puede ser tomada como ejemplo, para que la persona sea su propio asesor financiero:

## PROCESO DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA PERSONAL



**FUENTE:** Gonzales Abarca (2015). *La planificación financiera*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

**Gonzales Abarca (2015)** señala que “Con cada uno de los pasos para una adecuada planificación financiera personal, el esquema indica cómo una persona puede analizar y evaluar su situación económica en base a objetivos planteados, los mismos que deben ser medibles y cuantificables, para poder determinar el cumplimiento de los planes de acción que se diseñen en base a las metas u objetivos”.

Asimismo, el autor indica que “Con todos los pasos para una adecuada planificación personal, se puede tomar control de sus propias finanzas, así como la decisión de asumir una responsabilidad para su propio futuro, y que a nadie más le importará que sucede con su dinero, más que a uno mismo, y sentir la satisfacción de lograr sus metas y objetivos financieros, que ha logrado una independencia financiera, culturizándose financieramente para su desarrollo personal.

### 1.2.1.2 CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR

#### A. CONTROVERSIAS DE LOS AUTORES SOBRE LA MEDICIÓN DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Los autores utilizan diversos indicadores para la medición del crecimiento de las empresas, y, además, tienen diferentes perspectivas y puntos de vista con respecto a su conceptualización. Estos hechos ha sido ampliamente analizado por **Bonilla (2013)**.

**Canals (2012)** señala que “el crecimiento no es el objetivo final de las empresas, sino que es un medio para alcanzar otros objetivos y su ausencia prolongada puede ser un síntoma de declive futuro”. Este autor afirma que “desde el punto de vista de la dirección de empresas, el crecimiento es importante, no sólo por la posible repercusión en el valor de la empresa, sino por un conjunto de razones más sutiles que pueden garantizar la supervivencia de una empresa a mediano plazo, como son: la atracción del talento profesional, la necesidad de captar recursos financieros, el riesgo de sustitución y el riesgo de imitación, la superación de la mentalidad de sector maduro y la preocupación por el futuro, por el modo de afrontarlo”.

Teniendo en cuenta lo anterior, el crecimiento empresarial debe ser medido y evaluado, y por tanto, las empresas deben determinar los mecanismos necesarios para dicha medición y evaluación.

Según **Blázquez, Dorta y Verona (2011)** “el crecimiento empresarial ha sido considerado en la literatura de dos formas distintas; una como un objetivo deseado por las empresas (y en este caso el direccionamiento estratégico formal estaría fundamentado en políticas de crecimiento), y otra, de considerar el crecimiento empresarial, como una consecuencia del “manejo” adecuado de las empresas, y en este sentido, el crecimiento es un resultado derivado de la adecuada administración de las empresas.

**Delmar (2014)** indica que “lo que motiva esta variedad de medidas utilizadas en los estudios empíricos del crecimiento empresarial es la falta de reconocimiento sobre la

naturaleza heterogénea del propio fenómeno del crecimiento, y que estas diferencias en variables y metodologías es solo un aspecto que denota la necesidad de una visión más integral y compleja del crecimiento empresarial”.

La forma en que se genera el crecimiento empresarial también es uno de los temas que han sido abordados en menor medida. Además, **Makridakes (2013)** señala que “son significativas las diferencias entre el crecimiento orgánico de las empresas en comparación al crecimiento que se obtiene vía adquisiciones, y estas diferencias se dan a todo nivel: organizativo, social, económico, financiero, etc.”.

Estos dos tipos de crecimiento han sido abordados detalladamente por **Penrose (2014)**. Al respecto, señala que “el crecimiento orgánico generalmente está relacionado con Micro o Pequeñas Empresas, o con empresas que hace poco han ingresado al mercado, y que, en cambio, el crecimiento que se obtienen vía adquisiciones mayormente se produce en las Medianas y Grandes Empresas, así como en sectores de mayor maduración en el mercado”.

Por otro lado, **McMahon (2013)** agrega otro tipo de crecimiento, al que denomina formas híbridas de crecimiento. Este autor señala que “este tipo de crecimiento implica la existencia de contratos entre las empresas, los cuales relacionan a éstas con un conjunto de agentes externos, además de compartir algunos activos”.

Lo que sí debe quedar claro es que el crecimiento de las empresas tiene varias dimensiones de análisis y que es muy heterogéneo. Por lo tanto, no es sencillo poder seleccionar un concepto del crecimiento empresarial que pueda incluir todas las dimensiones que tiene.

