



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN LAS MYPES
DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO COMPRA Y VENTA DE
MAIZ, DISTRITO DE SATIPO 2018.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Medrano Sabrera Daniel William

ASESOR:

Mg. SIMON POMA ANCASSI

SATIPO – PERU

2019

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR DE TESIS

Mr.....

Presidente

Mr.....

Secretario

Mr.....

Miembro

DEDICATORIA

Dedico a mis padres por el apoyo permanente en mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a mi universidad, por haberme permitido formarme en ella y a mi familia por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor y apoyo, se está logrando el objetivo que me trace hace cinco años. Les agradezco y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi familia.

A los docentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por la orientación en el tema de las estrategias didácticas.

El autor

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Financiamiento y Rentabilidad en las Mypes del Sector Comercio – Rubro Compra y Venta de Maíz, Distrito de Satipo 2018” tuvo como objetivo de Determinar la asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018; fue de tipo y nivel descriptivo con diseño transversal, para este estudio se contó con una población y muestra de 16 representantes legales o dueños de las Mypes de compra y venta de maíz, se la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario construido para las variables en el cual se llegó a la siguiente conclusión. El 56% de las Mypes trabaja con entidades bancarias, el 6% con la entidad Mi Banco, el 38% con BCP, el 25% con Banco financiera, el 31% con Caja Ahorro y Crédito. El 25% de estas empresas solicitó un monto de 3000 a 9000 soles y solo el 6% de 9000 soles a más siendo la tasa de interés aproximado de 2,75% mensual, 25% los créditos fueron invertidos en compra de nuevos productos y el 31% en ampliar la infraestructura del local, el 38% señaló que las ventas mensuales cumplen con sus ventas estimados en su plan de negocio. El 69% de los representantes y dueños de las Mypes señalaron que su negocio cuenta con competencia en el mercado, el 31% señalaron que el margen de ganancia es del 50% al 70%, el 38% indica que el maíz tiene demanda, el 75% de las empresas ofrece garantía en sus productos siendo favorable en el negocio con una buena venta.

Palabras clave: financiamiento, rentabilidad, maíz, sector compra y venta.

ABSTRACT

The research work entitled "Financing and Profitability in Mypes of the Trade Sector - Maize Purchase and Sale, District of Satipo 2018" had the objective of determining the association between financing and profitability in Mypes of the commerce sector - purchase and sale of corn, satipo district, 2018; It was of descriptive type and level with transversal design, for this study it was counted on a population and sample of 16 legal representatives or owners of the Mypes of corn purchase and sale, it was the technique of the survey with the instrument of the questionnaire constructed for the variables in which the following conclusion was reached. 56% of SMEs work with banks, 6% with the Mi Banco entity, 38% with BCP, 25% with Banco Financiero, and 31% with Caja Ahorro y Crédito. 25% of these companies requested an amount of 3000 to 9000 soles and only 6% of 9000 soles plus the interest rate being approximately 2.75% per month, 25% the credits were invested in the purchase of new products and the 31% to expand the infrastructure of the premises, 38% said that monthly sales meet their estimated sales in their business plan. 69% of the representatives and owners of the Mypes indicated that their business has competition in the market, 31% indicated that the profit margin is 50% to 70%, 38% indicate that corn has demand, 75% of the companies offer guarantees in their products being favorable in the business with a good sale.

Keywords: financing, profitability, corn, buy and sell sector.

CONTENIDO

CONTENIDO

Hoja de firma del jurado y asesor	ii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional)	iii
Resumen	v
Abstract	vi
I. Introducción	8
II. Revisión de literatura	12
III. Hipótesis	38
IV. Metodología	38
4.1 Diseño de la investigación	37
4.2 Población y muestra	38
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	40
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.5 Plan de análisis	46
4.6 Matriz de consistencia	47
4.7 Principios éticos	48
V. Resultados	50
5.1 Resultados	50
5.2 Análisis de resultados	79
VI Conclusiones	87
Aspectos complementarios	
Referencias bibliográficas	
Anexos	

I. Introducción

Las pequeñas y medianas empresas son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Su producción está mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las Mypes en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas.

En América Latina y el Caribe, las MYPEs son los motores del crecimiento económico, por ello, es preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil en general, generar los instrumentos adecuados para apoyarlas. Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (créditos) y la capacitación empresarial

La micro y pequeña empresa (en adelante Mype) juega un papel importante 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 imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado.

Nuestra Constitución consagra una Economía Social de Mercado que como subraya el Tribunal Constitucional (en adelante TC) es una condición importante del Estado Social y Democrático de Derecho que debe ser ejercida con responsabilidad social y bajo el presupuesto de los valores constitucionales de libertad y justicia. En este contexto, le

corresponde al Estado ejercer su rol promotor del empleo respetando el Principio de Igualdad conforme al cual se debe tratar igual a los iguales y desigual a los desiguales.

Nadie duda que una de las formas que tiene el Estado de promover el empleo es a través de la legislación. Por ello, el Estado ha establecido un marco normativo promotor de la Mype, a fin de que los sobrecostos laborales, los costos de transacción, y la carga tributaria no frenen su formalización y crecimiento.

El Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa (en adelante RLE de la Mype) instaurado con el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, que entró en vigencia el 01-10-2008, al día siguiente de la publicación del Decreto Supremo N° 007-2008-TR (en adelante Ley Mype) y del Decreto Supremo N° 008-2008-TR (en adelante Reglamento de la Ley Mype), Reglamento que ha sido modificado por el Decreto Supremo N° 024-2009-PRODUCE (10-07-2009).

El Régimen Laboral Especial ha sido diseñado pensando en las características y la realidad de la Mype, y por lo mismo presenta ventajas sustanciales en comparación con el Régimen Laboral General o Común (en adelante RLG o RLC) La microempresa es fundamentalmente para la subsistencia familiar en un sentido literal del término; ahí está la pobreza urbana y rural. En ella, los costos laborales y los requerimientos de la subsistencia familiar prácticamente se identifican. Mientras que las Pymes, podríamos decir que, se forman por racionalidad empresarial y son más empresa que familia, las Mypes son más familia que empresa. Las primeras son empresas que contratan familiares; las segundas, familias que invierten en ellas mismas. Las primeras buscan la ganancia, mientras que las segundas, buscan la subsistencia. Las micro y pequeñas empresas surgen por la falta de puestos de trabajo, ya que las personas (que

generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, dado que esa necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, por las grandes empresas nacionales, tampoco por las inversiones de las grandes empresas internacionales. En las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (Mypes) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos.

