



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CANOAS DE
PUNTA SAL, AÑO 2018.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO

PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

BACH: LOZADA LAZO, KATTIA FLORITA

ASESOR(A):

MGTR. OSCAR ANDRES VILELA RODRIGUEZ

TUMBES – PERÚ

2018

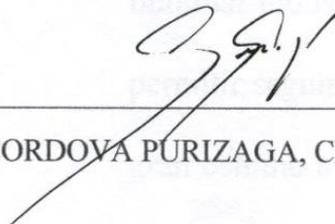
TITULO:

CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CANOAS DE PUNTA SAL, AÑO 2018.

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

PRESIDENTE

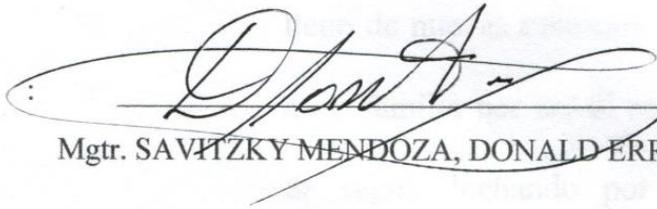
:



Mgtr. CORDOVA PURIZAGA, CHRISTIAN IVAN

INTEGRANTE

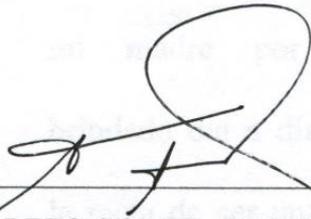
:



Mgtr. SAVITZKY MENDOZA, DONALD ERROL

INTEGRANTE

:



Mgtr. RETO GOMEZ, JANNYNA

ASESOR

:



Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRÍGUEZ

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por iluminar todos mis anhelos por permitir seguir adelante en este gran camino a comprender que el sacrificio de hoy es la satisfacción de un mañana lleno de nuevas oportunidades, a mi familia por ser el motivo de seguir luchando por este objetivo trazado así mismo a mi madre por el apoyo brindado día a día para lograr la meta de ser una profesional y alcanzar mis objetivos. Del mismo modo agradezco a todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron en la realización de este trabajo de tesis.

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a mi madre María, a mi hermano y a mis tíos Manuela y Wilder que siempre estuvieron dispuestos a brindarme su apoyo incondicional, al igual que mis docentes que influyeron en la realización de mi aprendizaje. A mi persona porque emprendí un reto que sé nunca fue fácil, pero tengo la satisfacción de decir valió la pena.

KATTIA

RESUMEN

En el presente trabajo de tesis titulado Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Tiene como problemática el siguiente enunciado ¿Cuáles son principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal?, esta investigación se ha realizado con el objetivo general de: Determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Para este estudio se está aplicando la metodología de tipo descriptivo y de nivel cuantitativo, diseño no experimental, luego de la aplicación del instrumento de recolección de información, muestra que en su mayoría las Mypes en estudio, son financiadas por una Caja Municipal, solicitando de 1 a 4 veces con un rango del importe de S/ 1,000 – S/ 25,000 pieza clave para su primer paso de su actividad productiva, con una tasa de 19% - 42%, aceptaron dicha tasa porque no tenían otra opción; también las principales dificultades que se presentan, es el limitado financiamiento que estas brindan ya sea por no contar con un historial crediticio y a las elevadas tasas de interés. Dicho crédito fue invertido en el Mejoramiento y/o ampliación del local con el fin de aumentar su producción para lograr su crecimiento. Y como resultado de su rentabilidad, las Mypes del sector Restaurantes son rentables en un 20% de ganancia sobre el capital invertido, los créditos obtenidos han permitido incrementar dicha rentabilidad, alcanzando un total de ventas que ostenta entre los s/1,000 a s/8,000 mensuales y s/8,001 a s/ 20,000, del cual el capital de trabajo representaría entre el 76% al 90 % de costo de sus ventas, que muchas veces se ven afectadas debido al bajo consumo por parte de los clientes (ventas bajas); mencionando que esto se debe a la escasa difusión.

Palabras claves: Financiamiento, Rentabilidad, Micro y Pequeña Empresa.

ABSTRACT

In the present qualified work of thesis Characterization of the financing and the profitability of the Micro and small enterprises of the sector service, item Restaurants of the District Canoes of Top Go out, year 2018. Takes the following terms of reference as a problematic which are principal characteristics of the financing and the profitability of the Micro and small enterprises of the sector service, item restaurants of the District Canoes of Top Go out?, this investigation has been realized by the general aim of: Determine the characteristics of the financing and the profitability of the Micro and small enterprises of the sector service, item Restaurants of the District Canoes of Top Go out, year 2018. For this study there is applying to him the methodology of descriptive type and of quantitative level, not experimental design, after the application of the instrument of compilation of information, sample that in the main the Mypes in study, are financed by a Municipal Box, requesting from 1 to 4 times with a range of S/1,000 - S/25,000 key piece for his first step of his productive activity, with a rate of 19 % - 42 %, they accepted the above mentioned rate because they did not have another option; also the principal difficulties that they present, it is the limited financing that these offer already be for not possessing a credit record and to the high rates of interest. The above mentioned credit was invested in the Improvement and / or extension of the place in order to increase his production to achieve his growth. And as result of his profitability, the Mypes of the sector Restaurants are profitable in 20 % of profit on the invested capital, the obtained credits have allowed to increase above mentioned profitability, reaching a total of sales that it shows between them s/1,000 to s/8,000 monthly and s/8,001 to s/20,000, of which the capital of work would represent between 76 % 90 % of cost of his sales, which often meet affected due to the low consumption on the part of the clients (low sales); mentioning that this owes to the scanty diffusion.

Key words: Financing, Profitability, Micro and Small enterprise.

INDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS	ii
JURADO.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRATC.....	vii
INDICE GENERAL	viii
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
INDICE DE CUADROS.....	xiii
CAPITULO I. INTRODUCCION.....	1
1.1 Planeamiento de la investigación.....	3
1.1.1 Caracterización del Problema	3
1.1.2 Enunciado del Problema	3
1.2 Objetivos de la investigación.....	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Justificación de la investigación.....	4
CAPITULO II. REVISION DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales	6
2.1.2 Antecedentes Nacionales	9
2.1.3 Antecedentes Locales	15
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	20

2.2.1 Teorías del financiamiento	20
2.2.2 Teorías de la rentabilidad	23
2.3 Marco conceptual	26
2.3.1 Micros y Pequeñas Empresas	26
2.3.2 Financiamiento.....	27
2.3.3 Rentabilidad	27
2.3.4 Restaurantes	28
CAPITULO III. HIPOTESIS	31
CAPITULO IV. METODOLOGIA	32
4.1 Tipo de la investigación	32
4.2 Diseño de la investigación.....	32
4.3 Población y muestra	32
4.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores	34
4.5 Técnica e instrumento de recolección de datos	36
4.6 Plan de análisis	36
4.7 Matriz de consistencia	37
4.8 Principios éticos	38
CAPITULO V. RESULTADOS	39
5.1 Resultados.....	39
5.2 Análisis de resultados	44
CAPITULO VI. CONCLUSIONES	48
Referencias bibliográficas	51
Anexo 01.....	55
Anexo 02.....	59

Anexo 03	77
Anexo 04	78
Anexo 05	82
Anexo 06	83
Anexo 07	90
Anexo 08	91
Anexo 09	92
Anexo 10	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?.....	59
Tabla 02: ¿Cuál es el número de trabajadores?	60
Tabla 03: ¿Cuál es su Régimen Tributario?.....	61
Tabla 04: ¿La empresa ha requerido de algún tipo de financiamiento?	62
Tabla 05: ¿A qué entidades Financieras solicito el crédito financiero?	63
Tabla 06: ¿Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito?	64
Tabla 07: ¿Cuántas veces al año solicito el crédito durante el año 2018?	65
Tabla 08: ¿Qué importe del crédito solicito durante el año 2018?	66
Tabla 09: ¿Cuál es la tasa de interés que paga Usted, por crédito obtenido?	67
Tabla 10: ¿Por qué acepto la tasa de interés?	68
Tabla 11: ¿en que fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?	69
Tabla 12: ¿Considera que la empresa de Restaurantes es rentable?	70
Tabla 13: ¿Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido	71
Tabla 14: ¿El o los créditos obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad .	72
Tabla 15: ¿Cuáles fueron sus ventas mensuales?	73
Tabla 16: ¿Qué porcentaje de ventas representante el costo mensual del capital	74
Tabla 17: ¿Qué problemas afectan la rentabilidad de su MYPE?	75
Tabla 18: ¿A qué cree Ud. Que se deben las ventas bajas dentro de su Mype	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 01: ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?	59
Figura 02: ¿Cuál es el número de trabajadores?	60
Figura 03: ¿Cuál es su Régimen Tributario?	61
Figura 04: ¿La empresa ha requerido de algún tipo de financiamiento?	62
Figura 05: ¿A qué entidades Financieras solicito el crédito financiero?	63
Figura 06: ¿Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito?	64
Figura 07: ¿Cuántas veces al año solicito el crédito durante el año 2018?	65
Figura 08: ¿Qué importe del crédito solicito durante el año 2018?.....	66
Figura 09: ¿Cuál es la tasa de interés que paga Usted, por crédito obtenido?.....	67
Figura 10: ¿Por qué acepto la tasa de interés?	68
Figura 11: ¿en que fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?	69
Figura 12: ¿Considera que la empresa de Restaurantes es rentable?	70
Figura 13: ¿Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido	71
Figura 14: ¿Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido	71
Figura 15: ¿Cuáles fueron sus ventas mensuales?	73
Figura 16: ¿Qué porcentaje de ventas representante el costo mensual del capital	74
Figura 17: ¿Qué problemas afectan la rentabilidad de su MYPE?	75
Figura 18: ¿A qué cree Ud. Que se deben las ventas bajas dentro de su Mype	76

INDICE DE CUADROS

Cuadro 01: Respecto al perfil de la Mype	39
Cuadro 02: Respecto a las características del financiamiento de la Mype	40
Cuadro 03: Respecto a las características de la rentabilidad de la Mype	42

I. INTRODUCCION

Las micro y pequeñas empresas juegan un papel primordial en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado.

En un país donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta necesario recapacitar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al estado. Sin embargo, existen las posibilidades de implementar estrategias a fin de apoyar de una u otra manera al mediano y pequeño empresario, lo que se verá revertidas en empleo y generación de impuestos para el país.

En América Latina y el Caribe, las Micro y pequeñas empresas son los motores del crecimiento económico, es la inquietud de los gobiernos de turno y de la sociedad civil, generar los instrumentos apropiados para apoyarlas. Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (créditos) y la capacitación empresarial.

Al respecto, León de Cermeño y Schereiner establecen que las entidades financieras de los países latinoamericanos tienen que implementar algunos mecanismos financieros favorables para satisfacer las necesidades financieras crecientes de las Micro y pequeñas empresas. Con el paso del tiempo se han generado nuevos mercados, que han distribuidos las inversiones, generando nuevos hábitos de demanda de bienes y servicios; creando nuevos desafíos de competitividad de las empresas peruanas en general.

Las pequeñas y microempresas en el Perú tiene importantes resultados es por eso que constituyen más del 98% de todas las empresas existentes en el país, creando

empleo alrededor del 75% y genera en más del 45% del Producto Bruto Interno”. Nuestro departamento de Tumbes ocupa una tasa de emprendimiento del 18,5 %.

En la actualidad es muy difícil que las Micro y pequeñas empresas se conviertan en grandes empresas, es el caso que anualmente se constituyen y desaparecen miles de Micro y pequeñas empresas, lo cual hace difícil mejorar la economía del país. Su origen lo podemos ver en, los micro empresarios trabajadores que ingresan a la actividad laboral para seguir subsistiendo y de esta manera crean su propio negocio, las Micro y pequeñas empresas son de suma importancia en la economía del país tal es el caso de las Micro y pequeñas empresas del rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal. La misma que hoy en día da oportunidades de trabajo a un grupo de personas.

La CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CANOAS DE PUNTA SAL, AÑO 2018. Busca determinar que fuentes de financiamiento, son a las que acuden las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes. Las empresas de nuestro medio, son organizaciones que se dedican a una determinada actividad económica y que tienen incidencia en el desarrollo económico regional y nacional. Por lo que, deben ser fructíferas y eficientes para que sus productos y/o servicios puedan mantenerse en el mercado con un considerable índice de competitividad también, se refiere al nivel de acceso a créditos de las fuentes formales de financiamiento para las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, los cuales pudieran presentar ciertas limitaciones por historial crediticio, cuyos costos reducen la rentabilidad de los negocios.

1.1 PROBLEMA Y JUSTIFICACION DEL PROBLEMA:

1.1.1 Planteamiento del Problema

El problema de estudio, que se busca resolver en la investigación está que las empresas de nuestro medio, tienen incidencia en el desarrollo económico regional y nacional. Sin embargo estas muchas veces se ven afectadas y limitadas por la falta del financiamiento y cuando lo consiguen son las diferentes entidades bancarias las que desaceleran su crecimiento debido a la alta tasa de interés.

Es por eso que la presente investigación persigue determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.

1.1.2 Enunciado del Problema

De la caracterización del problema expuesto, se pretende establecer el enunciado que encierre la idea de la problemática: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General:

Determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Determinar las características del financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.
- Determinar las características de la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.
- Elaborar una propuesta de solución del problema de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.

1.3. Justificación de la investigación

La importancia de las microempresas no proviene de sus niveles de productividad, ya que individualmente son bastante bajos si se les compara con las grandes empresas. La verdadera importancia de las microempresas está en el hecho de que ellas constituyen una fuente importante de alternativas de empleo y autogestión.

El microempresario tiene un capital escaso, por lo tanto tiene mayor necesidad de crédito, acude a una entidad financiera y ve que no cuenta con los requisitos que éste le pide; entonces, acude al crédito informal el cual es más flexible en cuanto a requisitos pero resulta más caro, lo que provoca que el microempresario no pueda acumular ni tener el patrimonio que le garantizaría un préstamo con los intereses del sector formal (porque lo que gana lo gasta pagando el crédito). Se crea pues, un círculo vicioso que descapitaliza a los empresarios.

Es por eso que el presente trabajo está justificado en responder al interés profesional por tratar de conocer y determinar el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Y tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la rentabilidad en el accionar de las Micro y pequeñas empresas del sector en estudio.

Con lo que respecta se espera que en cuanto a la investigación brinde aportes precisos; también el estudio nos servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores productivos de servicios de Tumbes y otros ámbitos geográficos.

II. REVISION LITERARIA

2.1 Antecedentes de la investigación

Hemos considerado en nuestra revisión bibliográfica las siguientes referencias de investigaciones que si bien no son temas directos a la nuestra, mantienen una relación con nuestras variables de estudio, por lo que considero necesario tomarlas en cuenta.

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Tencio, Muñoz, Artavia, Vargas, Obando y Ulate. (2015). En su investigación *“Modelo de evaluación de riesgo crediticio para entidades financieras aplicable a PYMES de los sectores comercio, industria y servicios en Costa Rica”*, en su estudio aseguran los autores que la valoración para medir a quien conceder créditos es un necesidad de las entidades financieras para disminuir riesgos de morosidades, por eso se da a conocer el credit scoring para las PYMES como herramienta que ayude a discriminar los consentimientos de créditos. Se aplica el modelo en una entidad financiera el cual cumple con los principales elementos de evaluación cuantitativos y cualitativos para mitigar el riesgo crediticio.

Ríos, M (2014). Presento su tesis denominada *“Instrumentos de apoyo para financiación de las Pymes”*. Llego a la siguiente conclusión: La pequeña y mediana empresa representa un sector empresarial clave para el desarrollo de nuestra economía. El objetivo de este trabajo es analizar la situación que viven estas empresas con respecto a su financiación

externa. Para ello, después de estudiar la naturaleza de sus problemas financieros, se exponen una serie de instrumentos que se encuentran disponibles para las Pymes para obtener nuevos fondos a través de deuda o capital. Estos instrumentos pueden responder a formas tradicionales de financiación, relacionadas principalmente con el sector bancario, o a otras formas que se están asentando como alternativa de financiación para las Pymes, como es el caso del capital riesgo.

García y Villafuerte. (2014). Realizaron una investigación sobre “*Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la política de inversiones*”, en su estudio afirman que la presente investigación analiza las complicaciones a las que se enfrentan las PYMES ecuatorianas en el afán de conseguir dinero y su implicación en las políticas de inversión. El trabajo parte del aprovechamiento de las opiniones de las personas responsables de una muestra de empresas seleccionadas con criterios de aleatoriedad. Los resultados muestran que si bien estas empresas están fuertemente condicionadas a la consecución de créditos en el mercado privado; estas, no han incidido en el crecimiento de las PYMES.

Lic. Amadeo, A (2013). En su tesis “*Determinación del Comportamiento de las Actividades de Financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresa Mayo 2013*”. Se determina que en la investigación. Fue posible visualizar que existe un aislamiento en pequeñas y medianas empresas. Lo que influye en su poder de negociación ya sea con proveedores de capital como de insumos para la

producción, incidiendo directamente en su desarrollo. Por este motivo, se observó que en lo referente a emisiones de bonos o acciones, los empresarios encuestados no son afines a su mecanismo o a su utilización, dado que mayoritariamente afirmaron no utilizarlos y en muchos casos no conocer su operatoria ya sea por falta de interés o falta de asesoramiento. Esto indicó que existe un vacío en cuanto a ambos mecanismos de financiación que pueden ser de suma utilidad para sus respectivas empresas.