## **B. ALGUNAS DEFINICIONES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL QUE HAN SIDO ABORDADAS POR LOS AUTORES**

**Penrose (2014)** menciona que "el crecimiento se caracteriza por la acción compleja de las modificaciones internas que desembocan en un aumento de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso, y que, desde el momento en que la dirección se esfuerza por explotar al máximo los factores de

producción de que dispone, se produce un proceso dialéctico verdaderamente dinámico que favorece el crecimiento continuo”.

**Bolaños (2014)** menciona que: "El crecimiento empresarial se define por el aumento duradero de la dimensión de una unidad económica simple o compleja, realizado con cambios de estructura y eventualmente de sistema, y acompañado de progresos económicos variables. Este concepto está enlazado indisolublemente con el aumento de la dimensión y con el cambio estructural".

**Valverde (2012)** indica que: "El crecimiento de la empresa representa el desarrollo que está alcanzando la misma, manifestado tanto por el incremento de las magnitudes económicas que explican su actividad, como por los cambios observados en su estructura económica y organizativa".

**Correa (2013)** explica que “Las definiciones insisten en dos características que se podrían considerar como elementos esenciales del proceso de crecimiento: el aumento de la dimensión de la empresa y las modificaciones estructurales que experimenta la misma, surgiendo una cierta polémica sobre si es el crecimiento el que condiciona la dimensión o, si es la búsqueda de una determinada dimensión óptima la que condiciona el crecimiento”.

Para **Valdivieso (2015)** “El crecimiento empresarial tiene dos dimensiones de análisis, La primera, considerándolo como “incremento en cantidad, como por ejemplo, producción, exportaciones, ventas, etc. La segunda, como el mejoramiento del nivel de calidad de la empresa”. Mayormente, las investigaciones sobre el crecimiento empresarial están referidas a la primera dimensión, es decir, la de naturaleza cuantitativa.

### **C. EL CONCEPTO DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL UTILIZADO PARA LA INVESTIGACIÓN**

Para efectos de la investigación, se ha utilizado el concepto base dado por **Gallegos (2015)**, en el sentido de que el crecimiento se refiere a incrementos y modificaciones del tamaño de la empresa, que originan que ésta sea diferente de su estado anterior, pero,

agregándole el componente de la sostenibilidad (sobre todo, considerando, que se trata de MYPES). Es decir, que se han producido aumentos en cantidades y dimensión, así como cambios en sus características internas. Estos aumentos se pueden reflejar en todas o varias de las siguientes subvariables:

1. El crecimiento de las ventas
2. El crecimiento de las utilidades
3. El crecimiento del flujo de caja
4. El crecimiento del margen bruto de utilidad.
5. El crecimiento del valor neto de la empresa, cambios y mejoras en el negocio
6. El crecimiento de las inversiones
7. El crecimiento de la generación de empleo y estabilidad laboral
8. La sostenibilidad de las empresas

Resulta relevante profundizar, adicionalmente, a la operacionalización de la variable, las tres primeras subvariables:

### **C.1 EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS**

**Gallegos (2015)** señala que “la meta de la mayoría de los empresarios está enfocada en incrementar las ventas de sus negocios, y que, en efecto, el éxito y el crecimiento lo suelen medir en función del crecimiento de sus ventas, pero, que sin embargo, no siempre el crecimiento de las ventas implica necesariamente obtener máyores utilidades”. Este autor menciona que está bien que una de las subvariables del crecimiento empresarial sea el crecimiento de las ventas. Al respecto, indica que el crecimiento en las ventas puede ser medido en varias dimensiones:

1. Las ventas en valores absolutos según la moneda local.
2. Las ventas convertidas en una moneda extranjera si la empresa es importadora o exportadora de una parte importante de sus materias primas.
3. Las ventas en unidades vendidas de cada uno de sus productos, es decir, la cantidad vendida.
4. Las ventas del “tiquet promedio”, es decir, la venta que se hace en promedio a cada cliente que llega al negocio o la venta promedio por factura.

5. La participación que tiene la empresa en el mercado, es decir el porcentaje o lugar que ocupa la empresa dentro de su mercado meta, nicho de mercado, país o región.