Los países asiáticos tampoco han sido la excepción. Países como Japón, Taiwán, Corea y ahora China, han implementado desde el Estado políticas de apoyo a las pequeñas empresas. El auge de este sector empresarial está permitiendo consolidar el desarrollo de dichos países, resolviendo los problemas de empleo. Así mismo, África es otro continente donde se viene inaugurando políticas de apoyo a las pequeñas empresas. Nigeria y Sudáfrica son ejemplos claros de cómo, aún de manera incipiente, están funcionando las incubadoras de negocios, donde instituciones públicas y privadas comprometen su accionar para fomentar el desarrollo de las empresas.

Con estas premisas se formuló el siguiente problema. ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de maíz, distrito de Satipo,2018? Siendo el objetivo general determinar la asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018; los objetivos específicos determinar las características de los representantes de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018; determinar las características de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018; determinar las características del financiamiento de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018; y determinar las características de la

rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo, 2018.

Dicha investigación tiene aportes que contribuyen a abordar temas de trabajos seleccionados bajo la problemática real de la Mypes, que contribuye al desarrollo empresarial de los representantes legales y de la comunidad.

En el campo teórico, se recopilaron y sistematizaron los conocimientos científicos y teorías respecto a las Mypes, se utilizó las definiciones de las principales características de las Mypes y servirá para tener un conocimiento y saber las características de las Mypes razón por la cual la presente investigación es importante.

En lo metodológico; la presente investigación se ha desarrollado teniendo en cuenta la estructura para redactar la investigación anexa 05 y a su vez es importante porque el conocimiento metodológico de la investigación cuantitativa permitió organizar para dar la cientificidad necesaria a la investigación.

Con la presente investigación pretendo demostrar que la micro, pequeña y mediana empresa son muy importantes para el desarrollo y crecimiento de nuestro país; sin embargo, hemos identificado algunos problemas que obstaculizan su crecimiento, como son la informalidad, la ineficacia del acceso a las compras del Estado y la restricción del crédito, entre otros.

Finalmente, la redacción de la investigación se ha desarrollado con el APA sexta edición.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

López (2014) en su tesis titulado *“Estrategias de comercialización de semillas de maíz criollo en el Municipio de Ayapango Estado de México”* en México para optar el grado de licenciado en administración con el objetivo de formular estrategias para la comercialización del maíz criollo en el Municipio de Ayapango, Estado de México buscando posicionar el producto en el mercado y beneficiando a los productores para que estos sigan cosechando el grano de maíz así cómo crecer y ampliar nuestro mercado con el tipo de investigación descriptiva dando con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Con base en lo investigado y que está respaldado en el contenido de la tesis, no se está llevando un sistema de comercialización por parte de los productos del maíz en el Municipio de Ayapango, Estado de México por lo que se ha determinado que es viable llevar a cabo las estrategias para la comercialización de semillas de maíz criollo de este municipio, generando una figura llamada intermediarios” (p.79).

“La comercialización de semillas de maíz criollo, pretende se realice de forma directa con los productores, harineros, tortillerías, veterinarias e intermediarios quienes son los sectores involucrados, quienes son actores involucrados, se darán muestras sobre nuestro maíz criollo para que verifiquen las características, según estándares de calidad del grano de maíz que se produce en el Municipio de Ayapango, Estado de México, se realizará mediante los canales de distribución a través de mayoristas, minoristas y los mismos distribuidores” (p.79).

“El intermediario de maíz criollo que comercializa con actores involucrados que estará trabajando de manera formal para obtener un mejor precio al venderlo con laguna empresa o con cualquier otra persona, haciendo así que el productor siga cosechando año con año, aprovechando las temporadas en que se escasea y así poder vender a un precio mucho mejor para poder seguir solventando la comercialización” (p.79).

Barrera (2010) en su tesis titulado “*Fuentes de financiamiento para pymes, posibilidad de apertura al mercado de capitales*” en Argentina para optar el grado de magíster en administración con el objetivo de describir las características principales de este tipo de empresas que determinan sus problemas de financiamiento con el tipo de investigación descriptiva con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Uno de los puntos más importantes fue lograr una diferenciación institucional en un mercado que hasta ese momento estaba conformada por empresas de origen unipersonal y en algunos casos familiares, los nuevos clientes requerían características diferenciales de atención, marcas y conceptos, ahí es donde se intentó explorar una oportunidad de crecimiento” (p.124).

“Desde comienzos, tanto desde el período de starat-up como en la actualidad la estrategia comercial y la visión del presidente de la compañía se complementa con el aporte de profesionalismo tanto en el área financiera como en la estructura administrativa” (p.124).

“La compañía ha tenido estas posibilidades de crecimiento por la gran rotación de flujo de fondos que permite repagar los ciclos financieros a los cuales se compromete. Al estar comprometidos con las obligaciones negociables con cuatro meses de gracia están totalmente convencidos de tener una capacidad de pago por el flujo de caja constante” (p.131).

“Las perspectivas para el año 2010 están enfocadas en incrementar el nivel de ventas, mejorar la rentabilidad de la empresa mediante nuevas aperturas de locales exitosos en ventas, mejorar el posicionamiento de la participación en el mercado, mejorar la financiación bancaria y la financiación bursátil” (p.131).

Grajales (2017) en su tesis titulado “*Alternativas de financiamiento para productores de maíz en el marco del postconflicto en Colombia*” en Colombia para optar el grado de contador con el objetivo de identificar las diferentes alternativas de financiación de los productores de maíz en el marco del postor en Colombia con el tipo de investigación descriptiva dando con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“El estudio sobre las alternativas de financiación, surge por la necesidad de los productores del sector del maíz, que buscan opciones diferentes para el crecimiento, desarrollo y éxito de las empresas. Adicionalmente surge de la necesidad que tienen estas de conocer el efecto de los beneficios finados en la Habana, que puede tener sobre el desarrollo rural y sobre los resultados financieros de las empresas productores de maíz” (p.98).

“Se realizó en análisis de las cifras de las principales empresas productoras de maíz del valle del cauca, se depuro la información de lo general o la particular y se comprobó que las alternativas de financiación que más utilizan las empresas de acuerdo a sus necesidades con operaciones como leasing, créditos bancarios y créditos de fomento, esta última como la mejor alternativa para las empresas del sector por ser un crédito exclusivo para esta actividad, teniendo en cuenta esta información, se determinó que las empresas buscan diferentes alternativas para satisfacer las distintas necesidades” (p.98).