Del estudio da a entender que la mayoría de los entrevistados no utilizan mecanismos de leasing o factoring para sus operaciones de financiación al igual la utilización de Fideicomisos y o la adhesión a Sociedades de Garantías Recíprocas, en gran parte de los encuestados, no fueron utilizadas por falta de asesoramiento. Esto demostró la mala información que existe por parte de las entidades que otorgan estos beneficios para poder financiarse de otra forma a las que ellos utilizan.

Esta investigación a pesar de tener como objeto de estudio una muestra pequeña concuerda con algunos resultados obtenidos en otras investigaciones relacionadas con el tema de este trabajo. Es factible afirmar que el comportamiento de financiación por parte de los empresarios del partido de Lanús se basa en entidades bancarias, siendo esto un grave problema, ya que se desaprovecha gran cantidad de otras herramientas de financiación, siendo fundamental para el crecimiento económico, la creación de empleos y la reducción de la pobreza, siendo

muy importante cualquier trabajo realizado en pro del mejoramiento de la situación que actualmente enfrentan.

Gonzales, N (2013). Presentó su tesis titulada *“El Impacto del Financiamiento a Largo Plazo como Factor de Rentabilidad de las MIPYMES del Sector Comercio en el Municipio de Querétaro”*. Donde concluye que el estudio realizado acerca de los créditos refaccionario y simple con el propósito de recomendarlos como fuentes de financiamiento, orientados a contribuir a la capitalización y permanencia de dichas MIPYMES. La problemática actual que viven las MIPYMES deriva de múltiples factores externos e internos. Señalando principalmente a la escasez de financiamiento y el bajo nivel de rentabilidad, siendo estos aspectos los factores que representan el centro de interés de esta tesis. Esto debido a que dichos factores se consideran como los más significativos en la consolidación de las MIPYMES dentro del mercado en que compiten.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Torre, Y (2018). En su estudio de su tesis *“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Distrito de Huaraz, 2016”* concluye lo siguiente: En esta tesis, se expone que se tuvo como intención principal es describir ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2016? La

investigación tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2016. La investigación fue de tipo, cuantitativo – descriptivo, no experimental con una muestra de 20 restaurantes de una urbe de 50, a los cuales aplicaron un cuestionario estructurado a través del sistema de encuesta, consiguiendo los posteriores resultados en razón al financiamiento: El 65% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas expresan que obtuvieron el crédito del sistema no bancario, el 60% de las Mypes que recibieron crédito y lo invirtieron en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; el 70% usan el crédito comercial proveedor, el 95% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas encuestadas sostuvieron que el microcrédito financiero si contribuyo al mejoramiento a la rentabilidad de sus empresas; el 100%de las Micro y pequeñas empresas encuestadas expresaron que la rentabilidad es importante para las Micro y pequeñas empresas. Finalmente, se determina como resultado del sondeo que la gran parte de las Micro y pequeñas empresas encuestadas el 55% (11). Obtuvieron financiamiento del sistema no bancario y lo invirtieron en el acrecentamiento y/o engrandecimiento de sus locales; el 95% de los representantes legales encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas se aumentó proporcionalmente.

Vilca, F (2018). Realizó su investigación titulada “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017*”. Concluye que la presente investigación tuvo como objetivo determinar las características del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de las ciudad de Lampa, Puno 2017. Se empleó como metodología el nivel cuantitativo – descriptivo en una muestra de 10 MYPE, se aplicó un cuestionario de 17 preguntas por la técnica de encuesta. Se encontró que el 50.0% tienen edades entre 31 a 40 años de edad, el 60.0% de los gerentes son del género femenino, el 40.0% de los representantes tienen educación secundaria, del mismo modo el 40.0% superior universitario, el 100.0% de los representantes encuestados ocupan el cargo de dueños. Con respecto a las características de las MYPES, el 50.0% están en el mercado de 6 a 10 años, el 80.0% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 40.0% pertenecen a un nivel de formalización con permiso municipal para su funcionamiento, el 100.0% pertenecen al tipo de régimen único simplificado, el 90.0% fueron impulsadas en su creación por necesidad. Con respecto al financiamiento, el 80.0% si obtuvieron préstamos, el 60.0% mencionan que la fuente de su financiamiento fue personal, el 70.0% menciona que el crédito lo invirtieron en la compra de insumos, el 90.0% indican que el monto del crédito fue de 1000 a 2500 soles, el 60.0% pagaron el préstamo solicitado en 12 meses, el 80.0% no tuvieron inconvenientes en la solicitud del préstamo para su negocio. En tanto, en la rentabilidad, el 90.0%

mencionaron que si mejoro la rentabilidad y el 90.0% indicaron que su empresa es rentable, se considera al financiamiento una fuente de suma importancia para el desarrollo de empresas dedicadas a este rubro el cual posteriormente son rentables en el mercado.

Delgado, A (2017). Título de su tesis *“Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Huaraz 2015”* en su estudio realizado concluye que: En el presente trabajo de investigación surgió del presente problema ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Huaraz 2015?, que tuvo como objetivo general caracterizar el financiamiento y la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Huaraz 2015. El diseño de investigación fue del tipo descriptivo no experimental transversal de nivel cuantitativo; la población fue de 200 restaurantes y una muestra de 20 propietarios y/o gerentes, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento que se utilizo fue el cuestionario estructurado. Los resultados con el 85% de los representantes legales afirmaron que el financiamiento ayuda a mantener una economía estable, el 40% indicaron que se financiaron con ahorros personales, el 60% afirmaron tener financiamiento externo, el 20% dijeron que tiene otras vías de financiamiento, el 45% afirmaron utilizar el financiamiento a corto plazo, el 20% afirmaron utilizar el financiamiento a largo plazo, el 90% manifestaron que el financiamiento genera mayor rentabilidad en su Mype, el 70% realizaron un análisis de

su estructura financiera y el 60% respondieron negativamente, el 80% confirmaron que perciben rentabilidad económica y el 60% percibieron rentabilidad financiera. En conclusión, queda caracterizada el financiamiento y la rentabilidad; de acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación que se han aprobado a partir de los antecedentes y las bases teóricas y que está basado en la práctica, experiencia y en la observación de los hechos reales.

Cruz, L (2016). Presentó su tesis denominada “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro restaurant en el Distrito de Juanjui provincia Mariscal Cáceres, periodo 2015-2016*” llego a la siguiente conclusión: La presente investigación, tuvo por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro restaurant del Distrito de Juanjui Provincia Mariscal Cáceres, periodo 2015-2016; la investigación fue de tipo cuantitativa y nivel descriptiva, para desarrollarla se escogió una muestra de 12 MYPES de una población de 20, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado mediante la técnica de la encuesta. Siendo estos los principales resultados: Sobre el perfil del micro empresarios, el 50% dijeron tener más de 3 años de antigüedad empresarial. Respecto al financiamiento, el 75% de las MYPES encuestadas afirman que recibieron créditos comerciales, el 16% de las MYPES encuestadas afirman que recibieron créditos de consumo y el 8% créditos hipotecarios. Respecto a la rentabilidad, el 100% de los

microempresarios encuestados dijeron que su rentabilidad mejoro por el financiamiento recibido y el 83% por la capacitación recibida. De la investigación se concluye que la mayoría de los representantes legales de las MYPES encuestados su rentabilidad mejoro por el financiamiento y la rentabilidad, ya que son factores esenciales para su desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro restaurant.

Rodríguez, F (2016). En su tesis titulada *“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes cevicherias de la Urbanización Los Cipreces del Distrito de Nuevo Chimbote, 2013”* en su estudio de investigación nos presenta lo siguiente: Características del financiamiento, en las MYPES del Sector Servicio – rubro restaurantes cevicherias de la Urbanización Los Cipreces del Distrito de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo con diseño no experimental – transversal; para el recojo de información se tomó una muestra poblacional de 15 MYPES siendo una población muestral a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes los siguientes resultados respecto al Financiamiento: el 60% de las MYPES trabajan con financiamiento de terceros, el 100% ha solicitado un crédito en los últimos 3 años, el 60% ha obtenido prestamos en entidades financieras, el 80% pagaron una tasa de interés de 0 – 20%, donde el 40% el crédito fue invertido para capital de trabajo, el 80% el crédito obtenido le proporciono rentabilidad a la MYPE. Concluyendo que los representantes de las MYPES del Sector

Servicio – rubro restaurantes cevicherías de la Urbanización Los Cipreces del Distrito de Nuevo Chimbote, 2013. Han obtenido un financiamiento con terceros y de entidades financieras pagando una tasa de interés, dicho préstamo otorgado a los empresarios fue utilizado como capital de trabajo y mejoras de infraestructura.

2.1.3 Antecedentes Locales

Lupu, E (2016). Realizó su investigación de tesis sobre *“Caracterización del financiamiento y rentabilidad de Mype sector servicios rubro restaurantes, Distrito de – Tumbes, 2016”* en su trabajo de estudio llegó a la siguiente conclusión: El presente trabajo de investigación titulado **“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE MYPE SECTOR SERVICIOS RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO DE TUMBES, 2016”** tuvo como problema general ¿Cuáles son las características de las MYPES del financiamiento y rentabilidad de las MYPES de sector servicios rubro restaurant del Distrito de Tumbes año 2016? Tiene por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurant del Distrito de Tumbes año 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y Diseño No Experimental, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 15 restaurantes de una población de, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: La edad promedio de los representantes

legales de las MYPES 25 a 45 años; y el 42.31% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria. Respecto al financiamiento: El 53.84% de las MYPES encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario; el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; el 53.84% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que microcrédito financiero si contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 46.15% no respondieron.

Noel, B (2018). En su tesis *“Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el Distrito de Zorritos, 2017”* en su estudio concluye lo siguiente: El presente trabajo de investigación tiene por título, “CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES Y CEVICHERIAS EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, 2017”. Cuyo problema general es ¿Cómo se caracteriza el financiamiento y gestión de calidad en las Mypes del sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el Distrito de Zorritos, 2017?, tiene como objetivo general: Determinar la caracterización del financiamiento y gestión de calidad en las Mypes del sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el Distrito de Zorritos, 2017. El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental; para este trabajo se usó una población de 12 restaurantes y

cevicherías en donde se encuestó a los 12 propietarios y 68 clientes, a quienes se les aplicó el cuestionario usando la encuesta como técnica. Se concluyó que las fuentes de financiamiento que utilizan las MYPES es el financiamiento externo, en donde los gerentes manifestaron que la mejor alternativa de financiamiento es los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamo el aumento de capital, frente a ello consideran que la principal desventaja de la fuente de financiamiento externo es el elevado interés aplicado a los préstamos bancarios.

Baltodano, V (2016). En su trabajo de investigación *“Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: Caso empresa Venecia Restaurant S.C.R LTDA de Chimbote, 2014”* en su trabajo de estudio llegó a la siguiente conclusión: El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: determinar las características del financiamiento de las micro pequeñas empresas del sector servicios del Perú y de la empresa Venecia Restaurant S.C.R Ltda. De Chimbote, 2014. Para llevarla a cabo se hizo uso de la metodología cualitativa y se utilizó el diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico y de caso, aplicándose las técnicas de la revisión bibliográfica y entrevista así como los instrumentos de fichas bibliográficas y un cuestionario de preguntas cerradas; obteniéndose los siguientes resultados: la mayoría de los autores coinciden en que el financiamiento es otorgado por las entidades no bancarias y son de corto plazo; además, son utilizados principalmente como capital de trabajo,

mejoramiento del local y compra de activos. Del mismo modo, se demostró que la empresa Venecia Restaurant S.C.R.L recurrió a financiamiento del sistema bancario, el mismo que fue otorgado a largo plazo y fue utilizado en la adquisición de activo fijo, mejoramiento del local y en menor proporción como capital de trabajo. Finalmente. Se establecen no coincidencias entre las características del financiamiento de las Mypes y del caso de estudio, ya que las primeras obtienen sus créditos del sistema no bancarios, quienes les ofrecieron mayores facilidades en el otorgamiento de créditos, los mismos que fueron otorgados a corto plazo y utilizados como capital de trabajo principalmente, para mejoramiento de sus locales y en menor proporción para la adquisición de activo fijo: en cambio, la empresa del caso de estudio, adquirió el financiamiento del sistema bancario, a largo plazo y lo destinó principalmente a la compra de activo fijo, mejoramiento de local y en menor proporción como capital de trabajo.

Córdova, T (2016): En su tesis *“Caracterización de marketing y rentabilidad en las Mype de servicios rubro restaurantes del Distrito de Castilla – Piura 2016”* en su estudio llegó a la siguiente conclusión: La presente investigación titulada *“Caracterización de marketing y rentabilidad en las Mype de servicios rubro restaurantes del Distrito de Castilla, año 2016”* tiene como objetivo conocer las características de marketing y rentabilidad de las MYPE servicio rubro restaurante del Distrito de Castilla, año 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte

transversal y siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables, marketing y rentabilidad. Así se determinó que la mayoría de los propietarios de restaurantes el 78.57% tienen solo secundaria y si tienen conocimiento sobre marketing, consideran que es indispensable el marketing para sus negocios utilizándolo como una herramienta de gestión para mejorar su situación en el mercado de este rubro. Con respecto a los tipos de marketing en su minoría los propietarios y/o administradores conocen acerca de tipos de marketing, con relación a la rentabilidad es mínima las MYPE que tienen conocimiento acerca de la rentabilidad económica y financiera.

Díaz, C (2016). Título de su tesis *“Caracterización de capacitación y rentabilidad de las Mype rubro restaurantes de la Urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016”* de acuerdo al estudio concluye lo siguiente: La presente investigación titulada *“Caracterización de capacitación y rentabilidad de las Mype rubro restaurantes de la Urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016”*, tiene como objetivo identificar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de los restaurantes de la Urb. Angamos, año 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables capacitación y rentabilidad. Así se determinó que los propietarios de las MYPES en su mayor parte son varones cuyas edades oscilan entre 18 - 40 años y tienen menos de 9 años en el negocio. En esta investigación se

concluyó que las MYPE necesitan conocer de motivación de los empleados con el fin de incrementar la productividad del conjunto.

2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Teorías del Financiamiento

Para los autores (Weston y Copeland, 1995) precisan la estructura de financiamiento como la forma en la cual se financian los activos de una empresa. La estructura financiera está formada por el lado derecho del balance general, incluyendo las deudas a corto plazo y las deudas a largo plazo, así como el capital del dueño o accionistas.

(Mary A. Vera Colina, 2001) diseña otra definición de estructura de financiamiento es la manera de cómo una entidad puede juntar fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

Para las autoras Fabiola & Campillo (2008) nos señala que: “El abastecimiento de financiamiento eficiente y afectivo ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Los problemas de acceso al crédito no se refieren simplemente al hecho de que no se puedan obtener fondos a través del sistema financiero; de hecho serio esperar que si esto no se soluciona, no todos los proyectos serian automáticamente financiados Las dificultades ocurren en situaciones en las cuáles un proyecto que es

posible y rentable no es llevado a cabo (o es restringido) porque la empresa no logra fondos del mercado

El financiamiento de la microempresa en el Perú:

Son diversos los requerimientos de las microempresas; entre los más importantes se encuentran la necesidad de una medida normativa adecuada y de programas orientados a fomentar su desarrollo e insertarlas en la dinámica económica del país. El acceso al crédito, dentro de este último rubro, se considera como una de las mayores dificultades a la que se enfrenta un microempresario cuando requiere medios para financiar su actividad; más aún si tenemos en cuenta que en la actualidad todas las fuentes de financiamiento tan sólo llegan a cubrir el 4% de las necesidades. Es claro que para el desarrollo de cualquier unidad productiva el capital resulta indispensable; sin el mismo, todo intento de crecimiento es imposible.

IMPORTANCIA DEL FINANCIAMIENTO:

La verdadera importancia de las microempresas permanece en el hecho de que ellas constituyen una fuente importante de alternativas de empleo y autogestión.

Fuentes a las que puede recurrir una empresa para financiarse:

+ Los ahorros personales: Se determina que los negocios se han iniciado con ahorros y otros recursos personales.

- ✚ **Los amigos y parientes:** Es una de las formas de prestar dinero sin intereses o a tasas muy bajas.
- ✚ **Juntas:** Deriva de una forma de ahorro personal con el compromiso de aportar periódicamente (por lo general cada mes) de forma rotatoria.
- ✚ **Bancos y Cajas:** Son las fuentes más utilizadas de financiamiento.
- ✚ **Empresas de capital de inversión:** Proporciona apoyo financiero a las firmas que quieren expandirse.
- ✚ **Pagaré:** Es una herramienta negociable, que se deriva de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo. Por lo general lleva intereses y se debe pagar a su vencimiento.
- ✚ **Factoring:** Herramienta que permite cobrar por anticipado las facturas emitidas a los clientes.
- ✚ **Financiamiento por medio de los inventarios:** Nos refiere a la utilización del inventario de la empresa como garantía de un préstamo.
- ✚ **Hipoteca:** Dicho esto a una propiedad inmueble que es puesta en garantía de pago de un crédito.
- ✚ **Acciones:** Son documentos que acreditan la participación patrimonial o de capital de un accionista en la organización.
- ✚ **Bonos:** Nos refiere al instrumento certificado mediante el cual el emisor del bono o prestatario, se compromete a pagar una suma específica y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.