Este autor hace hincapié en el hecho de que los empresarios suelen medir el crecimiento para plazos de un año, pero que lo ideal es plantear metas más de corto plazo y compararlas con tiempos iguales. Así por ejemplo, señala que es recomendable comparar las ventas mensuales para los mismos meses del año con respecto al año anterior, las ventas semanales, ventas diarias, e incluso, en algunos tipos de negocios (como los restaurantes), ventas por turnos, y, en fábricas, ventas por líneas de productos para periodos comparables.

## C.2 EL CRECIMIENTO DE LAS UTILIDADES

Para **Gallegos (2015)** un indicador más fuerte para medir el crecimiento empresarial es el crecimiento de las utilidades. En general, hay que señalar que se puede hablar de:

- La utilidad bruta (indicador utilizado en la operacionalización de la variable)
- El margen de contribución.
- La utilidad operativa.
- La utilidad neta antes de la carga financiera.
- La utilidad antes del pago de impuestos.
- La utilidad después del pago de impuestos.

## C.3 EL CRECIMIENTO DEL FLUJO DE CAJA

Para **Gallegos (2015)** el indicador por excelencia, desde el punto de vista financiero, y accesible para las empresas que no cotizan en bolsa (como es el caso de las MYPES con potencial exportador), debería ser el **Flujo de Caja Neto**, y, sobre todo, analizar sus variaciones (aumentos o disminuciones a lo largo de un periodo no menor a los 3 años).

Para fines ilustrativos, hay que señalar que el Flujo de Caja es el resultado de restar los ingresos que recibe la empresa menos los egresos o salidas de efectivo.

Los ingresos pueden ser por:

- Ventas al contado.
- Cobro de las ventas al crédito.
- Otros ingresos extraordinarios.

Los egresos de efectivos serán entonces:

- Los pagos a proveedores de las facturas de compras a crédito.
- las compras al contado.
- Los pagos de gastos fijos.
- Los pagos de planilla o nóminas, cargas sociales y prestaciones legales.
- Los pagos por deudas que tiene la empresa.

El Flujo de Caja Neto se utiliza como el principal indicador para medir el valor actual de una empresa, descontando los flujos de caja proyectados a una tasa de descuento razonable que usualmente es el rendimiento deseado por los inversionistas. Entonces el crecimiento en el Flujo de Caja a través del tiempo es el resultado, casi siempre, de una buena gestión empresarial en todas sus áreas. El empresario:

- Vende bien y cobra bien. Si las ventas aumentan y se recuperan las que son a crédito, el flujo de caja aumenta.
- Controla sus compras, mantiene un costo de ventas correcto y cuenta con plazos adecuados de pago.
- Tiene un costo de planilla o nómina razonable para el giro de negocio y para el volumen de ventas.
- Tiene un Presupuesto de Gastos Fijos absolutamente controlados y ajustados a la realidad de la empresa.
- Tiene una carga financiera y cuotas sobre los préstamos ajustados a las ganancias de la empresa.
- Controla su tesorería obsesivamente y planifica sus inversiones sobre su conocimiento.

## D. EL CRECIMIENTO DE LAS MYPES

**Gonzalez Vega (2012)** menciona que: “el crecimiento de las MYPES es uno de los temas que viene siendo abordado con mayor amplitud por todos los actores involucrados (los organismos internacionales, los Estados, las IMF, los centros de investigación, etc.), y que uno de los factores que se encuentra asociado a dicho crecimiento es la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios”.

El crecimiento empresarial de las MYPES tiene varias dimensiones de análisis. “Este concepto se refiere a modificaciones e incrementos de tamaño que originan que la empresa sea diferente de su estado anterior, es decir, que se producen aumentos en cantidades y dimensión, así como cambios en sus características internas” (**Montero y Carbajal, 2015**). Asimismo, **Delmar (2014)** señala que “el crecimiento de las empresas se define por el aumento duradero de la dimensión de una unidad económica simple o compleja, realizado con cambios de estructura y eventualmente de sistema, y acompañado de progresos económicos variables”.

Cuando se genera un proceso de crecimiento en las MYPES, también se produce un incremento en el nivel de probabilidad de que puedan alcanzar un mayor nivel de desarrollo. El IPE (2015) indica que “el crecimiento de las empresas, depende, entre otras cosas, de sus flujos de ingresos empleados para la satisfacción de todas sus necesidades”.