“A pesar de estos beneficios no se han desarrollado en la actualidad, las empresas piensan en que estos se pueden utilizar como una alternativa de financiamiento, debido a

que la información sobre las ventajas y beneficios a futuro, que con ella el uso de este; por lo tanto, el empresario optara para este sector” (p.98).

“Analizando las finanzas de las empresas del sector se llega a la conclusión que son estables y se han podido posicionar en el mercado, más sin embargo al no tener un respaldo del gobierno como auxilios y ayuda para poder exportar más los tratados de libre comercio que han beneficiado más al extranjero, las empresas del sector agrícola en el Valle del Cauca no son potencia para exportar” (p.98).

Moreno (2014) en sus tesis titulado “*Dependencia DE México a las importaciones maíz en la era del TLCAN*” en Perú para optar el grado de maestra en economía aplicada con el objetivo se busca determinar los niveles de dependencia a las importaciones de maíz, a partir de la interacción entre la oferta y demanda de maíz nacional, así como, las variables que determinan la oferta y la demanda de maíz en México con el tipo de investigación descriptiva dando con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“A lo largo del documento se han expuesto las razones por las que es importante estudiar el mercado de maíz de México, especialmente las crecientes importaciones del grano y cómo estas afectan el mercado interno; para un mejor análisis se hace un corte en el tiempo de estudio, este está marcado por la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte” (p.79).

“Con base en las consideraciones teóricas se puede concluir que, si bien el propósito de los tratados de libre comercio tiene fundamento en aumentar el bienestar de la población de ambos países al ofertar la mayor variedad de productos a mejor precio, este no se cumple al realizar una apertura en la que uno de los países presente fuertes desventajas competitivas, las cuales no son suplidas por las ventajas comparativas. Por otra parte, se

respalda la protección de sectores en desventaja y que algunas formas aportan a la economía del país” (p.79).

“Por tal, esta investigación retoma la importancia de la promoción y fomento al sector agrícola, específicamente la producción del maíz, puesto que al ser un grano de importancia económica y cultural merece un trato especial que lo blinde ante los embates del comercio internacional. Adicional a lo anterior y desde un enfoque de seguridad alimentaria encuentra la necesidad de parar las crecientes importaciones de maíz y reducir la brecha de déficit entre el consumo y la oferta de maíz en México” (p.79).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Cruzalegui (2019) en su tesis titulado *“Fortalecimiento de los canales y márgenes de comercialización en la cadena productiva del maíz amiláceo en la provincia de Chachapoyas”* en Perú para optar el grado de maestro en gestión pública con el objetivo para determinar la diferencia entre el número de canales de comercialización y los márgenes de comercialización en la cadena productiva del maíz amiláceo de la provincia de Chachapoyas, 2015 con el tipo de investigación descriptivo dando con la población conformada por 2,372 productores de maíz amiláceo y que cuenten con parcelas instaladas en el ámbito de Chachapoyas y la muestra constituida por 304 productores de maíz amiláceo con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“La presente investigación permitió conocer los canales y márgenes de comercialización del maíz en la provincia de Chachapoyas región Amazonas; centrando esta labor en productores, comerciantes mayoristas y detallistas exclusivamente de la provincia de Chachapoyas” (p.69).

“De acuerdo a los resultados de la comercialización del maíz amiláceo en la provincia de Chachapoyas que utiliza el agricultor, el primer canal de comercialización comprende

los eslabones de productor agrícola, comerciante mayorista, comerciante detallista y consumidor final; mientras que el segundo canal de comercialización se encuentra comprendido por los eslabones de productor agrícola, comerciante detallista y consumidor final” (p.69).

“El margen bruto de comercialización del primer canal de comercialización es del 28.33%, mientras que la participación del productor en el mencionado canal de comercialización es del 71.67%; en el segundo canal de comercialización con un margen bruto de comercialización de 22.43%” (p.69).

“El productor agrícola percibe mayor margen de comercialización en el segundo canal de comercialización de 14,81% por sobre el 8.91% del primer canal” (p.69).

Garnique (2017) en su tesis titulado *“Diseño de un manual de costos de producción de maíz amarillo duro, para determinar la rentabilidad estudio de caso, fundo de Mórrope y Oyatún departamento de Lambayeque – 2015”* en Perú para optar el grado de contador con el objetivo de evaluar la información existente sobre los costos de producción de maíz amarillo duro en dos fundos con el tipo de investigación descriptivo dando con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“La evaluación del proceso productivo del maíz amarillo duro, permite identificar los elementos del costo, dando como resultado que se incurre más en insumos y mano de obra directa” (p.74).

La determinación del costo de producción es el punto clave para reflejar el efecto en la rentabilidad, además de poner conocer cuál es nuestro margen de ganancia, luego de obra directa (p74).

“Los agricultores del distrito de Oyatún, tienen las mejores condiciones climáticas y le beneficio de factores naturales para el desarrollo del cultivo, es en esta zona donde los

agricultores obtienen los mejores rendimientos y hace que el cultivo de maíz sea más rentable” (p.74).

“Los agricultores de Mórrope y Oyutún, carecen de un sistema de costos no realizan un análisis de los factores que interviene en la producción del cultivo de maíz amarillo duro; por desconocimiento esto imposibilita la toma de decisiones. La determinación de sus costos y el control de estos lo manejan de forma empírica, esta forma errada la arrastran de generación en generación” (p.74).

“La difusión de la siembra de este cultivo por parte de las instituciones del rubro agricultura es mínima. Por otro lado, los agricultores están interesados en realizar cultivo de maíz amarillo duro, el cuál es muy rentable, por falta de promoción y capacitación en temas de costos y producción no lo puede realizar” (p.74).

Celmi (2017) en su tesis titulado “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes en el mercado de pedregal – Provincia de Huaraz*” en Perú para optar el grado de contador público con el objetivo de determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mype del sector comercio rubro abarrotes en el mercado de pedregal – Provincia de Huaraz, 2015 con el tipo de investigación descriptiva dando con la población de 19 Mype con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Del 100% de los representantes legales de las Mype encuestadas: el 65% tienen la edad de 26 a 60 años, esto implica que la mayoría de los representantes son adultos; el 58% son del sexo femenino, el 74% son casados y el 42% tienen secundaria completa, en este caso la gran parte de los microempresarios no cuentan con los estudios secundarios completos, ni con una carrera profesional” (p.59).