✚ **Arrendamiento financiero:** Nos hace referencia al contrato entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario).

2.2.2. Teorías de la Rentabilidad

En la literatura económica, sin embargo el término de rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre opciones o a juzgar por la eficiencia de las acciones ejecutadas (Sánchez, 2001).

La rentabilidad es la razón de la existencia de una empresa, de hecho las Mypes se crean para generar rentabilidad a sus propietarios, de no ser así estas no existirían. En este párrafo se definirá el concepto de rentabilidad. Se denomina rentabilidad a la medida de la ganancia que en un determinado periodo de tiempo producen capitales utilizados en el mismo. (Sánchez, 2002).

Por otro lado el diccionario nos dice que la rentabilidad es la capacidad que tiene una inversión para crear un beneficio neto. Es la relación existente, generalmente indicado en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtiene. (Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 1999, p.236).

IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD:

Es esencial para el desarrollo porque nos da una medida de la necesidad de las cosas. En un mundo con recursos escasos, la rentabilidad es la medida que permite decidir entre varias opciones. No es una medida necesaria porque camina de la mano del riesgo. Una persona asume mayores riesgos solo si puede obtener más rentabilidad.

Niveles de rentabilidad:

Los empresarios y administradores de la empresa, son conscientes de que los ingresos de la empresa son esenciales en el crecimiento y desarrollo de la misma. El rendimiento de una empresa se puede medir a través de indicadores y se expresa en la tasa de crecimiento de las ventas, en la competitividad de la empresa y en los beneficios que logra el empresario.

Características de la rentabilidad

Características de un negocio rentable: antes de empezar, es necesario explicar que no existen fórmulas “matemáticas”, por llamarlas de alguna forma, que determinen si un negocio es rentable o no de forma segura. Al tiempo de crear negocios, todos sabemos que existe una cuota de riesgo, la cual es fundamental a todo empresario experimentado o joven. Sin embargo, no siempre es suficiente con nuestras apreciaciones es conveniente asesorarnos antes de iniciar un negocio que pueda demandarnos mucho tiempo y dinero.

Tipos de rentabilidad

La rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas nos permite conocer los resultados y el rendimiento obtenido en un periodo de tiempo en que se desarrollan sus actividades, por lo que es importante.

- **Rentabilidad Financiera:** Relaciona el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro. Dentro de una empresa muestra el retorno para los accionistas de la misma. La rentabilidad puede verse como una medida de como una campaña invierte fondos para generar ingresos, se expresa en porcentaje. Se expresa mediante la siguiente formula:

$$\text{ROE} = (\text{Beneficio Neto} / \text{Fondos Propios}) \times 100$$

- **Rentabilidad económica:** Nos mostrará la tasa en la que se remunera la totalidad de los recursos utilizados en la explotación en el proceso de producción; establece el porcentaje de dinero o beneficio al cumplimiento de determinada cantidad de tiempo que demos haber establecido antes. Se calcula de manera muy simple:

$$\text{ROI} = (\text{Utilidad neta o Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$$

- **Rentabilidad sobre ventas:** Calcula la capacidad de obtener rentabilidad que tienen las ventas que realiza la empresa en su actividad empresarial. Se emplean dos ratios financieros:

Margen de utilidad bruta o de contribución para calcular la rentabilidad sobre ventas: Muestra la capacidad que tiene la empresa de producir beneficios en relación a las ventas que

realiza en la actividad normal de la empresa; da a conocer el valor que gana la empresa por cada una de las unidades.

$$\text{Margen de contribución} = (\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}) / \text{Ventas}$$

Margen de utilidad neta para calcular la rentabilidad sobre ventas:

Muestra la rentabilidad que se logra por cada una de las unidades vendidas por una empresa en el transcurso de su actividad, una vez descontados los costos variables y directos de las ventas realizadas.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \text{Utilidad después de impuesto} / \text{Ventas}$$

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Micro y Pequeñas Empresas:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las Micro y pequeña empresa

a. El número total de trabajadores

La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.

La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores.

b. Niveles de ventas anuales:

La microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.

La pequeña empresa: opera hasta un monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.

2.3.2 Financiamiento:

Se designa con el término financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinaran a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad y concreten algún proyecto, siendo de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

2.3.3 Rentabilidad:

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y exactitud es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general del cumplimiento de cualquier medida a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una

noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

2.3.4 Definición de Restaurantes

La palabra restaurante fue usada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describía lugares públicos que ofrecían a las personas la opción de comer sopa y pan sin tener que prepararlos por su propia cuenta (Powers y Barrows, 2006); sin embargo a través del tiempo, un restaurante es considerado como aquel “establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local”. Concordando con esto, Morfin (2006), asegura que además de realizar un cobro por los alimentos y bebidas consumidos, también se debe cobrar por el servicio prestado, ya que la finalidad de este tipo de lugares no solo consiste en ofrecer productos, sino también atención y servicio a los clientes que visitan el establecimiento. Por lo que se puede expresar, que los restaurantes son establecimientos que tienen como principal objetivo la preparación de alimentos para ponerlos a disposición de la persona que desee comprarlos, mientras exista de por medio una relación de servicio, por mínima que sea, hacia las personas que los frecuenten.

Según lo leído por el viceministro de Micro y pequeña empresa e industria, el rubro de restaurantes creció 9.55% entre enero y abril del presente año, cifra superior, contribuyendo a generar altos niveles de

empleo y rentabilidad social, afirmó la viceministra de Micro y pequeña empresa e Industria, Magaly Silva.

Clasificación por la variedad del Servicio (Torruco y Ramírez, 1987)

Restaurantes de Autoservicio: Comúnmente se encuentran ubicados en centros comerciales o lugares concurridos como ferias y aeropuertos.

Restaurantes de menú y a la carta: Conforme a los precios son moderados y los clientes tienen la opción de elegir un platillo dependiendo su gusto y presupuesto.

Cafeterías, Drive-In. Restorrrutas y Similares: La comida es sencilla, rápida y los precios son muy accesibles; el servicio es fortuito y no poseen mucho personal.

Menú: Restaurantes de especialidades, cuyo menú se orienta a una sola corriente culinaria o ingrediente, como carnes, pescados o mariscos.

Atmosfera: Son aquellos restaurantes o establecimientos en que el atractivo primordial radica en la ambientación del lugar. (Rocco y Andrew, 2004).

Dentro de platos más utilizados por nuestros Restaurantes encuestados encontramos: (Ceviche, chicharrón, tiraditos, pastas, pescado a lo macho, rondas marinas, arroz con mariscos, parihuelas, tequeños, chupe de langosta, causas, pollos, carnes y pescado frito.) Podría pensarse que hay negocios en los que la abundante oferta acorta el margen de ganancia, como el de restaurantes. Hay necesidad de crear más restaurantes pues la demanda por estos servicios sigue aumentando en Lima y muchas regiones, en parte por el mayor poder adquisitivo y

la expansión del turismo. En el sector de microempresas este servicio tiene un gran dinamismo. Ahora se observa un boom de restaurantes ¿Qué tan rentable puede resultar este negocio? De acuerdo a nuestros análisis, las microempresas obtienen una rentabilidad de 30% a 35%, sobre sus ventas, margen bastante interesante. La demanda actual el crédito a las Micro y pequeñas empresas es más dinámico de todos los segmentos de financiamiento porque estos clientes están en la base de la pirámide socioeconómica, que cada vez tienen mayor acceso al sistema financiero. El objetivo es reconocer el esfuerzo de los microempresarios (que están a cargo del 60% de las microempresas del Perú) en forjar negocios propios y generar empleo y desarrollo en su comunidad.

III. HIPOTESIS

Por ser de naturaleza descriptiva no presentaremos hipótesis en nuestro trabajo de investigación. Porque lo dicho por el autor Hernández Fernández y Bautista, (2003) donde nos refiere que toda investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice por lo tanto no lleva hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1 Tipo y nivel de la investigación

4.1.1 Tipo de investigación

En el presente informe de tesis se está aplicando una investigación de tipo descriptivo debido a que estará enfocada directamente a conocer y determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal.

4.1.2 Nivel de investigación

El nivel de la investigación es cuantitativo, debido a que solo se ha limitado a recoger, procesar y analizar las principales características de las variables en estudio.

4.2 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental; porque se realizó sin manipular las variables, -descriptivo; porque el propósito es describir las variables en estudio. $M \rightarrow O$ donde:

M= Muestra conformada por las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas.

O= Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.

4.3 Población y muestra

4.3.1. Población

La población está constituida por las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas al sector servicio, rubro Restaurantes (37) del Distrito Canoas de Punta Sal.

4.3.2. Muestra

Para el recojo de información se tomará como muestra Cinco (05) Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal.

Muestra de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Restaurantes del Distrito
Canoas de Punta Sal.

N°	N° RUC	Nombre de Restaurante
01	10414702789	“Mi Chonita”
02	10027633400	“Frutos del Mar”
03	10455793608	“El Buen Sabor”
04	10479032950	“La Barca 715”
05	10414280001	“Mirador del Mar”

4.4 Definición y operacionalización de variables

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
F I N A N C I A M I E N T O	Conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinaran a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad y concreten algún proyecto, siendo de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.	La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento.	a) Si b) No
		A qué entidades financieras solicito el crédito financiero.	a) Bancos b) Caja municipal c) Caja rural d) Cooperativa
		Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito.	a) Muchos requisitos b) Montos insuficientes c) Plazos muy cortos d) Tasas muy elevadas e) Garantías
		Cuántas veces al año solicitó el crédito durante el año 2018	a) 1 – 2 veces b) 3 – 4 veces c) 5 – 6 veces
		Qué importe de crédito solicitó durante el año 2018	a) S/ 1,000 – S/ 5,000 b) S/ 5,000 – S/10,000 c) S/10,000 – S/15,000 d) S/15,000 – S/20,000 e) S/20,000 – S/25,000
		Cuáles es la tasa de interés que paga usted, por el crédito obtenido	a) 10% - 18% b) 19% - 27% c) 28% - 36% d) 37% - 42%
		Por qué aceptó la tasa de interés	a) Por necesidad b) Por desconocimiento c) Porque no tenía otra opción.
		En que fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo.	a) Capital de trabajo b) Mejoramiento y/o ampliación del local c) Compra de activos d) Pago de deudas

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
R E N T A B I L I D A D	Vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio.	Considera que la empresa de Restaurantes es rentable.	a) Si b) No Si la respuesta es SI, Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido a) 20% b) 30% c) 40% d) 50%
		El o los créditos financieros obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad.	a) Si b) No
		Cuáles fueron sus ventas mensuales.	a) S/ 1,000 – S/ 3,000 b) S/ 3,001 – S/ 8,000 c) S/8,001 – S/ 20,000 d) S/20,001 – S/50,000
		Qué porcentaje de ventas representa el costo mensual del capital	a) 10% - 25% b) 26% - 50% c) 51% - 75% d) 76% - 90%
		Qué problemas afectan la rentabilidad de su MYPE.	a) Ventas bajas b) Competencia c) Tasas de interés elevados d) Variación climática
		A qué cree Ud. Que se deben las ventas bajas dentro de su Micro y Pequeña Empresa.	a) Escasa difusión b) Sazón poco agradable c) Difícil acceso al lugar d) Precios elevados

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. Técnicas

Se utilizó la técnica de la encuesta.

4.5.2. Instrumentos

Para el recojo de la información se elaboró un cuestionario el cual está estructurado por 18 preguntas.

4.6. Plan de análisis

En este presente trabajo mi plan de Análisis, son aquellas herramientas que he utilizado para elaborar la Tesis son las siguientes:

- Word en versión 2016 para la redacción de la Tesis.
- Excel en versión 2016 para la elaboración de las tablas y la tabulación en gráficos.
- Office en versión 2016 para la elaboración de las diapositivas para la exposición del Proyecto de Tesis con una cantidad de 28 diapositivas.

4.7 Matriz de consistencia

PROBLEMA	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS	METODOLOGIA
¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018?	Variable independiente: Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> Entidades financieras Dificultades Crédito Tasa de interés Inversiones 	OBJETIVO GENERAL Determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018.	TIPO DE INVESTIGACION Se está aplicando una investigación de tipo descriptivo debido a que estará enfocada directamente a conocer e identificar las características del financiamiento y la rentabilidad de la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicio Restaurantes del distrito Canoas de Punta Sal.
	Variable dependiente: Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Ventas Costo de ventas Problemas Utilidad 	OBJETIVO ESPECIFICO <ul style="list-style-type: none"> Determinar las características del financiamiento de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Determinar las características de la rentabilidad de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Elaborar una propuesta de solución de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. 	DISEÑO El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental-descriptivo – bibliográficos. M → O donde: M= Muestra conformada por las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas. O= Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.
				POBLACION Está constituida por la Micro y Pequeña Empresa dedicadas al sector servicio, rubro Restaurantes (37) del distrito Canoas de Punta Sal. Se determinó consultando a SUNAT.
				MUESTRA Se tomará como muestra Cinco (05) Restaurantes del distrito Canoas de Punta Sal.

4.8. Principios éticos

- Ser respetuoso de la autoría de la fuente de información: Toda bibliografía consultada le corresponde a un autor específico por lo que cada vez que se utilice debemos ser específicos en indicar el título, parte, año y autor considerar la misma.
- Ser preciso al momento de la redacción y/o procesamientos de la información para hacer de lo que se informa algo provechoso.
- Esfuerzo y dedicación: Todo investigador debe comprometerse con el trabajo que está realizando de tal manera que consiga o busque los medios necesarios para elaborar un producto de calidad respetando las estructuras dadas de una buena investigación.

V. RESULTADOS Y ANALISIS DE RESULTADOS

5.1 Resultados

Respecto al perfil de la Micro y Pequeña Empresa:

CUADRO N°01

ITEM	TABLA	COMENTARIO
Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial	1	Del 100% de las personas encuestadas para determinar hace cuánto tiempo se dedican a la actividad empresarial; uno (01) de cinco (05), siendo el 20% de la muestra, respondió que el tiempo se encuentra entre el rango de 1 – 12 meses, mientras que una (01) que representa el 20% respondió que se encuentra entre el rango de 12 – 36 meses; las dos (02) siguientes que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que se tienen un tiempo estimado entre el rango de 36 – 72 meses y una (01) restante que representa el 20% de la muestra respondió que se encuentran en el rango de 108 – 144 meses de actividad empresarial.
Cuál es el número de trabajadores	2	Del 100% de las personas encuestadas para determinar el número de trabajadores que laboran en las empresas de Restaurantes; tres (03) de cinco (05), siendo el 60% de la muestra, respondieron que el número de trabajadores se encuentra entre el rango de 1 – 3, mientras que las dos (02) restantes, siendo el 40% se ubican en el rango de 4 – 7 trabajadores.
Cuál es su Régimen Tributario	3	Del 100% de las personas encuestadas para determinar en qué régimen tributario se encuentran las MYPES; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que se encuentra en el Régimen del Nuevo Régimen Único Simplificado, mientras que una (01) restante, siendo el 20% de la muestra respondió que se encuentran en el Régimen Especial de la Renta.

Fuente: Tablas 01, 02, 03 (Ver anexo 02)

Respecto característica del Financiamiento de la Micro y Pequeña Empresa:

CUADRO N°02

ITEM	TABLA	COMENTARIO
La empresa ha requerido de algún tipo de Financiamiento	4	Del 100% de las personas encuestadas para determinar si la empresa ha requerido de financiamiento; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que Si, y uno (01) que representa el 20% manifestó no haber requerido de financiamiento ya que cuenta con capital propio.
A qué entidades Financieras solicitó el crédito financiero	5	Del 100% de las personas encuestadas para determinar a qué entidades financieras solicitaron el crédito financiero; uno (01) de cuatro (04), siendo el 25% de la muestra, respondió que la entidad que le otorgó el financiamiento fue de Bancos, mientras que las tres (03) restantes que representan el 75% de la muestra en estudio, respondieron que las entidades que les otorgaron el financiamiento fueron Cajas Municipales para financiar sus actividades.
Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito	6	Del 100% de las personas encuestadas para determinar qué dificultades se les presentaron al momento de solicitar el crédito financiero; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que las dificultades se encuentra en el historial crediticio y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que la dificultad se encuentra en que las tasas de interés son muy elevadas.
Cuántas veces al año solicitó el crédito durante el año 2018	7	Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuántas veces solicitaron el crédito financiero; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que se encuentran en el rango de 1 – 2 veces y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que se encuentran en el rango de 3 – 4 veces.
		Del 100% de las personas encuestadas para

<p>Qué importe del crédito solicitó durante el año 2018</p>	<p>8</p>	<p>determinar cuál fue el monto del crédito solicitado a las entidades financieras; uno (01) de cuatro (04), siendo el 25% de la muestra, respondió que se encuentran en el rango de S/1,000 – S/5,000; mientras que una (01) que representan el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentran en el rango de S/10,000 – S/15,000; una (01) siguiente que representa el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentra en el rango de S/15,000 – S/20,000 y una (01) restante que representa el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentra en el rango de S/20,000 – S/25,000 en solicitud al crédito otorgado.</p>
<p>Cuál es la tasa de interés que paga Usted, por el crédito obtenido</p>	<p>9</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuál es la tasa de interés cobrada por crédito solicitado; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que se encuentran en el rango de 19% - 27% y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que se encuentran en el rango de 37% - 42%.</p>
<p>Por qué aceptó la tasa de interés</p>	<p>10</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar por qué aceptó la tasa de interés cobrada (TEA) por las entidades financieras por el crédito solicitado; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que no tenían otra opción, es por ello que aceptan pagar dicha tasa de interés.</p>
<p>En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo</p>	<p>11</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar en qué fue invertido el crédito solicitado; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que invirtieron en mejoramiento y/o ampliación del local para continuar sus actividades.</p>

Fuente: Tablas 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10,11 (Ver anexo 02)

Respecto a las características de la Rentabilidad de la Micro y Pequeña Empresa:

CUADRO N° 03

ITEM	TABLA	COMENTARIO
Considera que la empresa de Restaurantes es rentable	12	Del 100% de las personas encuestadas para determinar la rentabilidad de las empresas de Restaurantes, cinco (05) de cinco (05), siendo el 100% de la muestra, respondieron que Sí es rentable el servicio de restaurante en el mercado.
Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido	13	Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuál es el porcentaje de ganancia sobre el capital invertido en las empresas de Restaurantes; uno (01) de cinco (05), siendo el 20% de la muestra, respondió que su rentabilidad asciende al 10%; mientras que dos (02) que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que su rentabilidad asciende a un 20% sobre el capital; una (01) siguiente persona que representa el 20% de la muestra en estudio, respondió que su rentabilidad asciende al 30% y una (01) restante que representa el 20% de la muestra en estudio, respondió que su rentabilidad se ubica en un 40% respecto al capital invertido.
El o los créditos obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad	14	Del 100% de las personas encuestadas para determinar que los créditos contribuyen a la rentabilidad; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que si han contribuido en la rentabilidad de las MYPES de Restaurantes.
Cuáles fueron sus ventas mensuales	15	Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuáles fueron sus ventas mensuales; dos (02) de cinco (05), siendo el 40% de la muestra, respondieron que el rango de sus ventas se encuentra en S/1,000 – S/3,000; mientras que dos (02) que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que su rango de ventas se ubica de S/3,001- S/8,000; y una (01) restante siendo el 20% de la muestra responde se encuentra en el rango de S/ 8,001 - S/20,000.