Por otro lado, **Figuroa (2011)** señala que “cuando las MYPES aumentan al mismo tiempo otros productos y mercados, se genera un proceso de diversificación, pudiendo ser éste, horizontal, o también que se encuentre relacionado a las características de los productos y del mercado actual”.

Es relevante mencionar que el acceso al crédito y a otros servicios financieros, juegan un papel importante en cuanto al crecimiento de las MYPES. Sin embargo, el acceso al sistema financiero, depende, entre otras cosas, de la cultura financiera del empresario. De esta forma, queda claro que el crecimiento de las MYPES se encuentra relacionado a la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios.

### 1.2.1.3 CONCEPTOS ADICIONALES UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

#### A. LA CULTURA

“La cultura es el conjunto de creencias, expectativas y principios fundamentales o básicos, compartidos por los miembros de un grupo humano o sociedad. Estas creencias y expectativas producen reglas de conducta (normas) que configuran poderosamente la conducta de los individuos y grupos humanos, y de esta forma la diferencia de otros grupos humanos” (Suarez, 2013: 26).

#### B. LOS VALORES

“Los valores reflejan la concepción compartida de lo que es deseable. Son los ideales aceptados por un determinado grupo humano, que establecen las directrices para el comportamiento diario con respecto a algo en particular (como por ejemplo la toma de decisiones financieras). Son el motor de la acción. La suma de creencias y valores forma la ideología” (Amezcu, 2015: 19).

#### C. LA EDUCACIÓN FINANCIERA

“La educación financiera es el proceso mediante el cual una persona puede adquirir herramientas para mejorar su relación con el dinero, planificando el uso, siendo previsivo y conociendo las herramientas tecnológicas que le permitirán hacer sus transacciones financieras en menor tiempo y mayor seguridad” (Amezcu, 2015: 21).

#### D. LA MICROEMPRESA

La definición precisa de la Microempresa en el Perú, está señalada en la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. Precisamente, en dicha ley, publicada en el 2013, se especifica que la Microempresa es la unidad económica, ya sea que esté constituida por una persona natural o jurídica, que percibe ventas anuales que no superan las 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). La SBS establece que la Microempresa posee un nivel de endeudamiento total en el sistema financiero menor a los S/. 20000.

“Desde el punto de vista crediticio podemos definir las microempresas como unidades económicas cuyas necesidades de financiamiento son fundamentalmente para capital de trabajo” (Zeitinger, 2014). Villarán (2013) indica que “la microempresa es la forma organizacional de actividades productivas de pequeña escala, cuyos dueños generalmente laboran en sus empresas, el número de trabajadores no excede de 10 y el valor total de las ventas no excede de las 150 Unidades Impositivas Tributarias”.

### E. LA PEQUEÑA EMPRESA

La ley mencionada en el concepto de Microempresa, establece que la Pequeña Empresa es la unidad económica, ya sea que esté constituida por una persona natural o jurídica, que percibe ventas anuales que superan las 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). La SBS establece que la Pequeña Empresa posee un nivel de endeudamiento total en el sistema financiero que supera los S/. 20000, pero no mayor a los S/. 300000, en los últimos seis meses.

Villarán (2013) indica que “la pequeña empresa es la forma organizacional de actividades productivas de pequeña escala, cuyo número de trabajadores no excede de 100 y el valor total de las ventas no excede de las 1700 Unidades Impositivas Tributarias”.

### F. EL POTENCIAL EXPORTADOR

“El potencial exportador es la capacidad que tiene una empresa para poder exportar, bajo un conjunto de fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, para aprovechar las oportunidades que le ofrece el mercado internacional. El análisis del potencial exportador es vital para la inserción de la empresa en el mercado global, ya que identifica las capacidades en las diferentes etapas del proceso del comercio exterior” (Bolaños, 2014).

Palacios (2015) señala que “la empresa debe precisar la finalidad de una política exportadora, conociendo aspectos tales como los objetivos de crecimiento, los tipos de mercados, la estructura de la organización, los objetivos financieros, etc.”.

### 1.3 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación veamos la lista de antecedentes de la investigación, tanto a nivel internacional, nacional y regional.