“Dada la creciente formalizar de las Mypes en el Perú, donde la falta de empleo es un problema serio, en el mercado de pedregal, el 100% de los representantes legales encuestados dicen contar solo con un trabajador permanente, y que sus Mype fueron creadas con el propósito de obtener más ganancias, y el 68% de las microempresas afirmaron que su empresa es formal, y se encuentran inscritos en el Régimen Único Simplificado” (p.59).

“La mayoría de las Mypes financia su actividad con fondos ajenos, donde la gran parte solicitó crédito a la entidad financiera Interbank, puesto que esta entidad da créditos para el capital de trabajo y compra de activos fijos, y las microempresas que financiaron su actividad con fondos propios, fue a través de sus ahorros personales” (p.59).

Echeandia (2016) en su tesis titulado *“Efecto de las escasas facilidades de financiamiento en el desarrollo económico de las microempresas agrícolas del distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque año 2015”* en Perú para optar el grado de contador con el objetivo de determinar el efecto de las escasas facilidades de financiamiento a las microempresas agrícolas del distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque año 2015 en su desarrollo económico con el tipo de investigación descriptiva dando con la población y la muestra constituida por 36 agricultores del Distrito de Chiclayo con la técnica de encuestas llegando al a conclusión.

“La fuente de financiamiento son entidades que brindar el servicio de otorgar un crédito monetario para el beneficio propio, el caso de las microempresas agrícolas tenemos algunos de ellos como Agrobancos, Financiera Confianza S.A.A, Caja municipal Sullana” (p.82).

“El sector agrícola es la actividad que actualmente no está siendo atendido de manera suficiente por parte de las entidades financieras, lo que limita a desarrollarse de manera eficiente y ser más competitivas logrando mejor calidad de vida” (p.82).

“Los créditos otorgados a las Microempresas del Distrito de Chiclayo en el año 2015 representan solo el 8% a nivel de tipo de empresa del departamento de Lambayeque” (p.82).

“Según las entrevistas realizadas a los funcionarios de algunas fuentes de financiamiento podemos concluir que las microempresas agrícolas de Chiclayo no tienen acceso al financiamiento por causa de que sus ingresos no son mensuales sino por campañas y tienen temor de que genere riesgo de no cumplir con pagos de cuotas en fechas oportunas o pactadas” (p.82).

Narvasta (2017) en su tesis titulado “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de madera aserrada del distrito de Yarinacocha, 2016*” en Perú para optar el grado de contador público con el objetivo de describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de madera aserrada, del distrito de Yarinacocha, 2016 con el tipo de investigación descriptivo dando con la población conformada por 15 micro y pequeñas empresas dedicados al sector comercio rubro compra y venta de madera aserrada del distrito de Yarinacocha, 2016 y la muestra conformada por 15 micro y pequeñas empresas del rubro compra y venta de madera del distrito de Yarinacocha, 2016 el cual representa el 100% de la población con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Datos generales de los representantes de las Mypes, la mayoría de los representantes de las Mypes son adultos y tienen entre 26 años a más, el 67% son del sexo masculino, el

53% tiene el grado de instrucción secundaria y la ocupación que predomina con 53% es comerciante” (p.126).

“Características de las Mypes, las principales características de las Mypes son adultos y tienen entre 26 años a más, el 67% tienen más de siete años en el rubro empresarial, el 80% son empresas formales, el 80% tienen un trabajador permanente, el 37% tienen trabajadores eventuales, la mayoría de las Mypes se formaron por subsistencia” (p.126).

“Financiamiento de las Mypes, la mayoría de las Mypes se autofinancian, solo el 40% se financia con terceros, siendo estas con 67% de las entidades no bancarias ya que estas les permiten cumplir y priorizar sus planes a corto plazo, estos créditos fueron a largo plazo, cuyos montos fueron más de S/. 20,000.00 y lo invierto en compra de madera” (p.126).

“Rentabilidad de las Mypes, las Mypes encuestadas en el ámbito de estudio, el 60% no precisa si su rentabilidad mejoro en lo últimos años gracias al financiamiento” (p.126).

“Finalmente se recomienda a los micro empresarios del rubro compra y venta de madera aserrada asesorarse en temas de indicadores de gestión, sobre todo capacitarse al momento de acceder a un crédito financiero, esto se explica con lo que precisa Bertein, para conseguir rentabilidad hay que comprender qué, la rentabilidad es la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo; por lo tanto es de vital importancia comprender ello para que la empresa se mantenga el tiempo” (p.126).

Bruno (2018) en sus tesis titulado “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos de limpieza del hogar del distrito de Huaraz, 2014*” en Perú para optar el grado de contador público con el objetivo de determinar las características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes, sector comercio, rubro accesorios y

autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes – 2017 con el tipo de investigación descriptivo dando con la población constituida por 12 empresas Mypes, sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017 y la muestra constituida por 12 propietarios de las Mypes del sector comercio rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Las empresas en estudio trabajan con entidades financieras; teniendo en cuenta la tasa de interés y los plazos que le son otorgados sus créditos” (p.98).

“Las empresas encuestadas si poseen una capacidad económica para hacer frente a su pasivo” (p.98).

“Las empresas si cumplen con las ventas estimadas de su plan de negocia, sus productos tienen demanda en el mercado y por ende existe una rentabilidad” (p.98).

“Las Mypes Cuentan con una liquidez factible para cubrir imprevisto económico que se pueda presentar dentro de la misma; por ende, se considera un negocio rentable” (p.98).

Gamboa (2017) en su tesis titulado *“El financiamiento y la rentabilidad de las Mype sector comercio – rubros distribuidores de útiles de oficina en la ciudad de Huaraz, 2015”* en Perú para optar el grado de contador público con el objetivo de conocer el financiamiento y la rentabilidad de la Mype del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina en la ciudad de Huaraz en el 2015 con el tipo de investigación descriptivo dando con la población conformada por 100 comerciantes y nuestra conformada por 30 comerciantes con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“Del análisis efectuado en la investigación realizada podemos concluir la gran importancia que tiene el financiamiento en la actividad económica de la Mypes del rubro materia del estudio, puesto que muchas veces el financiamiento puede ser igual o mayor al capital que cuentan las empresas que acceden a este financiamiento” (p.74).