<p>Qué porcentaje de ventas representa el costo mensual del capital</p>	<p>16</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar qué porcentaje de ventas es sus costos mensual; dos (02) de cinco (05), siendo el 40% de la muestra, respondieron que el rango de porcentaje se encuentra entre el 51% - 75%, mientras que las tres (03) restantes que representan el 60% de la muestra en estudio, respondieron que el rango de porcentaje se ubica en el rango de 76% - 90%.</p>
<p>Qué problemas afectan la rentabilidad de su MYPE</p>	<p>17</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar los problemas que afectan la rentabilidad de las MPYES de Restaurantes; tres (03) de cinco (05), siendo el 60% de la muestra, respondieron que el factor que influye es las ventas bajas; mientras que dos (02) restantes que representan el 40%, respondieron que el problema que afecta su rentabilidad influye en la variación climática.</p>
<p>A qué cree Ud. Que se deben las ventas bajas dentro de su Micro y Pequeña Empresa</p>	<p>18</p>	<p>Del 100% de las personas encuestadas para determinar a qué se deben las ventas bajas de Micro y Pequeña Empresa de Restaurantes; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que las ventas bajas se deben a la escasa difusión; mientras que una (01) restante que representan el 20% de la muestra, respondió que se debe a las temporadas bajas de Turismo.</p>

Fuente: Tablas 12, 13, 14, 15, 16, 17,18 (Ver anexo 02)

5.2 Análisis de resultados

Respecto a la Micro y pequeña empresa: Al efectuar el análisis de los resultados de nuestro instrumento de recolección de información, nos refiere; que el tiempo en que los microempresarios iniciaron sus actividades empresariales: el 40% de la muestra de estudio menciona que su rango se encuentra entre 36 – 72 meses; de acuerdo a ello se determina que el 60% refiere que el número de trabajadores se ubica en el rango de 1 – 3 trabajadores que laboran en las empresas de Restaurantes; y finalmente se determinó que el 80% de la muestra pertenece al régimen tributario Nuevo Régimen Único Simplificado y el 20% pertenece al Régimen Especial de la Renta. Y según lo referido por **Vilca, F (2018)**, en su estudio tuvo como resultado con relación a las características de las MYPE, el 50.0% están en el mercado alrededor de 6 a 10 años, el 80.0% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 40.0% pertenecen a un nivel de formalización con permiso municipal para su funcionamiento, el 100.0% pertenecen al tipo de régimen único simplificado, el 90.0% fueron impulsadas en su creación por necesidad. Del mismo modo **Cruz, L (2016)**. Como resultado de su investigación nos relata que sobre el perfil del micro empresarios, el 50% dijeron tener más de 3 años de antigüedad empresarial.

Respecto al Financiamiento de la Micro y pequeña empresa: De acuerdo al análisis de los resultados podemos determinar que el 80% de la muestra refiere a ver solicitado de financiamiento, el 75% de la muestra menciona que han sido financiadas por entidades financieras como cajas municipales, pese a que debido a no tener un historial crediticio y a las elevadas tasas de interés que oscilan entre el 19% y 42%, han accedido entre 1 – 4 veces a créditos desde s/1000 hasta

s/25000, por ello el 100% menciona que dicho crédito es invertido en el mejoramiento y ampliación del local; lo dicho por **Torre, Y (2018)**. De acuerdo a sus resultados de financiamiento: El 65% de las Mypes encuestadas manifiestan que obtuvieron el crédito del sistema no bancario, el 60% de las Mype que recibieron crédito y lo invirtieron en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; al igual que **Vilca, F (2018)**. Con sus resultados acerca del financiamiento, el 80.0% si obtuvieron prestamos, el 60.0% indican que la fuente de su financiamiento fue personal, el 70.0% el crédito lo invirtieron en la compra de insumos, el 90.0% indican que el monto del crédito fue de 1000 a 2500 soles, el 60.0% pagaron el préstamo solicitado en 12 meses, el 80.0% no tuvieron inconvenientes en la solicitud del préstamo para su negocio. Al igual que **Rodríguez, F (2016)**. Como resultado de sus estudios obtienen que respecto al Financiamiento: el 60% de las MYPES trabajan con financiamiento de terceros, el 100% ha solicitado un crédito en los últimos 3 años, el 60% ha obtenido prestamos en entidades financieras, el 80% pagaron una tasa de interés de 0 – 20%, donde el 40% el crédito fue invertido para capital de trabajo, el 80% el crédito obtenido le proporciono rentabilidad a la MYPE; según **Lupu, E (2016)**. Con lo que concierne al financiamiento: El 53.84% de las MYPES encuestadas expresaron que obtuvieron crédito del sistema no bancario; el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; pero a **Baltodano, V (2016)**. Lo correspondiente a sus resultados nos indica que la mayoría de los autores coinciden en que el financiamiento es otorgado por las entidades no bancarias y son de corto plazo; además, son utilizados principalmente como capital de trabajo, mejoramiento del

local y compra de activos. Del mismo modo, se señaló que la empresa Venecia Restaurant S.C.R.L recurrió a financiamiento del sistema bancario, el mismo que fue otorgado a largo plazo y fue utilizado en la adquisición de activo fijo, mejoramiento del local y en menor proporción como capital de trabajo. Posteriormente, se establecen no coincidencias entre las características del financiamiento de las Mypes y del caso de estudio, ya que la primera obtiene sus créditos del sistema no bancarios, quienes les ofrecieron mayores facilidades en el otorgamiento de créditos, los mismos que fueron otorgados a corto plazo y utilizados como capital de trabajo, para mejoramiento de sus locales y en menor razón para la adquisición de activo fijo: en cambio, la empresa del caso de estudio, adquirió el financiamiento del sistema bancario, a largo plazo y lo destinó a la compra de activo fijo, mejoramiento de local y en menor razón como capital de trabajo. Lo que mencionan los autores (Weston y Copeland, 1995) definen la estructura de financiamiento como la forma en la cual se financian los activos de una empresa.

Respecto a la Rentabilidad de la Micro y pequeña empresa: Al efectuar los análisis de rentabilidad, el 100% de la muestra refiere que sí es rentable el servicio de restaurante en el mercado en un 20% sobre el capital invertido, siendo los créditos obtenidos los que les han permitido incrementar su rentabilidad, el 80% de la muestra refiere alcanzar un total de ventas que ostenta entre los s/1,000 a s/8,000 y s/8,001 a s/20,000 mensuales, del cual el capital de trabajo representaría entre el 76% al 90 % de costo de sus ventas, que muchas veces se ven afectadas debido al bajo consumo por parte de los clientes (ventas bajas); esto se debe a la escasa difusión. Según **Torre, Y (2018)**. Con relación a la

rentabilidad: el 95% de los representantes legales de las Mype encuestadas sostuvieron que el microcrédito financiero si contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas; el 100% de las Mype encuestadas expresaron que la rentabilidad es importante para las Mype; para **Vilca, F (2018)**. En tanto, a la rentabilidad, el 90.0% mencionaron que si mejoró la rentabilidad y el 90.0% indicaron que su empresa es rentable, se considera al financiamiento una fuente de suma importancia para el progreso de empresas dedicadas a este rubro el cual posteriormente son rentables en el mercado. De igual forma **Cruz, L (2016)**. En su investigación concluye que de las MYPES encuestadas su rentabilidad mejoró por el financiamiento y la rentabilidad, ya que son factores esenciales para su desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro restaurant. Al igual que **Rodríguez, F (2016)**. En su estudio menciona que el 80% de los encuestados responde que el crédito obtenido le proporciono rentabilidad a la MYPE. Según **Lupu, E (2016)**. El 53.84% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que microcrédito financiero si contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas. Y para **Córdova, T (2016)**: con relación a la rentabilidad es mínima las MYPE que tienen conocimiento acerca de la rentabilidad económica y financiera.

VI. CONCLUSIONES

Para el objetivo N°01

Se concluye que al describir las características del Financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. De acuerdo al estudio de investigación se establece que:

6.1.1 El 80% (04) de los encuestados, indican que si han requerido de financiamiento, mientras que el 20% (01) indicaron no haber requerido de financiamiento ya que cuentan con capital propio.

6.1.2 El 25% (01), respondió que a la entidad que solicitó el crédito fue el Banco, mientras que el 75% (03) respondieron que fueron las Cajas Municipales quienes les otorgaron dicho financiamiento para ejecutar sus actividades.

6.1.3 El 50% (02) de los encuestados, manifestaron que la dificultad que se presentó al momento de solicitar dicho crédito, se encuentra en el historial crediticio y el 50% (02) manifestaron que las tasas de interés son muy elevadas.

6.1.4 El 50% (02) de los encuestados, respondieron que las veces que solicitaron el crédito fueron de 1 – 2 veces y el 50% (02) solicito de 3 – 4 veces.

6.1.5 El 25% (01) indica que el importe del crédito es de S/ 1,000- S/ 5,000 y mientras que el 25% (01) se encuentran entre S/ 10,000- S/ 15,000 y la siguiente que representa el 25% (01) responde que fue de S/ 15,000- S/ 20,000 y el otro 25% (01) responde que su importe se ubica entre S/ 20,000- S/ 25,000.

6.1.6 El 50% (02) de los encuestados, afirman que su tasa de interés se ubica en el 19% - 27% y el 50% (02) responden que es de 37% - 42%.

6.1.7 El 100% (04) de los encuestados, indican que aceptaron la tasa de interés porque no tenían otra opción.

6.1.8 El 100% (04) de los encuestados, responden que dicho crédito obtenido lo invirtieron en mejoramiento y/o ampliación del local.

Para el objetivo N°02

Se concluye que al describir las características de la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. Después de la recolección de información mediante el instrumento de la encuesta, como resultado de su rentabilidad que:

6.2.1 El 100% (05) de los encuestados, respondieron que sí es rentable el servicio de Restaurantes en el mercado.

6.2.2 El 20% (01) respondió que su porcentaje de ganancia es el 10%, mientras el 40% (02) respondieron que su rentabilidad asciende a un 20% sobre el capital; y el 20% (01) responde que su rentabilidad asciende al 30% y el otro 20% (01) respondió que su rentabilidad se ubica en un 40%.

6.2.3 El 100% (04) de los encuestados, indicaron que los créditos si han contribuido en la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas de Restaurantes.

6.2.4 El 40% (02) de los encuestados, indican que sus ventas mensuales; se ubican entre S/ 1,000- S/ 3,000 mientras, el 40% (02) indican se encuentran de S/ 3,001 – S/ 8,000 y el 20% (01) responde que se encuentra entre S/ 8,001 – S/ 20,000.

6.2.5 El 40 % (02) de los encuestados, indicaron que el porcentaje de costo de ventas mensual es del 52% - 75% y el 60% (03) afirman que es del 76% - 90%.

6.2.6 El 60% (03) de los encuestados, indica que el problema que afecta la rentabilidad de las Mypes; son las ventas bajas; y el 40% (02) indican que es la variación climática.

6.2.7 El 80% (04) de los encuestados, indicaron que las ventas bajas de las Mypes se debe a la escasa difusión; y el 20% (01) responde se encuentra en las temporadas bajas de Turismo.

Para el objetivo N°03 Se concluye que al describir las características de Financiamiento y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito Canoas de Punta Sal, año 2018. De acuerdo a la información recolectada mediante el instrumento de la encuesta en el Ítem 15 “Cuáles fueron sus ventas mensuales” el 40% (02) respondieron que sus ventas se encuentra entre S/ 1,000 –S/ 3,000; así mismo en el ítem 17, el 60% (03) afirman que el principal problema que afecta la rentabilidad de sus Micro y Pequeñas Empresas son las ventas bajas; reafirmado en el ítem 18 donde el 80% (04) opinan que las ventas bajas se deben a la escasa difusión, demostrándose así que es necesario incrementar dichas ventas mensuales para mejorar la rentabilidad del Restaurante “El Buen Sabor” por haberse considerado el mismo, como piloto para elaborar un plan de mejora. Ver **ANEXO 10**

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Baltodano, V (2016). Su tesis “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: Caso empresa Venecia Restaurant S.C.R LTDA de Chimbote, 2014” disponible en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/528>

Conceptos de publicidad. Página disponible:
<https://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html>

Conceptos de publicidad. Página disponible:
<https://publiciadaperu.wordpress.com/category/legislacion-publicitaria-peru/>

Córdova, T (2016): En su tesis “Caracterización de marketing y rentabilidad en las Mype de servicios rubro restaurantes del Distrito de Castilla – Piura 2016” página disponible: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4382>

Cruz, L (2016). En su tesis “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro restaurant en el Distrito de Juanjui provincia Mariscal Cáceres, periodo 2015-2016”. Disponible en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1008>

Delgado, A (2017). Título de su tesis “Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Huaraz 2015” página disponible:
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_001744c962233285cf6441d289a09585

Díaz, C (2016). Título de su tesis “Caracterización de capacitación y rentabilidad de las Mype rubro restaurantes de la Urb. Angamos de la ciudad de Piura año 2016” disponible en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1017>

Estructura de financiamiento. Disponible en:
<https://www.gestiopolis.com/estructura-de-financiamiento-fundamentos-teoricos-y-conceptuales/>

Formas de financiamiento en el Perú. Disponible en:
<https://www.google.com.pe/search?q=FORMAS+DE+FINANCIAMIENTO+EN+EL+PERU&oq=FORMAS+DE+FINANCIAMIENTO+EN+EL+PERU&aqs=chrome..69i57j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

García y Villafuerte (2014) tema: Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la política de inversiones. Página web disponible: <http://www.redalyc.org/html/257/25739666004/>

Gonzales, N (2013). Tesis “Impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las MiPymes del sector comercio en el municipio de Querétaro”. Disponible en: <http://ri.uaq.mx/xmlui/handle/123456789/1842>

Libro. Disponible en:
<http://www.eumed.net/librosgratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

Lic. Amadeo, A (2013). En su tesis “Determinación del Comportamiento de las Actividades de Financiamiento de las Pequeños y Medianas Empresa Mayo 2013” página disponible: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/36051>

Lupu, E (2016). En su tesis “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de Mype sector servicios rubro restaurantes, Distrito de – Tumbes, 2016” página disponible: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1231>

Noel, B (2018). En su tesis “Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el Distrito de Zorritos, 2017” página disponible: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3852>

Problemas del Financiamiento en el Perú. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/viewFile/15749/16184>

Ríos, M (2014). Tesis “Instrumentos de apoyo para la financiación de las Pymes”. Disponible en: <https://riunet.upv.es/handle/10251/43299>

Rodríguez, F (2016). Tesis “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes cevicherías de la Urbanización Los Cipreces del Distrito de Nuevo Chimbote, 2013” página disponible: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1032>

Sunat: Página disponible: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

Surgimiento de las Mypes. Disponible en: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Gezki/article/viewFile/6642/6080>

Tencio, Muñoz, Artavia, Vargas, Obando y Ulate. (2015) tema: “Modelo de evaluación de riesgo crediticio para entidades financieras aplicables a PYMES de los sectores comercio, industria y servicios en Costa Rica”. Disponible en: <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/6650>

Torre, Y (2018). Título de su tesis “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Distrito de Huaraz, 2016” página disponible: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_04b64efdc8985fe4a9468f81dc0a441d

Vilca, F (2018). Su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno2017”. Página disponible: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4008>



CUESTIONARIO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE PROFESIONAL CONTABILIDAD

ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS, GERENTES Y/O REPRESENTANTES DE LAS MYPES, DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CANOAS DE PUNTA SAL.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018.