#### 1.3.1 ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

- 1) **Carrasco, A. (2012)** realizó un estudio titulado: **“La cultura financiera de los clientes de las Instituciones de Microfinanzas y su relación con el crecimiento de las MYPES, Monterrey, México”**, concluye que la cultura financiera de los clientes de las Instituciones de Microfinanzas se encuentra asociada y relacionada a los niveles de crecimiento de las MYPES que administran, y que operan en Monterrey, México, sobre todo, en términos de niveles de ventas, utilidades, generación de empleo, etc.
- 2) **Fajardo, Ricardo (2013)**, realizó un estudio titulado: **“Los impactos de la cultura financiera”**, editado y publicado en la **Universidad Nacional Autónoma de México**, concluye que uno de los impactos de la cultura financiera se produce en los niveles de crecimiento de las empresas, tanto en Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas. Esta investigación demostró que dependiendo del tipo de cultura financiera del empresario (apropiada o inapropiada), se generarán distintos impactos en el crecimiento empresarial.
- 3) **Talavera, Mauricio (2015)**, realizó un estudio titulado: **“Cultura financiera y crecimiento de las pequeñas empresas del sector manufacturero que operan la ciudad de Quito, Ecuador”**, concluye que la cultura financiera de los dueños de las pequeñas empresas del sector manufacturero que operan en la ciudad de Quito, Ecuador, ejerce un impacto significativo en el crecimiento de sus empresas. Se utilizó un modelo econométrico para poder demostrar estadísticamente dicha relación. Además, se encontró que la cultura financiera impactó positivamente en el crecimiento de las ventas, los activos y la rentabilidad de estas empresas, durante el período 2010 – 2014.

- 4) **García Rosales, Alberto (2016)** realizó un estudio titulado: **“Cultura financiera y crecimiento de las empresas con potencial exportador a largo plazo”**, en la **Universidad de Valencia**, concluyendo, que la cultura financiera, reflejada en el conjunto de conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros que tiene el empresario, acerca de las decisiones económicas y financieras que debe tomar, influye significativamente en el nivel de crecimiento de las empresas con potencial exportador a largo plazo, y que este hecho, es altamente significativo para el caso de las empresas que tienen potencial exportador, sobre todo, porque están buscando sentar las bases para ingresar a los mercados internacionales.

### 1.3.2 ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL

- 1) **Cáceres, Arturo y Fernández, Gabriel (2015)**, realizaron un estudio titulado: **“La cultura financiera del empresario y el crecimiento empresarial”**, publicado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, llegando a la conclusión de que la cultura financiera es un factor importante que impacta en el nivel de crecimiento de las MYPES con potencial exportador.
- 2) **Carbajal, Patricio (2016)**, realizó una investigación titulada: **“Cultura financiera de los prestatarios de la Caja Sullana y su impacto en el crecimiento de las MYPES del sector comercio”**. Esta investigación concluye que la cultura financiera de la mayor parte de los prestatarios de la Caja Sullana está generando un impacto positivo y significativo en el crecimiento de las MYPES del sector comercio que atiende. Las estimaciones econométricas realizadas demuestran, además, una alta correlación entre la cultura financiera de los dueños de las MYPES y los niveles de crecimiento de sus empresas.

### 1.3.3 ANTECEDENTES A NIVEL REGIONAL

- 1) **Sánchez Advíncula, Jaime (2016)**, realizó una tesis de maestría, titulada: **“Influencia de la cultura financiera en los niveles de productividad de los Técnicos Operativos de Créditos del Banco de la Nación – Agencia Arequipa: 2012 – 2014”**, sustentada en la UCSM, llegando a la conclusión de que la cultura

financiera de los clientes del Banco de la Nación – Agencia Arequipa, influye en los niveles de productividad de los Técnicos Operativos de Créditos de esta institución financiera estatal.

## 1.4 OBJETIVOS

### 1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y su influencia en el crecimiento de sus empresas.

### 1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa.
2. Determinar el nivel de crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa, en función a la cultura financiera del empresario.
3. Establecer la relación existente entre la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y el crecimiento de sus empresas.

## 1.5 HIPÓTESIS

**Dado que** la cultura financiera de los dueños de las empresas, reflejada en el conjunto de conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros que tiene el empresario, acerca de las decisiones económicas y financieras que debe tomar, influye en el crecimiento empresarial, **es probable que** la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en Arequipa, esté influyendo de forma positiva y significativa en el crecimiento de sus empresas.