“Podemos concluir también que financiamiento guarda estrecha relación con la rentabilidad que obtienen las Mypes, teniendo en cuenta los resultados de gestión de estas actividades empresarial, es así que cuando el financiamiento es mayor el resultado de gestión es positivo la rentabilidad se verá notablemente incrementada, de ocurrir lo contrario y obtener un resultado de gestión negativo este puede traer como consecuencia un sobre endeudamiento y en el peor de los casos la quiebra de dichas empresas” (p.74).

“El financiamiento en las Mypes debe obedecer a necesidades expresas de inversión y debe ser lo requerido en materia de cantidades y condiciones las cuales pueden ser consumidas por las Mypes, mediante su actividad comercial, podemos concluir también que a mayor financiamiento el nivel de riesgo también mayor, dependiendo del resultado de gestión, quiere decir que si el resultado es positivo el financiamiento habrá cumplido su objetivo para el cual fue requerido” (p.74).

Ramos (2018) en su tesis titulado “*El financiamiento y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas agroexportadoras en la región Lima provincia 2015 – 2016*” en Perú para optar el grado de maestro en ciencias contables y financieras con mención en finanzas e inversiones internacionales con el objetivo de determinar si el financiamiento de las instituciones financieras, influyen en la liquidez de las micros y pequeñas empresas agroexportadores de la región Lima provincias dando con la población conformada por 120 empresarios entre hombres y mujeres y la muestra conformada por 63 personas entre hombres y mujeres con la técnica de encuestas llegando a la conclusión.

“De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo y la contratación de la hipótesis, se ha determinado que el financiamiento proporcionando por las instituciones financieras, influye positivamente en la liquidez de las micros y pequeñas empresas agroexportadoras de la región Lima – Provincias, lo que les permite realizar proyectos

sostenibles en este segmento empresarial, así mismo se infiere que las mencionadas empresas pasan a ser formales trayendo beneficios tanto al fisco como trabajadores” (p.107).

“El empleo del factoring incide positivamente en la recuperación de las cuentas por cobrar en la micros y pequeñas empresas agroexportadoras de la región Lima – provincias, es decir el empleo del factoring es una buena alternativa de financiamiento en ese tipo de pequeñas y medianas empresas para obtener de manera inmediata el dinero para seguir operando en el mercado” (p.107).

“El uso del leasing financiero incide favorablemente en el programa de egresos del flujo de caja de las micro y pequeñas empresas agroexportadores de la región Lima – Provincias, este aspecto permite a la empresa contar también con liquidez necesaria para operar con tranquilidad en el mercado” (p.107).

“Las garantías solicitadas por las instituciones financieras en los fondos sujetos a restricción en las pequeñas empresas agro exportadoras de la región Lima – provincias, en este caso contiene la otra herramienta 107 denominada fondos sujetos a restricción otra herramienta financiera que están usando las pequeñas empresas” (p.108).

“El costo efectivo financiero incide favorablemente en el control de gastos financieros de las empresas agroexportadoras de la región Lima provincias, aspecto de suma importancia que debe considerar este tipo de negocios, lo que facilita realizar con éxito diversas operaciones relacionadas con su rubro” (p.108).

“Las condiciones crediticias establecida por las instituciones financieras inciden en el calce de ingresos de las micro y pequeñas empresas agro exportadores de la región Lima – provincias, es importante contar con el van y respaldo de las instituciones financieras lo que un valor agregado a su formalidad” (p.108)

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Financiamiento

Jimenez (2017) define “que es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, forma de conseguir el capital de una empresa, permite mantener una economía estable y eficiente” (p.1).

Brealy (2007) define “se refieren a la obtención del dinero requerido para ejecutar inversiones, desarrollar operaciones e impulsar el crecimiento de la organización; el cual puede conseguir a través de recursos propios, autofinanciación, recursos generados de operaciones propias de la empresa y aportaciones de los socios emisión de acciones o mediante recursos externos con la generación de una deuda saldable en el corto, mediante o largo plazo” (p.5).

Boscán & Sandrea (2006) define “el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado de manera que, entre todas las actividades que desarrollan una empresa u organización, la relaciona con el proceso de obtención del capital que necesita para funcionar, desarrollarse así como expandirse así como expandirse óptimamente es de las más importantes, la forma de conseguirlo y acceder al mismo es lo que se denomina financiamiento” (p.5).

Moreno (2013) define “financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano a largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta, para las Pymes, obtener financiamiento no ha sido una labor muy fácil, pero es necesario para incrementar su

capital de trabajo, para ampliar, renovar o darle mantenimiento a las máquinas o simplemente financiarse para sus ventas que realiza a crédito, en los tiempos modernos, se proponen en cambios estructurales en los esquemas económicos, los cuales pretenden un mayor nivel de bienestar social acompañado de un crecimiento económico sustentado en la integración de actividades comerciales, industrial y de servicios en las cuales se desarrollan las Pymes, es por ello que el financiamiento es el cimiento donde descansan los recursos de la empresa para lograr el desarrollo normal de sus operaciones” (p.3).

a) Teorías del financiamiento

Modigliani & Miller (1958) define “con su teoría del financiamiento, buscaron los equilibrios entre los costos y las ventajas del endeudamiento que una empresa o un sector económico puede poseer; permitirá fundamentar los valores de apalancamiento, amortización de pasivos a plazos, que se utilizarían para acrecentar los niveles de capital en la empresa, y sería utilizados en diferentes operaciones económicas, de índole operativa, financiera u otra, con el fin de elevar dicho nivel al máximo posible” (p.1).

Gitman (1997) define “los requerimientos de financiamiento de una empresa pueden dividirse en una necesidad permanente y una necesidad temporal, la necesidad permanente, compuesta por el activo fijo más la parte que permanece del activo circulante de la empresa, es decir, la que se mantiene sin cambio a lo largo del año. La necesidad temporal, es atribuible a la existencia de ciertos activos circulantes temporales, esta necesidad varía durante el año” (p.4).