La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación.

Encuestador:

Fecha: ____/____/____

RUC: _____

NOMBRE DEL NEGOCIO: _____

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:

1.1 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

- a) 1 – 12 meses
- b) 13 – 24 meses
- c) 25 – 36 meses
- d) 37 – 48 meses
- e) 49 – 60 meses

1.2 ¿Cuál es el número de trabajadores?

- a) 1 – 3
- b) 4 – 7
- c) 8 – 10
- d) 11 – 13

1.3 ¿Cuál es su régimen tributario?

- a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b) Régimen Especial de Renta (RER)
- c) Régimen MYPE Tributario (RMT)
- d) Régimen General del Impuesto a la Renta (RGR)

II. CARACTERISTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:

2.1 ¿La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento? (*si su respuesta es no, pase a la pregunta 3.1*)

- a) Si
- b) No, cuenta con capital propio

2.2 ¿A qué entidades financieras solicito el crédito financiero?

- a) Bancos
- b) Caja municipal
- c) Prestamistas

2.3 ¿Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito?

- a) Muchos requisitos
- b) Historial crediticio
- c) Montos insuficientes
- d) Plazos muy cortos
- e) Tasas muy elevadas

2.4 ¿Cuántas veces al año solicitó el crédito durante el año 2018?

- a) 1 – 2 veces
- b) 3 – 4 veces
- c) 5 – 6 veces

2.5 ¿Qué importe de crédito solicitó durante el año 2018?

- a) S/ 1,000 – S/ 5,000
- b) S/5,000 – S/ 10,000
- c) S/ 10,000 – S/ 15,000
- d) S/ 15,000 – S/ 20,000
- e) S/ 20,000 – S/ 25,000

2.6 ¿Cuál es la tasa de interés que paga usted, por el crédito obtenido?

- a) 10% - 18%
- b) 19% - 27%
- c) 28% - 36%
- d) 37% - 42%

2.7 ¿Por qué aceptó la tasa de interés?

- a) Por necesidad
- b) Por desconocimiento
- c) Porque no tenía otra opción

2.8 ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

- a) Capital de trabajo
- b) Mejoramiento y/o ampliación del local
- c) Compra de activos
- d) Pago de deudas

III. CARACTERISTICAS DE LA RENTABILIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:

3.1 ¿Considera que la empresa de Restaurantes es rentable?

- a) Si
- b) No
 - Si la respuesta es SI, ¿Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido?
 - a) 10%
 - b) 20%
 - c) 30%
 - d) 40%

- 3.2 ¿El o los créditos financieros obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad?
- a) Si
 - b) No
- 3.3 ¿Cuáles fueron sus ventas mensuales?
- a) S/1,000 – S/3,000
 - b) S/3,001 – S/8,000
 - c) S/8,001 – S/20,000
 - d) S/20,001 – S/50,000
- 3.4 ¿Qué porcentaje de ventas representa el costo mensual del capital?
- e) 10% - 25%
 - f) 26% - 50%
 - g) 51% - 75%
 - h) 76% - 90%
- 3.5 ¿Qué problemas afectan la rentabilidad de su Micro y pequeña empresa?
- a) Ventas bajas
 - b) Competencia
 - c) Tasas de interés elevados
 - d) Variación climática
- 3.6 ¿A qué Ud. Que se deben las ventas bajas dentro de su Mype?
- a) Escasa difusión
 - b) Sazón poco agradable para el consumidor
 - c) Difícil acceso al lugar
 - d) Temporadas bajas de Turismo

ANEXO 02

Tabla 01 Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial

ITEM	CANTIDAD	%
1 - 12 meses	1	20%
12 - 36 meses	1	20%
36 - 72 meses	2	40%
72 - 108 meses	0	0%
108 - 144 meses	1	20%
TOTAL	5	100%

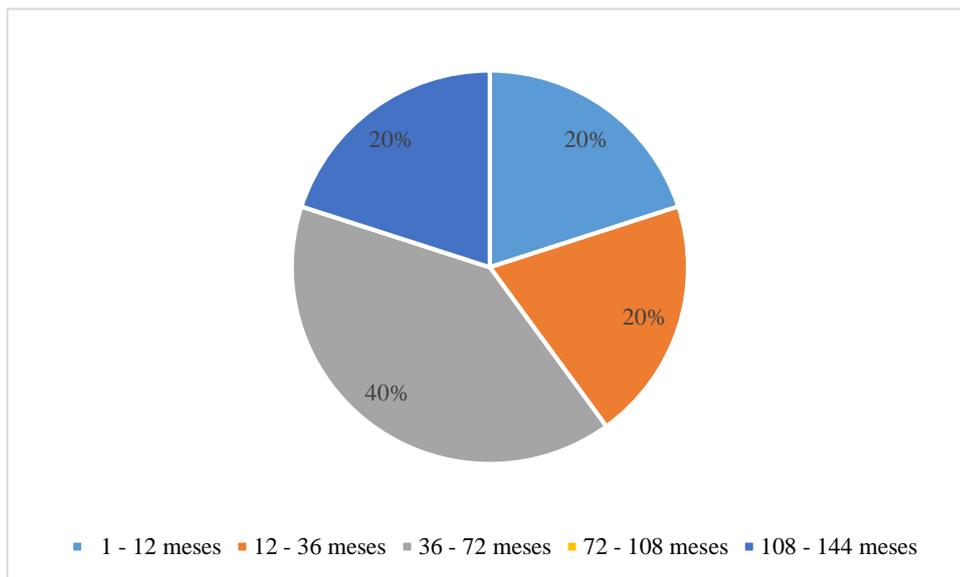


Figura 01. Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar hace cuánto tiempo se dedican a la actividad empresarial; uno (01) de cinco (05), siendo el 20% de la muestra, respondió que el tiempo se encuentra entre el rango de 1 – 12 meses, mientras que una (01) que representa el 20% respondió que se encuentra entre el rango de 12 – 36 meses; las dos (02) siguientes que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que se tienen un tiempo estimado entre el rango de 36 – 72 meses y una (01) restante que representa el 20% de la muestra respondió que se encuentran en el rango de 108 – 144 meses de actividad empresarial.

Tabla 02 Cuál es el número de trabajadores

ITEM	CANTIDAD	%
1 - 3 Trabajadores	3	60%
4 - 7 Trabajadores	2	40%
8 -10 Trabajadores	0	0%
11 -13 Trabajadores	0	0%
TOTAL	5	100%

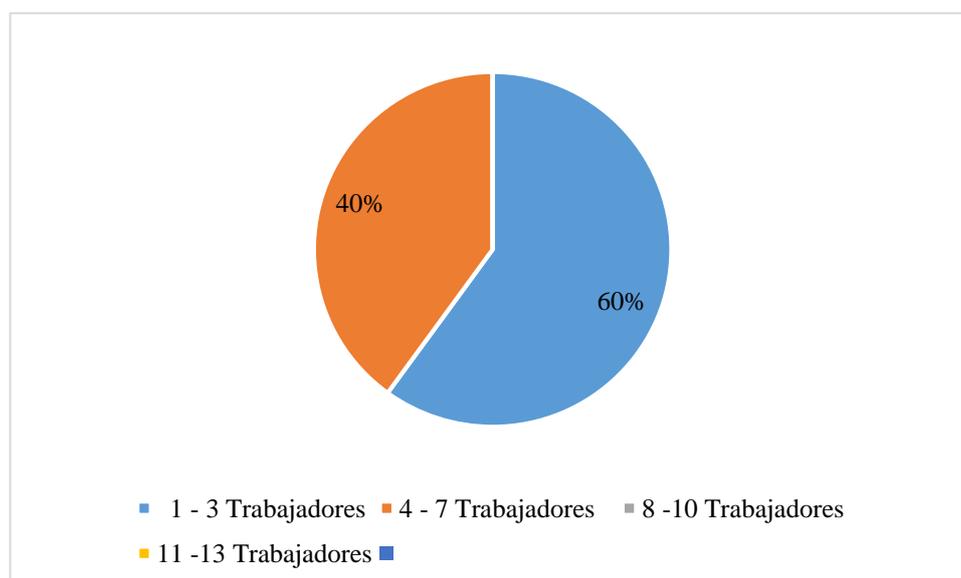


Figura 02. Cuál es el número de trabajadores

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar el número de trabajadores que laboran en las empresas de Restaurantes; tres (03) de cinco (05), siendo el 60% de la muestra, respondieron que el número de trabajadores se encuentra entre el rango de 1 – 3, mientras que las dos (02) restantes, siendo el 40% se ubican en el rango de 4 – 7 trabajadores.

Tabla 03 Cuál es su régimen tributario

ITEM	CANTIDAD	%
NRUS	4	80%
RER	1	20%
RMT	0	0%
RGR	0	0%
TOTAL	5	100%

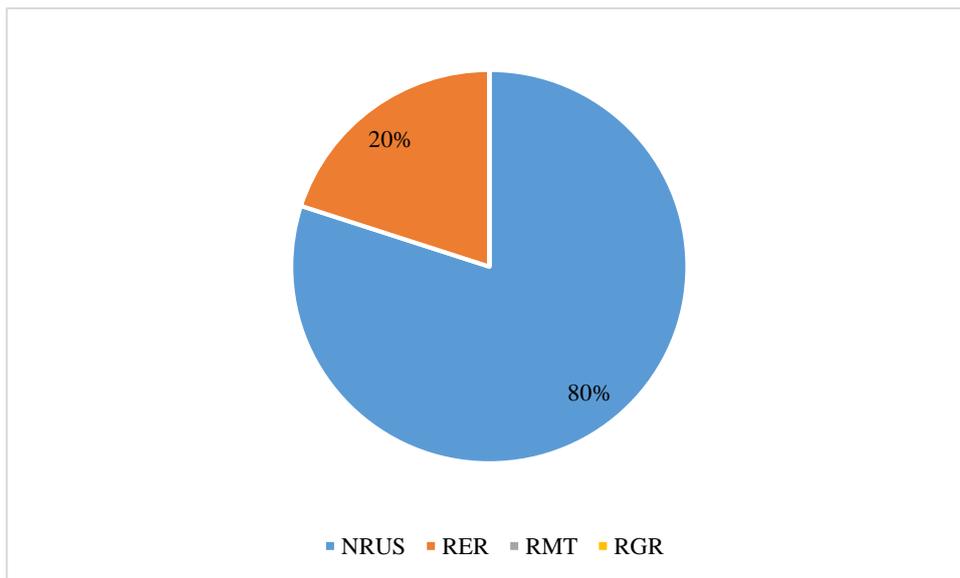


Figura 03 Cuál es su régimen tributario

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar en qué régimen tributario se encuentran las Micro y pequeñas empresas; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que se encuentra en el Régimen del Nuevo Régimen Único Simplificado, mientras que una (01) restante, siendo el 20% de la muestra respondió que se encuentran en el Régimen Especial de la Renta.

Tabla 04 La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento

ITEM	CANTIDAD	%
Si	4	80%
No	1	20%
TOTAL	5	100%

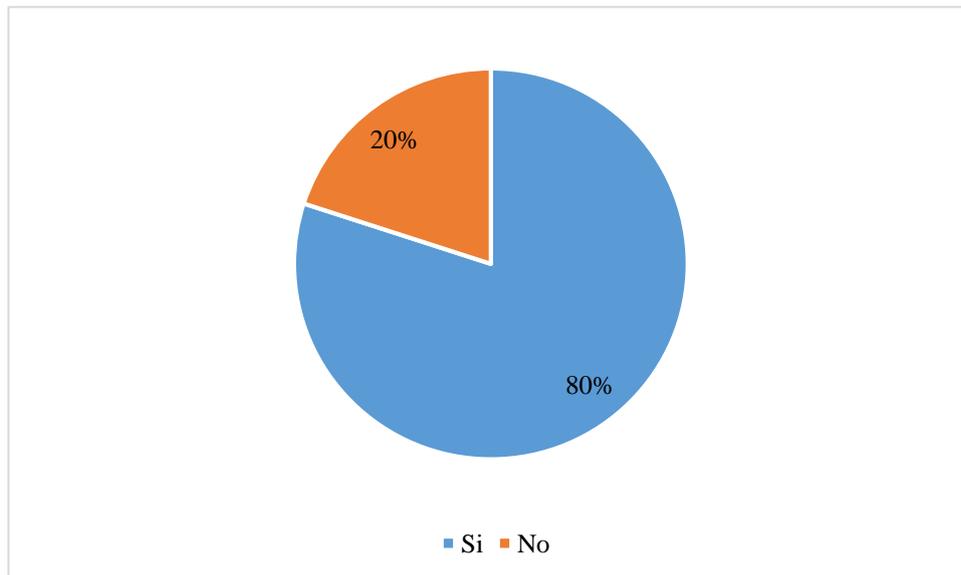


Figura 04. La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar si la empresa ha requerido de financiamiento; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que Sí, y uno (01) que representa el 20% manifestó No haber requerido de financiamiento ya que cuenta con capital propio.

Tabla 05 A qué entidades financieras solicitó el crédito financiero

ITEM	CANTIDAD	%
Bancos	1	25%
Caja Municipal	3	75%
Prestamistas	0	0%
TOTAL	4	100%

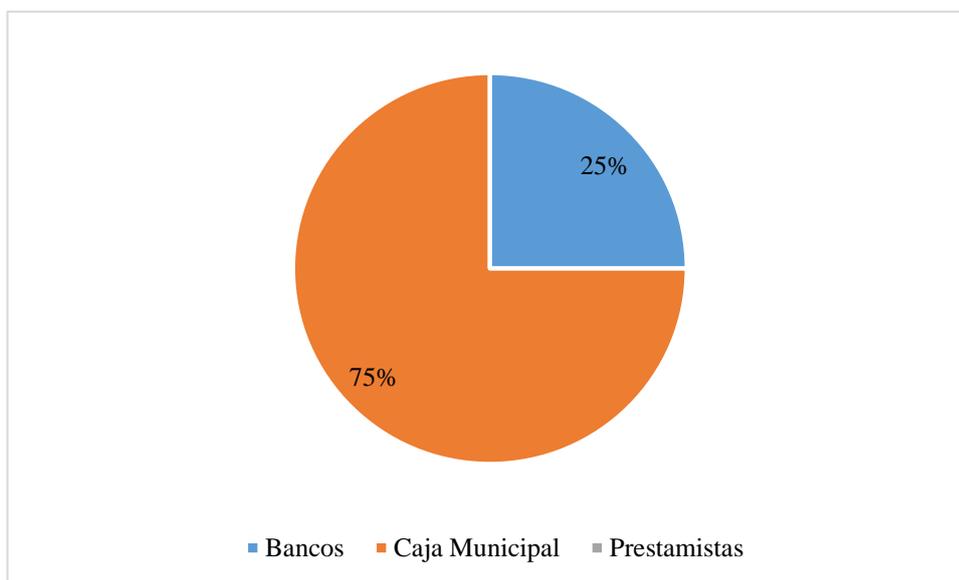


Figura 05. A que entidades financieras solicito el crédito financiero

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar a qué entidades financieras solicitaron el crédito financiero; uno (01) de cuatro (04), siendo el 25% de la muestra, respondió que la entidad que le otorgó el financiamiento fue de Bancos, mientras que las tres (03) restantes que representan el 75% de la muestra en estudio, respondieron que las entidades que les otorgaron el financiamiento fueron Cajas Municipales para financiar sus actividades.

Tabla 06 Qué dificultades se le presentaron al obtener el crédito

ITEM	CANTIDAD	%
Muchos requisitos	0	0%
Historial crediticio	2	50%
Montos insuficientes	0	0%
Plazos muy cortos	0	0%
Tasas muy elevadas	2	50%
TOTAL	4	100%

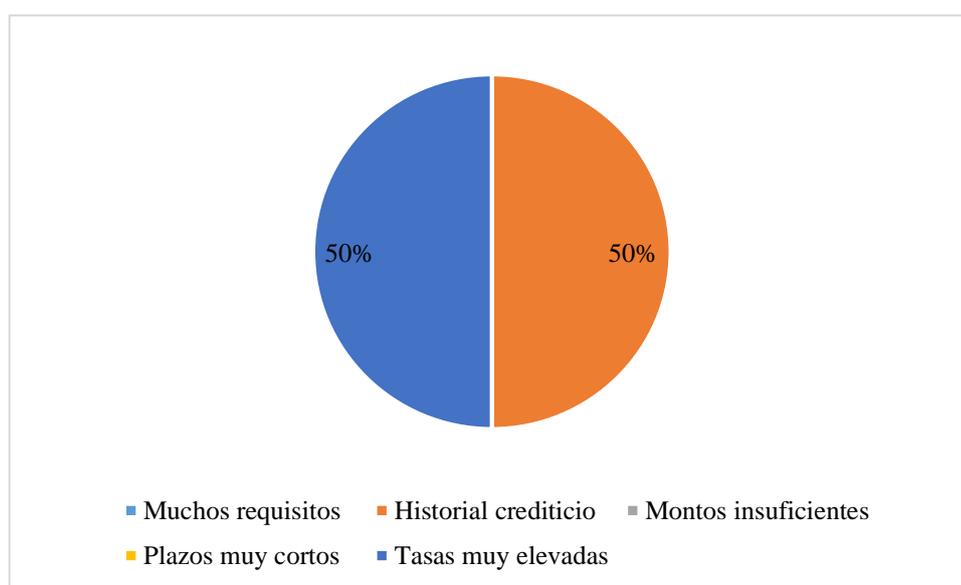


Figura 06. Que dificultades se le presentaron al obtener el crédito

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar qué dificultades se les presentaron al momento de solicitar el crédito financiero; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que las dificultades se encuentra en el historial crediticio y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que la dificultad se encuentra en que las tasas de interés son muy elevadas.