## 1.6 MODELO DE CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE TRABAJO

Tomando en cuenta que, en el contexto de la investigación, el crecimiento empresarial es comparado, en función a la cultura financiera del empresario, entonces, el modelo de contrastación de la hipótesis de trabajo es el siguiente:

1. Primero, se determinará el grupo de MYPES textiles que tienen una **cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera**, así como el grupo que tiene una **cultura financiera con bajo acceso a la educación financiera**. Este criterio está sustentado en el hecho de que el desarrollo de la cultura financiera implica el acceso a la educación financiera, que es el proceso formativo mediante el cual, los individuos comprenden, de manera más profunda, los conceptos y productos financieros, desarrollan las capacidades para la toma de decisiones y la confianza a partir del acceso a la información, a la asesoría objetiva y a la enseñanza, para estar conscientes de los riesgos financieros que tienen que asumir y de las oportunidades que pueden aprovechar.
2. Luego, las diferencias halladas en torno al nivel de crecimiento en cada uno de los grupos de empresas (con culturas financieras diferentes), permitirá determinar la influencia de la cultura financiera en el crecimiento empresarial, así como el establecimiento de la relación existente entre cada tipo de cultura financiera y el crecimiento empresarial.

Es relevante señalar que se habla, en el marco de la investigación, de una **cultura financiera con fuerte acceso a la educación financiera**, así como de una **cultura financiera con bajo acceso a la educación financiera**, sobre la base teórica de que la cultura financiera comprende el conocimiento sobre las finanzas, las creencias que se tengan al respecto, los usos y las costumbres en la forma de analizar y evaluar la información financiera en el contexto económico, para la toma de decisiones tendientes a lograr un bienestar individual y social.

## II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTE
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b>  <b>“CULTURA FINANCIERA”</b>	Encuesta	Cuestionario	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b>  <b>“CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR”</b>	Observación documental  Encuesta	Ficha de observación documental  Cuestionario	de Estados financieros de las empresas

**FUENTE:** Trabajo de investigación.

**ELABORACIÓN:** Propia.

### 2.2 CAMPO DE VERIFICACIÓN

#### 2.2.1 UBICACIÓN ESPACIAL

**El ámbito geográfico:** La ciudad de Arequipa.

**El ámbito funcional:** A nivel de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador, que operan en la ciudad de Arequipa.

## 2.2.2 UBICACIÓN TEMPORAL

Según la ubicación temporal, la investigación es coyuntural. En efecto, la información sólo corresponde al 2016.

## 2.2.3 UNIDADES DE ESTUDIO

### 2.2.3.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Las unidades de estudio son:

Los Micro y Pequeños Empresarios y las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil con potencial exportador y que operan en la ciudad de Arequipa. Los siguientes criterios de inclusión son:

- a) Ser MYPE del sector textil con potencial exportador, en el estudio realizado por el Ministerio de la Producción y ADEX entre enero y diciembre del año 2015.
- b) Operar como mínimo 5 años.
- c) El ámbito geográfico de operaciones es la ciudad de Arequipa.

### 2.2.3.2 POBLACIÓN DEL ESTUDIO

El **Ministerio de la Producción y ADEX** realizaron entre enero y diciembre del año **2016**, un estudio a nivel nacional, por regiones y ciudades, según sectores empresariales, para poder identificar con mayor precisión a las Micro y Pequeñas Empresas textiles que tienen potencial exportador.

De acuerdo a este estudio, en la ciudad de Arequipa vienen operando, a diciembre del 2016, 174 MYPES del sector textil con potencial exportador. Por lo tanto:

<b>POBLACIÓN DEL ESTUDIO = 174 MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR</b>
--

### 2.2.3.3 MUESTRA

Corresponde a la fórmula usada para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población = 174

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss, que depende del nivel de confianza elegido = **1,96**, para un nivel de confianza del 95%. El nivel de confianza es la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga al verdadero valor del parámetro de la población.

$Z^2 = (1,96^2)$ , correspondiente a un nivel de confianza del 95%.

p = Probabilidad de ocurrencia (a favor) = **0,5** (50%)

q = probabilidad de no ocurrencia = 100% - p = **0,5** (50%)

e = Error de estimación = **0,05** (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(174)}{(0,05)^2(174 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

Entonces:  $n = 119,97243$

**TAMAÑO DE LA MUESTRA = 120 MYPES TEXTILES CON POTENCIAL EXPORTADOR**

#### **2.2.3.4 MUESTREO UTILIZADO**

Se utilizará el muestreo aleatorio, es decir, al azar, con la finalidad de que la muestra sea representativa de la población.