Osmar (2011) define “la administración financiera está atravesando una explosión de gran cantidad de nuevos modelos teóricos y modalidades de contratación que se han ramificado a partir del tronco central que representa la aplicación de metodologías probabilísticas, las cuales permiten analizar los diversos matices que hacen al riesgo y

rendimiento de estas actividades, por lo tanto, este trabajo es necesariamente parcial, enfocada hacia uno de los aspectos de la administración financiera, como es el tema de las decisiones de financiamiento, dentro de ellas, el acento está puesto en una visión” (p.8). Cofin (2016) define “la teoría financiera contemporánea es un producto de la economía el mercado, en consecuencia, el mercado representa el eje control de sus interrelaciones, ente se basa en la utilidad del tramo incremental marginal y tal como corresponde a los modelos estadísticos y econométricos que formalizan gran parte de sus conclusiones y herramientas, se erige a partir de supuestos, tales como el principio de no sociedad, que supone que se prefiere siempre más a menos riqueza, la homogeneidad de las expectativas de los agentes económicos, derivada del carácter público y su accesibilidad irrestricta de la información, la no existencia de funciones tales como impuestos o costos de transacción, la eficiencia de fricciones tales, como impuestos o costos de transacción, la eficiencia de los mercados, entre otros” (p.3).

Cofin (2016) define “una vez se han dejado claros los fundamentos, lo más interesante en esta teoría son las técnicas que provee a nivel concreto, llamadas a contribuir al logro de objetivo central de maximizar la utilidad esperada de la riqueza de los dueños, que equivale a maximizar el nuevo valor creado, este objetivo que es común a todas las organizaciones económicas, explica en su esencia la conveniencia de su utilización en la empresa estatal socialista” (p.5).

b) tipos de financiamiento

Romero (2012) define “tipos de financiamiento como un componente de toda empresa en su capacidad financiera, en ese sentido, es importante conocer las fuentes de financiamiento a las que podemos acudir para obtener un capital inicial que nos permita emprender nuestro negocio entre ellos se encuentra la financiación propia; muchos

emprendedores inician sus negocios teniendo como capital sus ahorros personales, si el negocio tiene socios el aporte de cada uno de ellos es una forma de financiación propia; financiación de tercero, bajo este mecanismo existe un mayor abanico de opciones y las alternativas” (p.5).

c. Dimensiones del financiamiento.

Préstamos Bancarios

Liz (2016) define “es la acción y efecto de prestar entregar algo a alguien para que lo devuelva, cantidad de dinero que se solicita, generalmente a una institución financiera, con la obligación de devolverlo con un interés, contrato mediante el cual un particular se obliga a devolver el dinero que le ha sido prestado” (p.11).

Entidades Financieras

Sánchez (2016) define “una entidad financiera es cualquier entidad o agrupación que tiene como objetivo y fin ofrecer servicios de carácter financiero y que van desde la simple intermediación y asesoramiento al mercado de los seguros o créditos bancarios, se dice para serlo realmente una entidad bancaria debe situar su labor en los sistemas financieros dentro del área de seguros, en el área de valores o en banca, de este modo este tipo de corporaciones se encargan de intermediar en la mayoría de las gestiones de fondos procedentes de los ámbitos públicos y privados” (p.8).

Wikifinanzas (2014) define “una entidad financiera es una institución que realiza operaciones de intermediación financiera, concepción de préstamos y créditos, negociación de efectivos comerciales, inversión de capitales, aseguramiento; las principales figuras financieras son los bancos de intermediación, de inversión o que cumplen ambas funciones, las cajas de ahorros, compañías de seguros, los servicios de intermediación ofrecidos por las entidades financieras se basan principalmente en la

captación de fondos operaciones pasivas y la posterior colocación de dichos fondos operaciones activas, obteniéndose un beneficio por el margen” (p.12).

Mendoza (2019) define “llamamos entidad financiera a toda institución que ejecuta operaciones de intermediación financiera, o sea, de captación de capital público, siempre que el dinero captado lo emplee en operaciones activas de otorgamiento de créditos terceros” (p.6).

Tipos de entidades financieras en el Perú

a. Sistema bancario

Mendoza (2019) define “el sistema bancario peruano está constituido por el conjunto de instituciones bancarias del país, lo integran el Banco Central de Reserva, el Banco de la Nación y la banca comercial y de ahorros; la principal actividad de la banca comercial y ahorros es captar el dinero del público en depósito u otra modalidad y emplear ese dinero para conceder créditos en diversas modalidades o en operaciones a riesgos de mercado” (p.7).

b. Sistema no bancario

Mendoza (2019) define “entre tipos de entidades financieras en Perú están aquellas que son independientes del sistema bancario, aunque son independientes del sistema bancario, aunque igualmente captan recursos del público, el uso que le dan al mismo varía según sus propios objetivos” (p.9).

b.1 Cajas municipales de ahorro y crédito

Mendoza (2019) define “que la finalidad de las cajas municipales de ahorro y crédito es realizar operaciones de financiamiento, con preferencia a las pequeñas empresas municipales” (p.11)

b.2 Cajas municipales de crédito popular

Mendoza (2019) define “su objetivo de la caja municipal de crédito popular es brindar servicios bancarios a los consejos provinciales y consejos distritales, así como a sus empresas municipales” (p.11)

b.3 Cajas rurales

Mendoza (2019) define “la meta de las cajas rurales es otorgar financiamiento preferencial a empresarios de la empresa y microempresa del sector productivo rural” (p.11).

b.4 Entidad de desarrollo a la pequeña y micro empresa (EDPYME)

Mendoza (2019) define “que su fin de la entidad de desarrollo a la pequeña y micro empresa es otorgar financiamiento preferencial a los empresarios de la pequeña y microempresa “(p.12).

b.5 Empresas especializadas

Mendoza (2019) define “que las empresas especializadas su objetivo es actuar como agente de transferencia y registros de las operaciones o transacciones del ámbito comercial y financiero, incluyen las empresas afianzadoras y de garantías, factoring y servicios fiduciarios” (p.12).

b.6 Empresa de arrendamiento financiero

Mendoza (2019) define “su finalidad de la empresa de arrendamiento financiero es la adquisición de bienes muebles e inmuebles para arrendarlos a terceros” (p.13).

b.7 Empresas financieras

Mendoza (2019) define “que las empresas financieras tienen como objeto la colocación en emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero” (p.13).

b.8 Empresas de seguro

Mendoza (2019) define “que las empresas de seguro brindan protección contra los riesgos para las personas y las empresas en general” (p.13).

Interés

Herrero (2015) define “desde un punto de vista etimológico, podemos definir interés, como una preocupación natural y/o general, así como tener un derecho objetivo sobre algo” (p.6).

Bembibre (2009) define “el interés es un índice utilizado en economía y finanzas para registrar la rentabilidad de un ahorro o el costo de un crédito, se le llama interés a los distintos tipos de índice que se emplean en la medición de rentabilidad de los ahorros o que se incorporan al valor de un crédito” (p.4).