Tabla 07 Cuántas veces al año solicito el crédito durante el año 2018

ITEM	CANTIDAD	%
1 - 2 veces	2	50%
3 - 4 veces	2	50%
5 - 6 veces	0	0%
TOTAL	4	100%

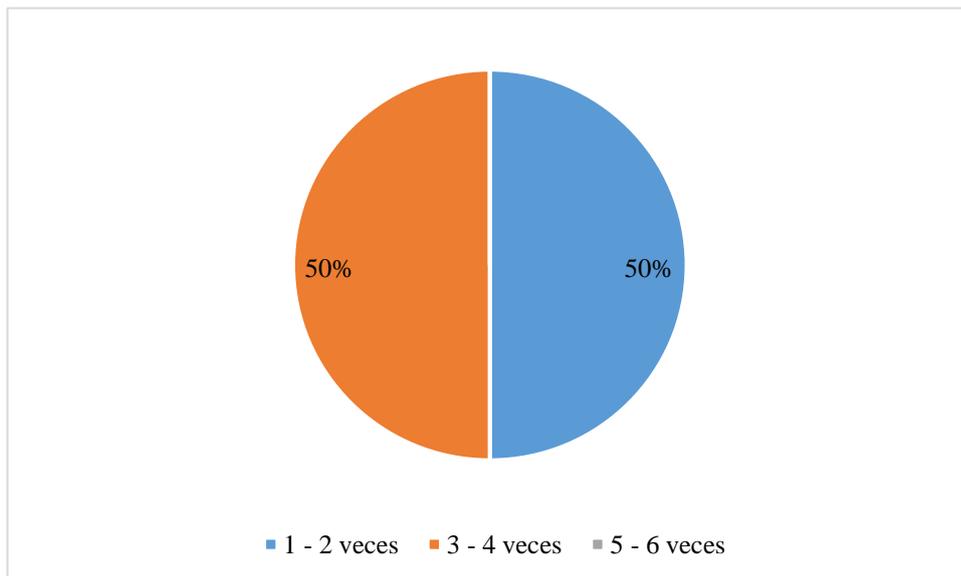


Figura 07. Cuántas veces al año solicito el crédito durante el año 2018

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuántas veces solicitaron el crédito financiero; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que se encuentran en el rango de 1 – 2 veces y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que se encuentran en el rango de 3 – 4 veces.

Tabla 08 Qué importe de crédito solicito durante el año 2018

ITEM	CANTIDAD	%
S/ 1,000 - S/ 5,000	1	25%
S/5,000 - S/10,000	0	0%
S/10,000 - S/15,000	1	25%
S/15,000 - S/20,000	1	25%
S/20,000 - S/25,000	1	25%
TOTAL	4	100%

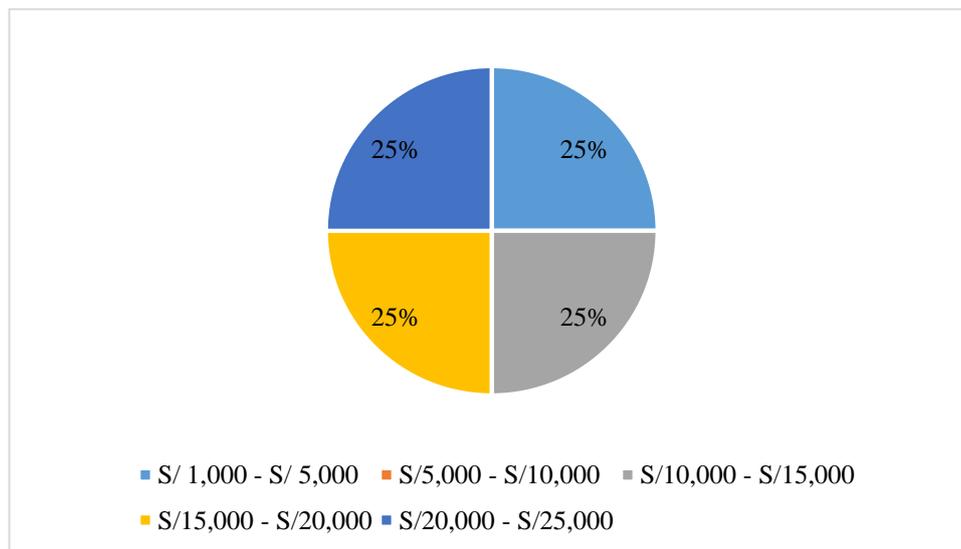


Figura 08. Qué importe de crédito solicito durante el año 2018.

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuál fue el monto del crédito solicitado a las entidades financieras; uno (01) de cuatro (04), siendo el 25% de la muestra, respondió que se encuentran en el rango de S/1,000 – S/5,000; mientras que una (01) que representan el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentran en el rango de S/10,000 – S/15,000; una (01) siguiente que representa el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentra en el rango de S/15,000 – S/20,000 y una (01) restante que representa el 25% de la muestra en estudio, respondió que se encuentra en el rango de S/20,000 – S/25,000 en solicitud al crédito otorgado.

Tabla 09 Cuál es la tasa de interés que paga usted, por el crédito obtenido

ITEM	CANTIDAD	%
10 % - 18%	0	0%
19% - 27%	2	50%
28% - 36%	0	0%
37% - 42%	2	50%
TOTAL	4	100%

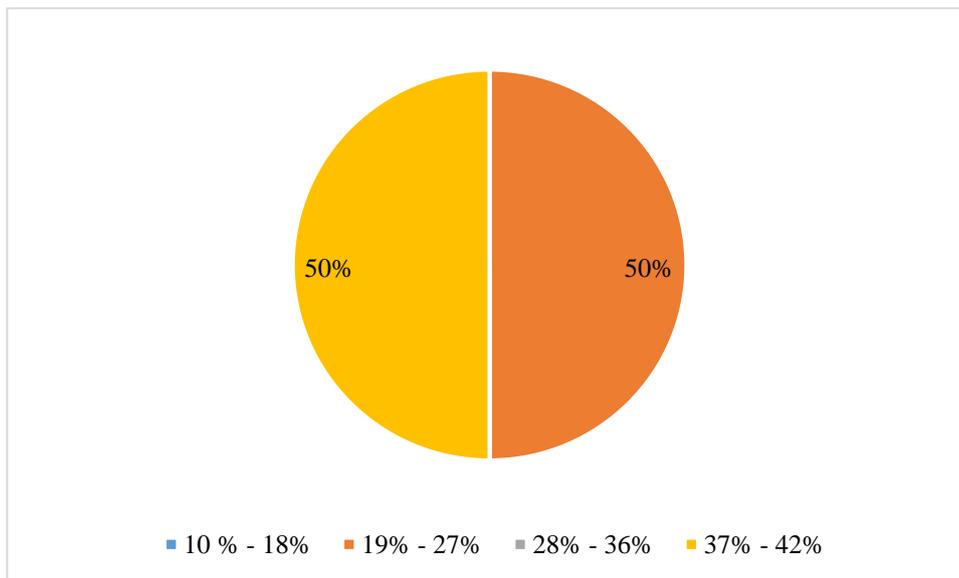


Figura 09. Cuál es la tasa de interés que paga usted, por el crédito obtenido

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuál es la tasa de interés cobrada por crédito solicitado; dos (02) de cuatro (04), siendo el 50% de la muestra, respondieron que se encuentran en el rango de 19% - 27% y las dos (02) restantes que representan el 50% afirman que se encuentran en el rango de 37% - 42%.

Tabla 10 Por qué aceptó la tasa de interés

ITEM	CANTIDAD	%
Por necesidad	0	0%
Por desconocimiento	0	0%
Porque no tenía otra opción	4	100%
TOTAL	4	100%



Figura 10. Por qué aceptó la tasa de interés

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar por qué aceptó la tasa de interés cobrada (TEA) por las entidades financieras por el crédito solicitado; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que no tenían otra opción, es por ello que aceptan pagar dicha tasa de interés.

Tabla 11 En qué fue invertido el crédito financiero que usted obtuvo

ITEM	CANTIDAD	%
Capital de trabajo	0	0%
Mejoramiento y/o ampliación del local	4	100%
Compras de activos fijos	0	0%
Pago de deudas	0	0%
TOTAL	4	100%



Figura 11. En qué fue invertido el crédito financiero que usted obtuvo.

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar en qué fue invertido el crédito solicitado; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que invirtieron en mejoramiento y/o ampliación del local para continuar sus actividades.

Tabla 12 Considera que la empresa de restaurantes es rentable

ITEM	CANTIDAD	%
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%



Figura 12. Considera que la empresa de restaurantes es rentable.

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar la rentabilidad de las empresas de Restaurantes, cinco (05) de cinco (05), siendo el 100% de la muestra, respondieron que Sí es rentable el servicio de restaurante en el mercado.

Tabla 13 Cuál considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido

ITEM	CANTIDAD	%
A. 10%	1	20%
B. 20%	2	40%
C. 30%	1	20%
D. 40%	1	20%
TOTAL	5	100%

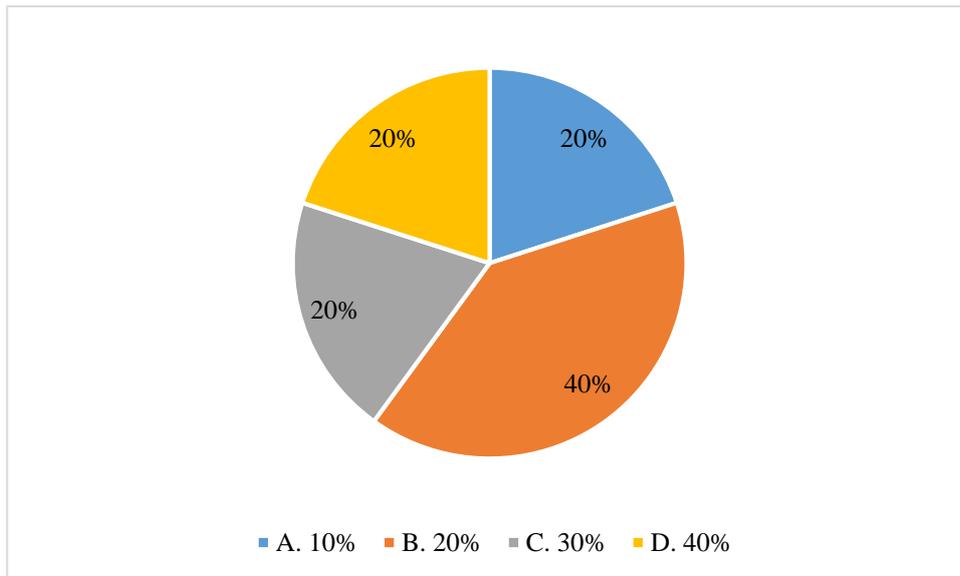


Figura 13. Cual considera usted que es su porcentaje de ganancia sobre el capital invertido

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuál es el porcentaje de ganancia sobre el capital invertido en las empresas de Restaurantes; uno (01) de cinco (05), siendo el 20% de la muestra, respondió que su rentabilidad asciende al 10%; mientras que dos (02) que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que su rentabilidad asciende a un 20% sobre el capital; una (01) siguiente persona que representa el 20% de la muestra en estudio, respondió que su rentabilidad asciende al 30% y una (01) restante que representa el 20% de la muestra en estudio, respondió que su rentabilidad se ubica en un 40% respecto al capital invertido.

Tabla 14 El o los créditos financieros obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad

ITEM	CANTIDAD	%
Si	4	100%
No	0	0%
TOTAL	4	100%



Figura 14. El o los créditos financieros obtenidos, contribuyeron al incremento de su rentabilidad

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar que los créditos contribuyen a la rentabilidad; cuatro (04) de cuatro (04), siendo el 100% de la muestra, respondieron que Si han contribuido en la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas de Restaurantes.

Tabla 15 Cuáles fueron sus ventas mensuales

ITEM	CANTIDAD	%
S/1,000 - S/ 3,000	2	40%
S/3,001 - S/ 8,000	2	40%
S/8,001 - S/20,000	1	20%
S/20,001 - S/50,000	0	0%
TOTAL	5	100%

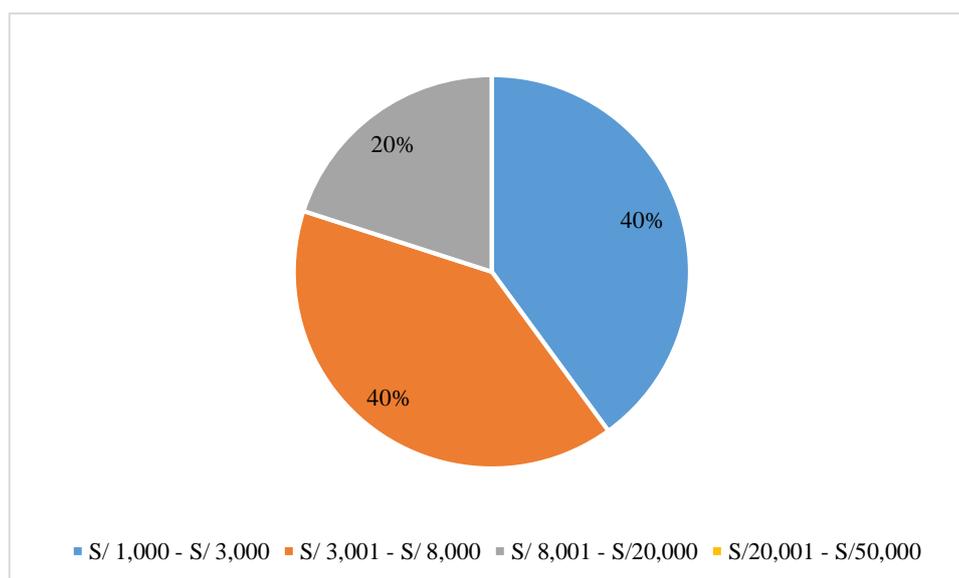


Figura 15. Cuáles fueron sus ventas mensuales

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar cuáles fueron sus ventas mensuales; dos (02) de cinco (05), siendo el 40% de la muestra, respondieron que el rango de sus ventas se encuentra en S/1,000 – S/3,000; mientras que dos (02) que representan el 40% de la muestra en estudio, respondieron que su rango de ventas se ubica de S/3,001- S/8,000; y una (01) restante siendo el 20% de la muestra responde se encuentra en el rango de S/ 8,001 - S/20,000.

Tabla 16 Qué porcentaje de ventas representa el costo mensual del capital

ITEM	CANTIDAD	%
10% - 25%	0	0%
26% - 50%	0	0%
51% - 75%	2	40%
76% - 90%	3	60%
TOTAL	5	100%

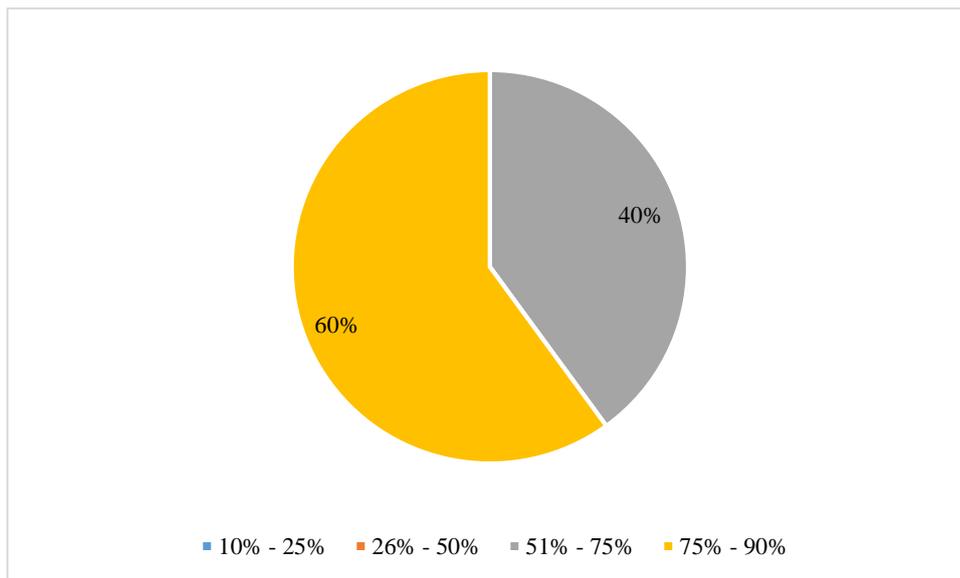


Figura 16. Qué porcentaje de ventas representa el costo mensual del capital

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar qué porcentaje de ventas es sus costos mensual; dos (02) de cinco (05), siendo el 40% de la muestra, respondieron que el rango de porcentaje se encuentra entre el 51% - 75%, mientras que las tres (03) restantes que representan el 60% de la muestra en estudio, respondieron que el rango de porcentaje se ubica en el rango de 76% - 90%.