### **2.3 ESTRATEGIA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

#### **2.3.1 ORGANIZACIÓN**

Para la elaboración del marco teórico se requiere revisar detalladamente toda la información relacionada a la temática seleccionada.

- Se realizará el trabajo de campo aplicando dos encuestas a los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil, cuyas empresas tienen potencial exportador, que conforman la muestra del estudio:
  - Una encuesta sobre cultura financiera.
  - Una encuesta sólo para algunos indicadores del crecimiento de estas empresas.
- El Ministerio de la Producción brindará todas las facilidades para la aplicación de las encuestas, habiéndose reunido con los Micro y Pequeños Empresarios, de tal forma que reciban al investigador y a su asistente, para ser encuestados en sus empresas, haciendo uso de un tiempo prudencial, coherente con la cantidad de preguntas que se les realizará.

#### **2.3.2 RECURSOS**

##### **2.3.2.1 RECURSOS MATERIALES**

- Un equipo de cómputo
- Procesador de textos
- Impresora
- Papel bond
- Libros y revistas especializadas en relación al tema de estudio y al problema de

investigación planteado.

- Sistema de Internet.

### 2.3.2.2 RECURSOS HUMANOS

Se requiere de un asistente (bachiller) para apoyar al investigador en la aplicación de las encuestas, con la finalidad de poder obtener la información necesaria.

### 2.3.2.3 RECURSOS ECONÓMICOS

Se cuenta con todos los recursos económicos para la realización de la investigación. En ese sentido, todos los gastos que implica la realización de la tesis serán financiados por el investigador.

### 2.3.3 VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

La medida para evaluar la fiabilidad con relación al constructo es la siguiente:

MEDIDA	DEFINICIÓN	INTERPRETACIÓN
Alfa de Cronbach	Mide la consistencia interna	Valores superiores a 0,7 indican que el instrumento es fiable

De este estadístico se obtiene un resultado que muestra la validez y confiabilidad del instrumento, es decir, que muestra la confiabilidad de los cuestionarios que se utilizará y concretamente de los ítems del cuestionario.

### 2.3.4 CRITERIOS PARA EL MANEJO DE RESULTADOS

#### 2.3.4.1 REVISIÓN DE LOS DATOS

Se tomará en cuenta para este paso la revisión de cada uno de los instrumentos que se aplicarán, que guarden armonía con relación al objeto de investigación, de tal forma que cumplan los parámetros de confiabilidad y calidad que requiere el presente estudio, a fin de poder hacer las correcciones pertinentes.

#### **2.3.4.2 CODIFICACIÓN DE LOS DATOS**

Para la presente investigación se tomará las previsiones correspondientes para poder procesar la información debidamente codificada, de tal forma que facilite el proceso de la información.

#### **2.3.4.3 CLASIFICACIÓN DE LOS DATOS**

Se considerará en base a la codificación e indicadores.

#### **2.3.4.4 RECUENTO DE LOS DATOS**

Para la verificación de la data se hará uso de la estadística descriptiva.

#### **2.3.4.5 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

Hay que señalar que se tomará en cuenta los requisitos expuestos en el Reglamento de Grados de la Escuela de Post Grado.

Los resultados de la investigación serán presentados en tablas estadísticas y de forma ordenada, con la respectiva interpretación y análisis de la información obtenida.

## 2.4 CRONOGRAMA DEL TRABAJO

AÑO 2016

TIEMPO	CRONOGRAMA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (EN SEMANAS)																											
	Julio del 2016 (en semanas)				Agosto del 2016 (en semanas)				Septiembre del 2016 (en semanas)				Octubre del 2016 (en semanas)				Noviembre del 2016 (en semanas)				Diciembre del 2016 (en semanas)							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>ACTIVIDADES</b>																												
1. Presentación del Plan de Tesis																												
2. Recolección de datos																												
3. Análisis de resultados																												
4. Redacción preliminar del informe de investigación																												
5. Levantamiento de correcciones																												
5. Presentación final y sustentación de la tesis																												

**FUENTE:** Trabajo de investigación.

**ELABORACIÓN:** Propia.



## **ANEXO 2**

# **INSTRUMENTOS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN**

## ENCUESTA SOBRE LA CULTURA FINANCIERA APLICADA A LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

### ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**PRESENTACIÓN:** Buenos días/tardes. Estamos realizando un trabajo de investigación sobre la cultura financiera de los Micro y Pequeños Empresarios del sector textil con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa y su influencia en el crecimiento de sus empresas. Todas las preguntas que a continuación le realizaremos, están referidas a su cultura financiera.