Bembibre (2009) define “el interés es una relación entre el dinero y tiempo dados que puede beneficiar a un ahorrista que decide invertir su dinero en un ahorrista que decide invertir su dinero en un fondo bancario, o bien, que se le suma al costo final de una persona o entidad que decide obtener un préstamo o crédito, un interés se calcula en porcentaje y a menudo se aplica en forma mensual o anual” (p.38).

Inversión

Tarragó (2015) define “dice la inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa” (p.3).

Peumans (2015) define “que la inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social” (p.4).

Porras (2016) define “que es la colocación de recursos financieros que la empresa realiza para obtener un rendimiento de ellos, o bien recibir dividendos que ayuden a aumentar el capital de la empresa, existen inversiones a corto plazo y a largo plazo; hay que tomar en cuenta que ninguna inversión está 100% garantizada, pues todas dependen del desempeño futuro de la economía, lo que, como hemos visto en tiempos recientes, nadie, ni siquiera los gobiernos, puede garantizar” (p.12).

Capacidad de endeudamiento

Fernández, Otero, & Rodríguez (2013) definen “cuando una empresa acude en busca de financiación ajena, los prestamistas potenciales proceden a su análisis tratando de calibrar el riesgo inherente a la operación, dentro de las distintas posibilidades podemos citar como más habituales cuando se trata de nuevas propuestas de negocio, la operación a financiar constituye una parte esencial de las actividades del prestatario o cuando se utilizan técnicas de financiación muy específicas, en el caso del denominado, los prestamistas conceden una gran importancia a una vía diferente de soporte de financiación que es la derivada de los resultados” (p.2).

Solvencia final

Rubio (2009) define “el término de solvencia como la capacidad que posee una empresa para hacer frente a sus compromisos de pago, podemos definir varios grados de solvencia, el primer lugar tenemos la solvencia final, expresada como la diferencia existente entre el activo total y el pasivo exigible, recibe este nombre de solvencia final porque se sitúa en una perspectiva que podemos considerar última la posible liquidación de una empresa, con esta solvencia final medimos si el valor de los bienes de activo respaldan la totalidad de las deudas contraídas por la empresa” (p.8)

Solvencia corriente

Ruiz (2014) define “el estudio de la solvencia de la empresa suele abordarse desde diferentes puntos de vista, definiéndose, generalmente, el problema estriba, en consecuencia, en la definición del desequilibrio, de formar que se consideran sanas el resto, por exclusión, así, se habla de fracaso empresarial, crisis, suspensión de pagos, quiebra procesos concursales o desaparición de la empresa” (p.8).

Patrimonio

Carli (2007) define “que es el conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda, transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia” (p.4).

ILAM (2013) define “como el conjunto de bienes tangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como características, el patrimonio como producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación” (p.8).

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Teorías de la rentabilidad

Pérez & Gardey (2014) define “se conoce rentabilidad económica al rendimiento que se obtiene por las inversiones, en otras palabras, la rentabilidad refleja la ganancia que genera cada peso invertido, la rentabilidad también puede asociarse a los intereses que genera una inversión financiera, una entidad bancaria puede ofrecer una rentabilidad del 10% los clientes que depositan el dinero de un plazo fijo, la rentabilidad social por su parte es un fenómeno que se da cuando el desarrollo de una actividad ofrece beneficios

es una magnitud mayor a las pérdidas a toda sociedad, sin importar si resulta rentable desde un punto de vista económica para el promotor” (p.1).

2.2.2.2. Dimensiones de la rentabilidad

a. Ventas

Navarro (2012) define “el departamento de ventas tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa, por conducto de la fuerza de ventas, para que este departamento funcione de forma correcta, se deben aplicar técnicas y políticas acordes con el producto que se desee vender, dependiendo el tamaño de la empresa, sobre todo si se trata de medianos o grandes, se puede dividir el departamento de ventas en sectores que atiendan a diferentes zonas de la población, las rutas de ventas son el conjunto de itinerarios que el vendedor o promotor ha de seguir para visitar, periódicamente o no , a los clientes designados, entre los beneficios que ofrece el establecer rutas de ventas, se encuentran las ciudades grandes, se puede aprovechar mejor el tiempo, se reduce el cansancio de los vendedores” (p.44).

a.1. precio

Bolívar (2009) define “es una herramienta flexible y puede ser fijado desde un mínimo hasta un máximo, a la hora de establecer una política de precios hay que tener en presente que el precio y el beneficio van unidos, a mayor precio, mayor beneficio, aunque es más fácil vender a un bajo precio que elevado, el precio representa el valor de adquisición de un producto o servicio, valor que se puede referir a cualquier eslabón de la cadena de distribución” (p.2).

Pérez & Ubago (2006) define “como el valor en términos monetarios de un producto o servicio por el que un consumidor estaría dispuesto a comprarlo, en definitiva, es el

valor que se le aplica a un bien o servicio por la utilidad percibida por el usuario y el esfuerzo que tiene que hacer, en términos de dinero, para adquirirlo” (p.4).

a.2.productos ofrecidos

Pérez & Martínez (2006) define “que se basa en las necesidades que satisface que, en sus elementos más característicos, un producto también viene a ser cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad, un producto está formado por diferentes atributos, como hemos señalado entre tangibles y los intangibles que lo caracterizan y le dan personalidad” (p.7).

a.3. calidad de servicio

Álvarez (2015) define “la calidad, cuando se habla de servicios, no significa lujo, ni algo inmejorable, ni el nivel superior de la gama, está relacionado con la demanda existente o posible de los clientes, si un segmento importante de los clientes no espera que el servicio se preste en menos de tres días, no es preciso hacerlo en tres horas, según el objetivo al que se tienda, tres días no es preciso hacerlo en tres horas, por otro lado la calidad de servicio viene a ser como la adecuación entre las necesidades del cliente y las prestaciones correspondientes que satisfacen esas necesidades, a más adecuación más calidad, a menos adecuación, menos calidad, según esto la calidad de servicio es la amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado” (p.3).