Tabla 17 Qué problemas afectan la rentabilidad de su Micro y pequeña empresa

ITEM	CANTIDAD	%
Ventas Bajas	3	60%
Competencia	0	0%
Tasa de interés elevados	0	0%
Variación climática	2	40%
TOTAL	5	100%

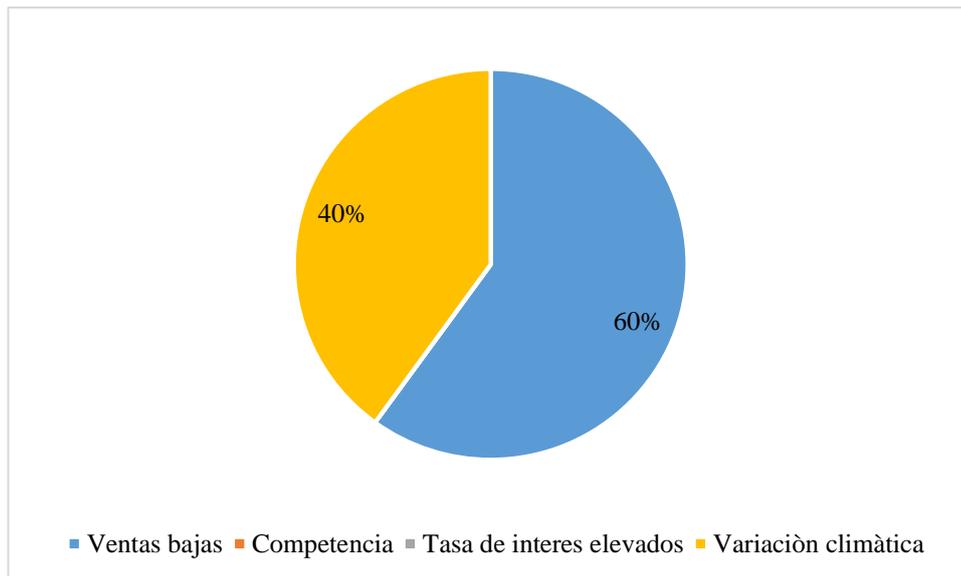


Figura 17. Qué problemas afectan la rentabilidad de su Micro y pequeña empresa

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar los problemas que afectan la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas de Restaurantes; tres (03) de cinco (05), siendo el 60% de la muestra, respondieron que el factor que influye es las ventas bajas; mientras que dos (02) restantes que representan el 40%, respondieron que el problema que afecta su rentabilidad influye en la variación climática.

Tabla 18 A qué cree Ud. Qué se deben las ventas bajas dentro de su Micro y pequeña empresa

ITEM	CANTIDAD	%
Escasa difusión	4	80%
Sazón poco agradable para el consumidor	0	0%
Difícil acceso al lugar	0	0%
Temporadas bajas de Turismo	1	20%
TOTAL	5	100%

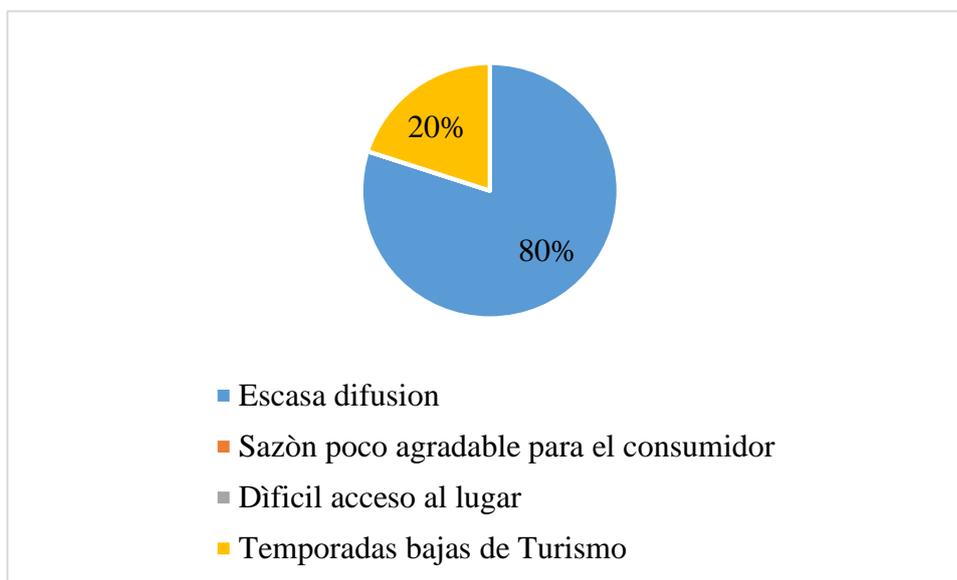


Figura 18. A qué cree Ud. Qué se deben las ventas bajas dentro de su Micro y pequeña Empresa.

INTERPRETACION: Del 100% de las personas encuestadas para determinar a qué se deben las ventas bajas de Micro y Pequeña Empresa de Restaurantes; cuatro (04) de cinco (05), siendo el 80% de la muestra, respondieron que las ventas bajas se deben a la escasa difusión; mientras que una (01) restante que representan el 20% de la muestra, respondió que se debe a las temporadas bajas de Turismo.

ANEXO 03

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

SOLICITO: Relación de las Mypes de Restaurantes
del Distrito de Canoas de Punta Sal.

SEÑOR:

JULIO CESAR LADINES LEÓN
JEFE DE LA ZONA DE TUMBES
Ciudad.

S U N A T	
O. ZONAL TUMBES	
EXP. :	000-JUR0051-2018-667201-1
FECHA:	2018-10-17
HORA :	11:56 h AE83 (1)
RECEP:	ELNER ODAR AREVALO

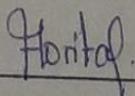
Yo **Kattia Florita Lozada Lazo**, identificada con **DNI N°: 72174317**, Bachiller en Ciencias Contables Financieras y Administrativa, con código: 2103130039, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Tumbes. Ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo:

Que por motivo que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Investigación de Tesis, es que recurro a su despacho para solicitarle a Usted, la relación de las Mypes de Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, ubicadas en el NRUS.

Por lo expuesto:

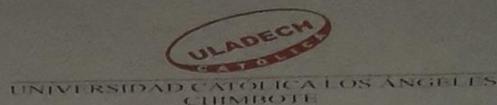
Solicito a Usted, tenga en bien acceder a mi solicitud, por ser de justicia.

Atentamente



KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
DNI: 72174317

ANEXO 04



FILIAL TUMBES

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

SEÑOR:

Jean Elvis Serrato Eche (La Barca 715)

Yo Kattia Florita Lozada Lazo, identificada con DNI N°: 72174317, Bachiller en Ciencias Contables Financieras y Administrativa, con código: 2103130039, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Filial Tumbes. Ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo:

Que por motivo que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Investigación de Tesis, para obtener mi Título Universitario en mi tema "Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes, Sector Servicio, Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018"; es que recurro a su despacho para solicitarle a Usted, me facilite la información que requiera dicha investigación, ya que será utilizada para fines académicos. Agradezco de ante mano la deferencia que brinda la presente.

Por lo expuesto:

Solicito a Usted, tenga en bien acceder a mi solicitud, por ser de justicia.

Atentamente

KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
DNI: 72174317

RECIBIDO

DNI. 47903295



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FILIAL TUMBES

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

SEÑOR:

Presentación Peña Chanta - (Frutos del Mar)
Lorenzo Abad Quispe (El Buen Sabor)

Yo Kattia Florita Lozada Lazo, identificada con DNI N°: 72174317, Bachiller en Ciencias Contables Financieras y Administrativa, con código: 2103130039, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Filial Tumbes. Ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo:

Que por motivo que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Investigación de Tesis, para obtener mi Título Universitario en mi tema "Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes, Sector Servicio, Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018"; es que recorro a su despacho para solicitarle a Usted, me facilité la información que requiera dicha investigación, ya que será utilizada para fines académicos. Agradezco de ante mano la deferencia que brinda la presente.

Por lo expuesto:

Solicito a Usted, tenga en bien acceder a mi solicitud, por ser de justicia.

Atentamente

Florita.

KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
DNI: 72174317

02+63340

Lorenzo
49321233



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FILIAL TUMBES

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

SEÑOR:

Asunción Chafloque de Pazos. (Mi Chonita)

Yo Kattia Florita Lozada Lazo, identificada con DNI N°: 72174317, Bachiller en Ciencias Contables Financieras y Administrativa, con código: 2103130039, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Filial Tumbes. Ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo:

Que por motivo que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Investigación de Tesis, para obtener mi Título Universitario en mi tema "Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes, Sector Servicio, Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018"; es que recurro a su despacho para solicitarle a Usted, me facilite la información que requiera dicha investigación, ya que será utilizada para fines académicos. Agradezco de ante mano la deferencia que brinda la presente.

Por lo expuesto:

Solicito a Usted, tenga en bien acceder a mi solicitud, por ser de justicia.

Atentamente

KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
DNI: 72174317

Asunción Chafloque de Pazos

00321684



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FILIAL TUMBES

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

SEÑOR:

Armando Peña Chanta (El Mirador del Mar)

Yo **Kattia Florita Lozada Lazo**, identificada con DNI N°: 72174317, Bachiller en Ciencias Contables Financieras y Administrativa, con código: 2103130039, de la Universidad Católica Los Ángeles de ChimboTE - Filial Tumbes. Ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo:

Que por motivo que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Investigación de Tesis, para obtener mi Título Universitario en mi tema "Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes, Sector Servicio, Restaurantes del Distrito de Canoas de Punta Sal, año 2018"; es que recurro a su despacho para solicitarle a Usted, me facilite la información que requiera dicha investigación, ya que será utilizada para fines académicos. Agradezco de ante mano la deferencia que brinda la presente.

Por lo expuesto:

Solicito a Usted, tenga en bien acceder a mi solicitud, por ser de justicia.

Atentamente

KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
DNI: 72174317

ANEXO 05

Correo: KATTIA LOZADA - Outlook - Google Chrome
 https://outlook.live.com/mail/deeplink

Eliminar No deseado Bloquear ...

Respuesta a Expediente 000-URD051-2018-667201-1 presentado el día 17/10/2018.

Df Diaz Yuto Fredy <FDIAZ1@sunat.gob.pe>
 Lun 22/10/2018, 15:54
 Usted

DATA MYPES RESTAURA...
 16 KB

Descargar Guardar en OneDrive

Señorita:
KATTIA FLORITA LOZADA LAZO
 DNI: 72174317
 Av. Panamericana S/N
 Tumbes – Contralmirante Villar – Canoas de Punta Sal.

Tengo el agrado de dirigirme a usted en atención al documento del asunto, a través del cual solicita relación de las MYPES dedicadas al rubro restaurantes, que se encuentren ubicadas en el Distrito de Canoas de Punta Sal, con la finalidad de elaborar un proyecto de tesis.

Sobre el particular, es preciso señalar que, de acuerdo con el Artículo 13 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, las solicitudes de información no implican la obligación de las entidades de crear o producir información con la que no cuente al momento de efectuarse los pedidos; así, las solicitudes de información deben estar referidas a obligaciones de dar y no de hacer, consecuentemente se podrá proporcionar únicamente información y/o documentación existente en la Administración. **La citada ley tampoco permite que los solicitantes exijan a las entidades que efectúen evaluaciones o análisis de la información que posean.**

En tal sentido, en cumplimiento a lo dispuesto por la citada Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública - Ley N° 27806, remito en archivo adjunto la información relativa al N° de RUC, la razón social, el estado, la condición y la dirección del domicilio fiscal de los contribuyentes pertenecientes a esta Dependencia, donde usted podrá filtrar la información que sea de su interés.

Atentamente,

Fredy Díaz Yuto

	A	B	C	D	
1	ruc	nombre	des_estado	des_condicion	
11	10027633400	PEÑA CHANTA PRECENTACION	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NRO. 095 CANCAS (FRENTE
19	10414280001	PEÑA CHANTA CESAR ARMANDO	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NRO. 214 CENT. CANCAS TI
53	10414702789	PAZOS CHAFLOQUE DANY DANIEL	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NRO. 744 CENT. CANCAS (C
61	10455793608	BAYONA LOPEZ MIGUEL EDUARDO	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NRO. 5 CENT CANCAS (FRE
74	10479032950	SERRATO ECHE JEAN ELVIS	ACTIVO	HABIDO	AV. PRINCIPAL NRO. 124 CENT CANCAS TUMBES

ANEXO 06















ANEXO 07

LA BARCA 715 - CANCAS			
RUC: 10479032950			
BALANCE DE SITUACION			
AL 31 DE DICIEMBRE 2018			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y bancos	S/ 20,000.00	Tributos por pagar	S/ 240.00
Cuentas por cobrar comerciales	S/0.00	Cuentas por pagar comerciales	S/0.00
Existencias	S/0.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/ 240.00
Otras cuentas del activo corriente	S/0.00	PASIVO NO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/ 20,000.00	Remuneraciones por pagar	S/0.00
		Beneficios sociales	S/0.00
ACTIVO NO CORRIENTE		Obligaciones financieras	S/ 15,000.00
Inmuebles, maqui. y equipos	S/ 50,000.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/ 15,000.00
Depreciación y amortización acumulada	- S/ 2,500.00	TOTAL PASIVO	S/ 15,240.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 47,500.00	PATRIMONIO	
		Capital	S/ 14,071.20
		Resultados acumulados	S/0.00
		Resultados del ejercicio	S/ 38,188.80
		TOTAL PATRIMONIO	S/ 52,260.00
TOTAL ACTIVO	S/ 67,500.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 67,500.00

ANEXO 08

LA BARCA 715 - CANCAS	
RUC: 10479032950	
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	
AL 31 DE DICIEMBRE 2018	
VENTAS NETAS	S/ 15,912.00
(-) Costo de ventas	S/ (12,729.60)
UTILIDAD BRUTA	S/ 3,182.40
(-) Impuesto a la renta	S/ 20.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	S/ 3,162.40

ANEXO 09

CASO

TOTAL DE VENTAS	= S/ 15,912.00
GASTOS TOTALES	= S/ 12,729.60
GANANCIA	= S/ 3,182.40

TOTAL DE VENTAS – DECLARACION = S/12,709.60

COMPRAS	= S/ 8,209.60
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
<i>(PAGO DE PERSONAL)</i>	= S/ 3,250.00
<i>(PAGO DE SERVICIOS)</i>	= S/ 1,250.00
TOTAL	=S/ 12,709.60

TOTAL COSTOS = S/ 12,709.60 + D.M = S/ 12,729.60

TOTAL GANANCIA = S/ 15,912.00 X 20%

TOTAL GANANCIA = S/ 3,182.40

RENTABILIDAD NETA = S/ 3,182.40 – D.M

RENTABILIDAD NETA = S/ 3,162.40

% UTILIDAD NETA	= 19.87%
DECLARACION	= 0.25%
TOTAL	= 20.12%

REEMPLAZANDO FORMULA:

$$\text{❖ MARGEN DE CONTRIBUCION} = \frac{(\text{S/ } 15,912.00 - \text{S/ } 12,709.60)}{\text{S/ } 15,912.00}$$

$$\text{MARGEN DE CONTRIBUCION} = \mathbf{20.12\%}$$

$$\text{❖ MARGEN DE UTILIDAD NETA} = \frac{\text{S/ } 3,162.40}{\text{S/ } 15,912.00}$$

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD NETA} = \mathbf{19.87\%}$$

CASO PRÁCTICO:

RETORNO DOBRE LA SOBRE INVERSION

$$\text{ROI} = (\text{UTILIDAD NETA O GANANCIA} / \text{INVERSION}) \times 100$$

$$\text{ROI} = (200 / 1,000) \times 100$$

$$\text{ROI} = 20\%$$

$$\text{ROE} = (\text{BENEFICIO NETA} / \text{PATRIMONIO}) \times 100$$

$$\text{ROI} = (3,182.40 / 52,260.00) \times 100$$

$$\text{ROI} = 6.09\%$$

ANEXO 10

PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE MEJORA

Propósito: Plan de Publicidad del Servicio del Restaurante “El Buen Sabor” para incrementar sus ventas en la variable de rentabilidad.

Según Restrepo y Orjuela (2017). En su misión empresarial “*Plan de mejora – Restaurante Punta Sal – Bogotá*” en su estudio concluye lo siguiente: La gastronomía peruana ha sido caracterizada en los últimos años por su boom gastronómico, puesto que ha generado un reconocimiento internacional y que adicionalmente ha logrado incrementar el nacionalismo y el amor por la patria en cada uno de los peruanos. Este boom gastronómico se ha caracterizado por ser un orgullo nacional, el cual se adquirió mediante la generación de empleo en el mercado como consecuencia de la expansión internacional gastronómica. Es así como la trayectoria de la gastronomía peruana se ha destacado por sus exóticos sabores, permitiendo la apertura de nuevos mercados dada la calidad de los insumos y el componente diferenciador que es atractivo para los clientes internacionales. El presente trabajo tiene por objetivo elaborar un estudio o análisis del mercado que permita a la empresa conocer las fortalezas y las debilidades, al momento de querer incursionar en nuevos mercados. Adicional a esto, dicho estudio servirá para analizar la viabilidad que tiene la empresa, para generar un proceso de expansión. Además, el enfoque metodológico que permitirá alcanzar los objetivos del plan de negocios para el restaurante Punta Sal, se compone de 2 escenarios, tales como: primero, el enfoque cualitativo, que permitirá identificar: el diagnóstico y situación actual del sector y del restaurante y el objetivo de estudio, el análisis de mercado; y el análisis de la organización y dirección; y segundo el enfoque cuantitativo, que permitirá

identificar: el análisis financiero del restaurante, las variaciones del crecimiento y decrecimiento de la empresa y el análisis de la rentabilidad a futuro con la implementación del plan de negocios. Los instrumentos que serán utilizados para la recolección y análisis de la información para la elaboración del plan de negocios son: entrevista, el diario de campo y la encuesta. En conclusión en el mercado peruano se encuentran las condiciones necesarias para el desarrollo de este tipo de negocios, ya que como se ha señalado antes existían todavía sectores que están pocos saturados y en el que habría mayores oportunidades comerciales.