<b>N° de Encuesta</b>	
<b>Encuestador</b>	
<b>Ciudad</b>	<b>Arequipa</b>

A continuación, le pedimos que responda las siguientes preguntas, las cuales están referidas a su cultura financiera como empresario.

**Muchas Gracias por su atención.**

#### **I. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA FINANCIERA**

**1. ¿Usted considera que es importante ahorrar una parte de sus utilidades?**

Si ( )

No ( )

**2. Aproximadamente: ¿Qué porcentaje de sus utilidades destina al ahorro?**

- a) Más del 16% hasta el 20% ( )
- b) Más del 10% hasta el 16% ( )
- c) Hasta el 10% ( )
- d) No ahorro ( )

**3. Si tiene ahorros, ¿dónde los tiene?**

- a) En una institución financiera ( )
- b) En su casa ( )

**4. ¿Lleva un presupuesto quincenal o mensual de los gastos que tendrá en ese periodo?**

- a) Siempre ( )
- b) A veces ( )
- c) Nunca ( )

**5. ¿Usted considera que es importante tener acceso al crédito en instituciones financieras?**

- Si ( )
- No ( )

**6. ¿Usted ha recibido créditos en instituciones financieras?**

- Si ( )
- No ( )

**7. Cuando recibe un crédito ¿Se retrasa en el pago de sus deudas?**

- a) Nunca ( )
- b) A veces ( )
- c) Siempre ( )

**8. ¿Usted tiene una tarjeta de crédito?**

Si ( )

No ( )

**9. Cuando piensa en el futuro:**

a) Cree que debe empezar a planificarlo ya ( )

b) No cree que pueda reunir suficiente dinero en el futuro ( )

c) No pienso en el futuro, y creo en el día a día ( )

**10. En caso de tener un crédito hipotecario, ¿amortizaría una parte adicional de la deuda al final del año?**

a) Nunca ( )

b) Cuando puedo ( )

c) Siempre ( )

**II. NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS SOBRE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS A LOS QUE PUEDEN ACCEDER EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS**

**1. ¿Usted tiene conocimiento de todos los productos financieros a los que puede acceder en instituciones financieras?**

Sí ( )

No ( )

**2. ¿Cuál considera que es el principal producto financiero para el Micro o Pequeño Empresario?**

El crédito ( )

Tarjetas de crédito ( )

Cuentas de ahorros ( )

Otros ( )

**3. ¿Usted tiene conocimiento de que si paga puntualmente los créditos que recibe en las instituciones financieras, en el futuro puede tener acceso a mayores montos de crédito y menores tasas de interés?**

Sí

No

**4. Usted ¿Dónde considera que es más fácil tener acceso a un crédito?**

En los bancos

En las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC)

En las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC)

En empresas financieras (Compartamos, Crediscotia, Confianza, etc.)

En las EDPYMES (Raíz, Solidaridad, Alternativa, Credivisión, etc.)

**5. ¿Usted considera que el acceso al crédito ayuda a las MYPES a mejorar sus ventas y utilidades?**

Sí

No

## ENCUESTA SOBRE ALGUNOS ASPECTOS DEL CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL CON POTENCIAL EXPORTADOR QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

1. Durante los últimos 3 años, usted ha realizado inversiones en:

- Capital de trabajo
- Compra de un vehículo para el negocio
- Mejorar el local
- Adquisición de un local
- Publicidad

2. Usted ha logrado reducir los costos de su empresa, comprando mercadería en mayor volumen al por mayor:

- Sí
- No

3. El incremento de las inversiones que usted realiza para su empresa ha respondido a la demanda del mercado durante los últimos 3 años:

- Sí
- No

4. Su empresa ha contratado más trabajadores durante los últimos años:

- Sí
- No

5. Su empresa ha contratado más trabajadores de forma estable durante los últimos años:

- Sí
- No

6. Cuántos empleos permanentes genera su empresa:

De 3 a 4 empleos ( )

De 5 a 6 empleos ( )

De 7 a 10 empleos ( )

Más de 10 empleos ( )

7. ¿Cuántos años viene operando su empresa en el mercado?

Hasta 5 años ( )

Más de 5 hasta 10 años ( )

Más de 10 años ( )