El marketing gastronómico se trata de la aplicación de todos los métodos del mercado en el sector de la gastronomía y la gestión de estrategias eficientes que impulsan el éxito de los establecimientos de restauración. Es recomendable que los cocineros sumen su pasión por la gastronomía con técnicas de gestión en buenas prácticas del marketing y de otros campos que fortalezcan y brinden valor a su emprendimiento

Bases teóricas de publicidad:

O'Guinn, Allen y Semenik, los autores del libro de publicidad lo definen del siguiente modo: Es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de convencer.

Kotler y Armstrong, autores del Libro de Marketing: precisan la publicidad como cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

Que lograr con el Marketing gastronómico: Es evidente que los comensales no llegan por arte de magia a los restaurantes. Y es claro que si el empresario

gastronómico no establece ni efectúa las estrategias idóneas que conecten con ellos, no podrá satisfacer las necesidades de sus clientes el cuál es el principal objetivo del marketing. Te mencionare algunos efectos que puedes lograr si vinculas el marketing en la gestión de emprendimiento.

- Ser más competitivo y estar en constante evolución adaptativa.
- Mejora la imagen del establecimiento de restauración y hostelería.
- Impulsa su identidad corporativa ligada a la marca del restaurante.
- Innovar en sus procesos de producción, venta y servicio.
- Diferenciarse de su competencia y otorgando a tu cliente propuestas de valor.
- Especializarse en un nicho de mercado concreto (la cocina saludable).
- Establecer estrategias de reducción de costos que no afecten la rentabilidad del negocio, ni la calidad de los insumos. Lo que se desea obtener son precios adecuados de los productos finales.

Publicidad: Es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del Estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con su productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo.

También la publicidad es considerado un componente de las diferentes actividades del marketing, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios que tienen un costo y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet, entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados.

Objetivo de la publicidad: Comunica al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferencia entre otras marcas. Consiste en informar las cualidades que dan una cierta personalidad o reputación a una marca de fábrica, es decir, un valor de marca que la hace diferente a las de su competencia.

Tipos de publicidad

Publicidad impresa: Se refiere a la publicidad que se realiza en cualquier medio impreso, ya sean periódicos, revistas o folletos.

Publicidad online: Es aquella que se hace a través de internet, pueden ser banners insertados en un sitio web, anuncios en las redes sociales, por su relativo bajo coste y su audiencia potencialmente enorme, la publicidad está experimentando un fuerte crecimiento.

Anuncios de radio: Son los anuncios que se escuchan en las pausas publicitarias de los programas de radio. Es el tipo de publicidad que está cayendo en desuso.

Anuncios de televisión: Es uno de los medios favoritos de las empresas para anunciarse. Tiene un gran alcance, y permiten anuncios de impacto que combinan imagen y sonido.

Publicidad exterior: Es una publicidad que nunca pasa de moda, aquella que aparece en lugares públicos. Los elementos publicitarios más habituales, son carteles, rótulos luminosos, banderolas.

PLAN DE PUBLICIDAD

I. DIAGNOSTICO: RESTAURANTE EL BUEN SABOR

FORTALEZAS: <ul style="list-style-type: none">- Cuenta con local propio.- Tiene conocimientos sobre la administración de un negocio.- Tiene conocimientos en el arte culinario.	DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none">- Desconoce sobre el manejo de la tecnología.- No aplica estrategias de marketing para su negocio.- Escasa variedad en el producto que ofrece.- No cuenta con mucho personal para la atención al cliente
OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none">- Fácil acceso al local de venta.- Afluencia de turistas a la zona.- Está ubicado en una zona comercial.- Acceso a créditos en entidades bancarias y no bancarias	AMENAZAS: <ul style="list-style-type: none">- Presencia de otros restaurantes en el lugar.- Los altos costos del marisco en la zona.

II. PROBLEMA:

El Restaurante “EL BUEN SABOR”, presenta una baja rentabilidad respecto a sus ventas, debido a la presencia de otros restaurantes cerca al lugar y a la escasa publicidad de su negocio.

III. OBJETIVO:

- Implementar un plan de publicidad utilizando los medios locales, para promover que se incremente la rentabilidad del Restaurante “EL BUEN SABOR”.

IV. RECURSOS:

- HUMANOS:** Requerir de los servicios de un publicista para impulsar el negocio.
- ECONÓMICOS:** Presupuesto para solventar gastos de publicidad.

c. MATERIALES:

- Afiches
- Videos
- Computadora (spot publicitario, afiche)
- Photoshop, Corel draw

V. ESTRATEGIAS:

- a. FO:** Elaboración de platos que atiendan a la demanda de los consumidores, a precios accesibles.
- b. FA:** Ofrecer promociones y descuentos por un determinado límite de consumo y atender en diferentes modalidades de pago, ya sea en efectivo o con tarjeta de crédito.
- c. DA:** Buscar capacitación tecnológica e innovar en la forma de promocionar sus productos respecto a la publicidad; de tal manera que le permita hacer frente a la competencia.
- d. DO:** Aprovechar el acceso a créditos para ampliar su equipo de trabajadores y poder brindar una atención más inmediata a cada uno de sus clientes.

VI. CRONOGRAMA

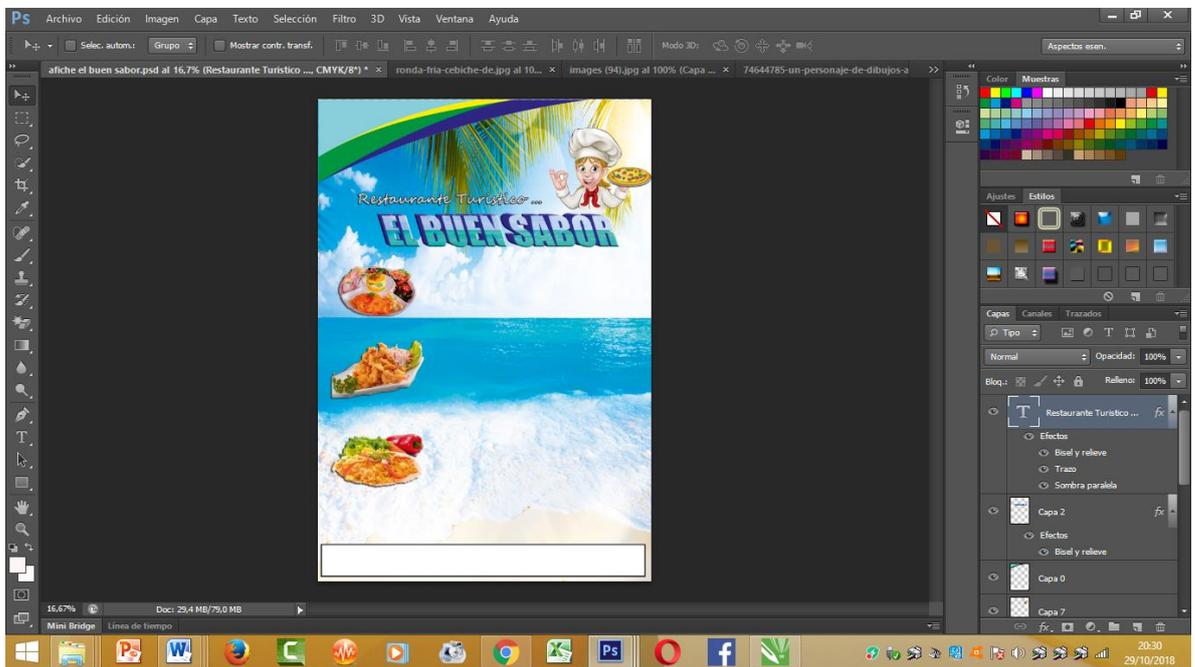
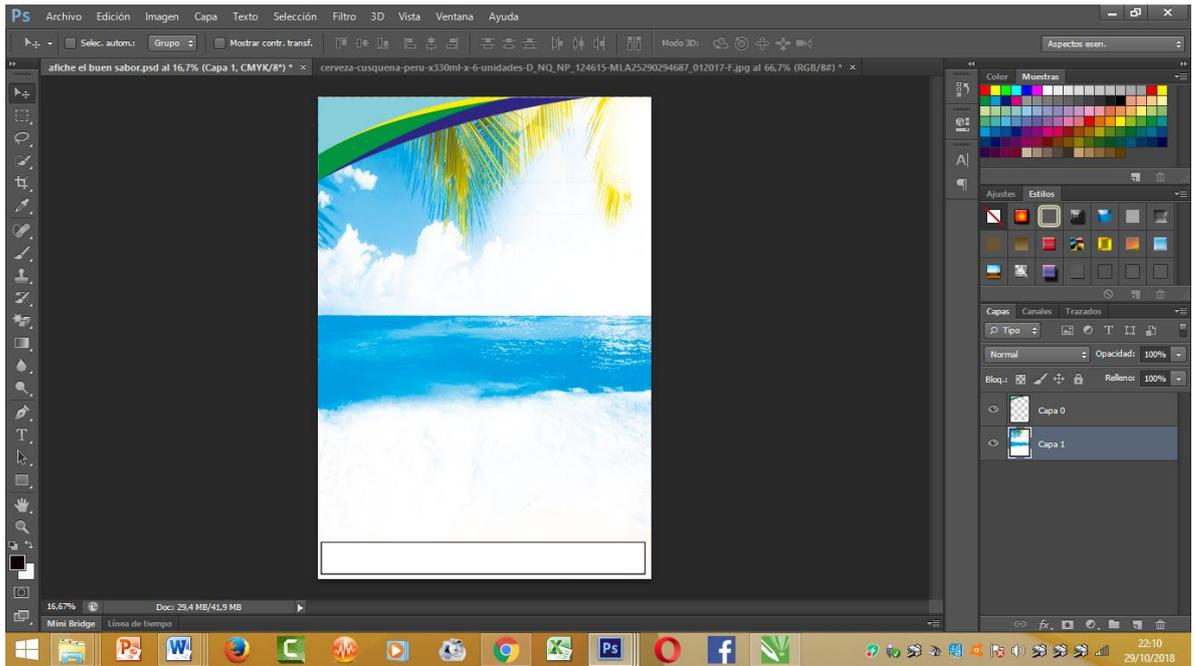
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRONOGRAMA			
		O	N	D	E
Análisis FODA	Investigador	x			
Planteamiento de estrategias	Propietario e investigador	x			
Elaboración de material de publicidad	Diseñador o publicista		x		
Ejecución de las estrategias (FO, FA, DA, DO)	Investigador			x	
Evaluación de los resultados	Propietario				x

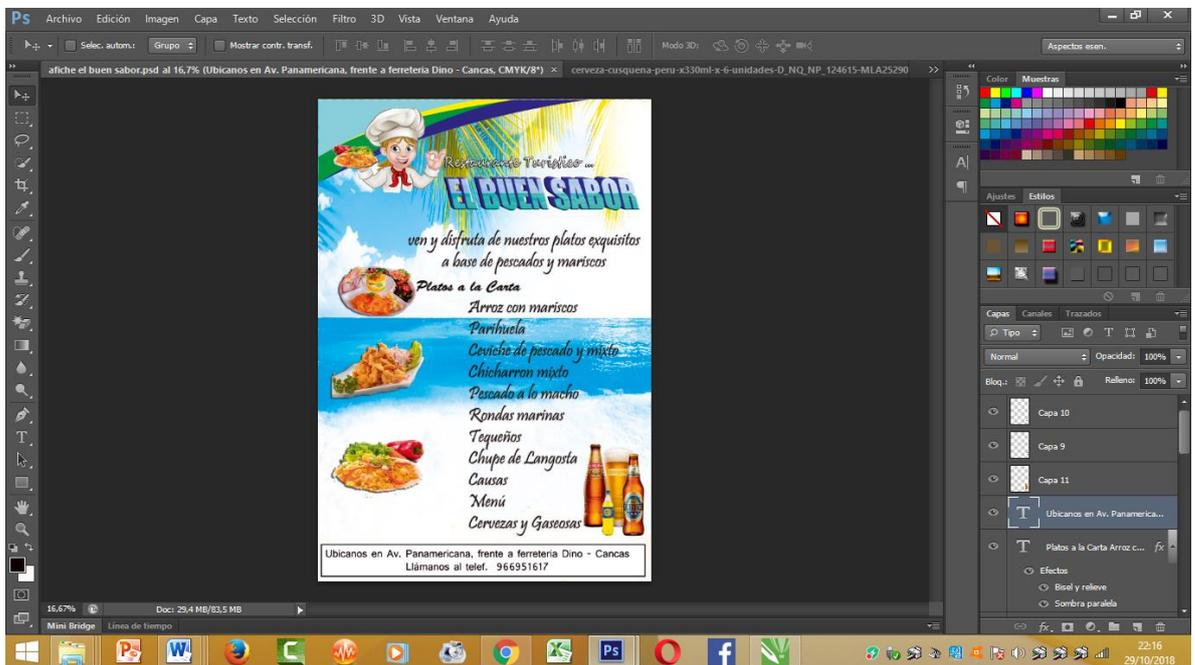
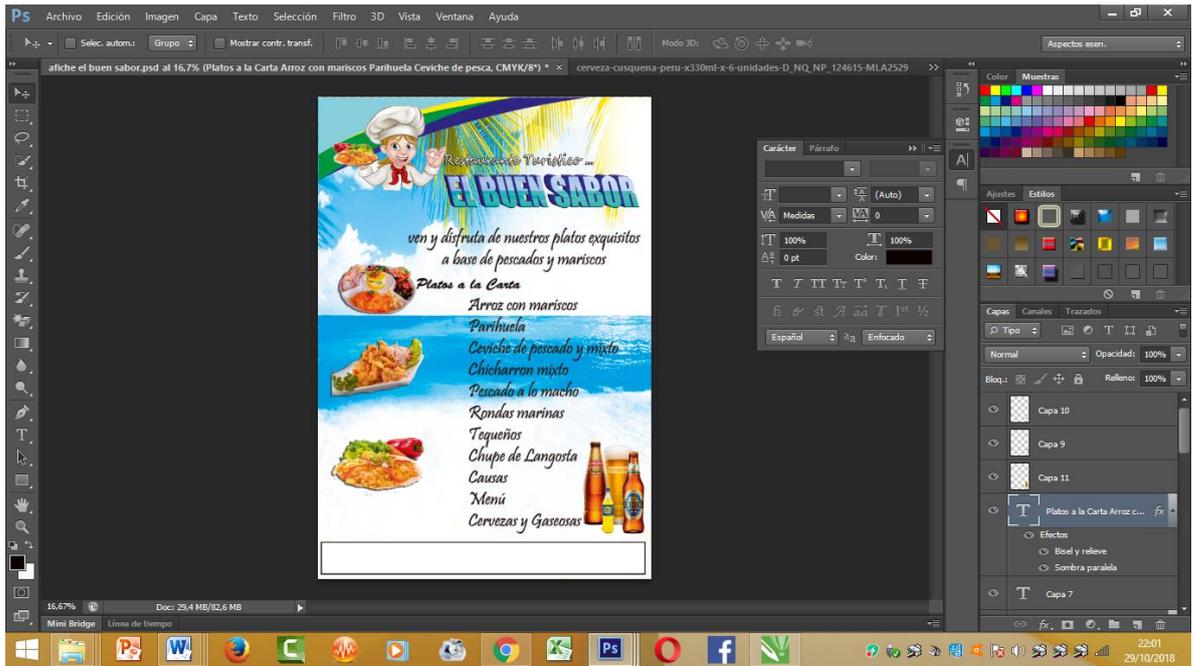
VII. PRESUPUESTO:

MATERIALES	CANTIDAD	TOTAL
PAPEL A3, A4	500	15.00
CD	3	3.00
PAGO POR SERVICIO TELEVISIVO	60/MES	180.00
PAGO POR SERVICIO DE PUBLICIDAD	2	50.00
TOTAL		248.00

VIII. PROCEDIMIENTO: Para la elaboración del material de publicidad, se ha seguido el siguiente procedimiento:

Con ayuda de un diseñador gráfico, se han empezado a elaborar afiches y spots publicitarios, que permita promocionar el producto, para así incrementar sus ventas y por ende mejorar la rentabilidad. Veamos en las siguientes imágenes el procedimiento paso a paso:





IX. PRODUCTO:



Restaurante Turístico ...

EL BUEN SABOR

ven y disfruta de nuestros platos exquisitos
a base de pescados y mariscos

Platos a la Carta

- Arroz con mariscos
- Parihuela
- Ceviche de pescado y mixto
- Chicharron mixto
- Pescado a lo macho
- Rondas marinas
- Tequeños
- Chupe de Langosta
- Causas
- Menú
- Cervezas y Gaseosas

Ubicanos en Av. Panamericana, frente a ferreteria Dino - Cancas
Llámanos al telef. 966951617