Álvarez (2015) define “calidad de servicio nos referimos al objeto intrínseco de la venta, que puede consistir en un producto o en un servicio; la mayor formación e información de los clientes ha ido haciendo evolucionar su relación con los proveedores de modo que los clientes se han ido haciendo cada vez más exigentes y cada vez valoran más como elemento indispensable, la importancia de la calidad de servicio radica en la importancia que atribuimos a los signos y a la de la venta se convierta de un acto humano” (p.7).

b. Liquidez

Sevilla (2018) define “la liquidez es la capacidad de un activo de convertirse en dinero en el corto plazo sin necesidad de reducir el precio, cuando se dice que un mercado es líquido significa que en ese mercado se realizan muchas transacciones y por lo tanto será fácil intercambiar activos de ese mercado por dinero, el grado de liquidez es la velocidad con que un activo se puede vender o intercambiar por otro activo, cuando más líquido es un activo más rápido lo podemos vender y menos arriesgamos a perder al venderlo, el dinero en efectivo es el activo más líquido de todos, ya que es fácilmente intercambiable por otros activos en cualquier momento” (p.4).

Sevilla (2018) define “que la liquidez para una empresa o una persona es la capacidad para cumplir con sus obligaciones en el corto plazo, la forma más eficaz de calcular el retiro de liquidez de una empresa es dividir el activo corriente, si el resultado es mayor que uno, significa que la entidad podrá hacer frente a sus deudas con la cantidad de dinero liquidado que tienen en ese momento, la liquidez es una de las características de los activos financieros, junto a la rentabilidad y el riesgo con lo que mantiene una estrecha relación” (p.5).

b.1. Capacidad de Compra

News (2016) define “la capacidad de compra es el dinero máximo que podemos destinar a la compra de una vivienda, teniendo en cuenta los gastos derivados de ésta como la escritura, posibles reformas, mudanza; para conocer la capacidad de compra es aconsejable tratar con expertos que sean capaces de asesorar a cada cliente de forma individual” (p.6).

News (2016) define “la capacidad va unida a la cantidad de ingresos que se reciban, pero también depende del precio de los bienes y servicio que se quieran comprar o contratar, esto influye en gran medida en la capacidad de compra de cada uno, ya que tendrá que reservar una parte de su dinero disponible para realizar estas compras o contratos, la capacidad de compra depende es un buena medida, de las percepciones y necesidades de casa uno ya que diferentes cantidades de dinero pueden suponer comprar la vivienda deseada por cada individuo” (p.7).

b.2. Activo muy líquido

Capozzi (2016) define “los activos líquidos son también de alta liquides estos pueden convertirse en dinero en efectivo de forma rápida y no de tienden a perder valor ene l proceso, los ejemplos activos equivalentes incluyen papel comercial un instrumento de deuda a centro plazo, fondos del mercado de dinero, tus ahorros y dinero de cuenta corriente y los bonos de tesoro, en los estados financieros, los activos equivalentes se suman al valor el efectivo” (p.6).

b.2. Activo poco líquido

Bembibre (2009) define “un activo líquido es aquel que puede transformarse rápidamente en dinero sin que esto implique una pérdida de valor, para la economía el activo líquido o circulante es aquel que permite su transformación o permutación por dinero con un conto menor o la no pérdida de valor al efectuar dicha transacción, se dice que un activo es más o menos líquido o dispone de un mayor grado de liquidez cuanto más puede convertirse en dinero efectivo” (p.3).

2.2.3. Características de las Mypes

Unknown (2018) define “las MYPE deben reunir las siguientes características, abarca de uno hasta diez trabajadores inclusive, la pequeña empresa abarca de uno hasta cien trabajadores inclusive, la microempresa hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias – UIT, la empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 1700 unidades impositivas, además las microempresas se dedican principalmente a actividades comerciales o de servicios y la mayoría de ellas se encuentra en Lima, cualitativamente de la MYPE es un sector principalmente joven ya que casi el 50% de empresarios tienen menos 24 años y están y están dispuestos a asumir distintos riesgos para obtener el crecimiento, la informalidad también es una característica de este sector ya que aproximadamente el 70% de MYPE es informal, esto debido a la falta de capacitación a los empresarios sobre los beneficios de la formalidad” (p.5).

III. Hipótesis

Existe asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo, 2018

IV. Metodología

4.1. El tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Según el tipo de conocimientos previos usados en la investigación, la tesis presentada es básica Mejía (2010).

Es básico: porque consiste en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio mismo en una circunstancia temporal y espacial determinada. Son las investigaciones

que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno. En esta investigación vamos describir las principales características del financiamiento, rentabilidad, de las Mypes del rubro boticas.

4.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo, porque describe la relación que tienen las variables en estudio Bunge (2009).

Por ello en la investigación se presentará redactado el nivel descriptivo, que describirá cada una de las variables estudiadas con sus respectivas dimensiones.

Tamayo (2014) “La investigación descriptiva trabaja sobre las realizadas de hechos, y su característica fundamental es la presentación de una interpretación correcta” (p.54).

La investigación es de tipo descriptivo porque permite sistematizar conocimiento Bunge (2012) en la investigación se sistematizará la variable financiamiento y rentabilidad de las Mypes de compra y venta de maíz

4.1. Diseño de investigación

Hernández (2017) “La Metodología de la Investigación Científica” dice: los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

La presente investigación busca y recoge la información del financiamiento, rentabilada de las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de maíz de Satipo,2018.

Transversal: De acuerdo a (Suarez 2017, p. 137) “Su propósito es describir variables y analizarlas en un momento dado; por lo tanto, recolecta datos en un tiempo único, aunque puede ser en contextos diferentes para compararlos. Puede abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores”.

Por lo tanto, la investigación desarrollada fue descriptivo de corte transversal como se muestra en la figura.



Donde:

M₁: muestra de las principales características de las Mypes

Ox: Observación a las variables de las Mypes

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

Herrera (2013) define “el concepto de población se utiliza para señalar la misma agrupación humana, pero como elemento componente indeterminado del estado ya que se refiere a todos los habitantes, tengan el carácter o la condición que tuvieren nacionales extranjeros, residentes, transeúntes, particulares, funcionarios, etc” (p.3).

Área geográfica, geográficamente el área de estudio se encuentra el distrito de Satipo, de la provincia de Satipo, Región Junín con código de Ubigeo 120608, 12 Junín, 1206 Satipo, 120608 Río Tambo, altitud 262 msnm, Latitud 11°08'49”, Longitud 74° 18'36” Superficie 10349.9 Km²

Rubio (2016) “La población es un conjunto formado por todas las unidades de análisis para el cual se deben hacer las extrapolaciones e inferencias a manera de generalización

de los hallazgos realizados”. La unidad de muestreo son agrupaciones de unidades de análisis claramente determinadas o disjuntas que cubren completamente el marco de muestreo.

Cuadro N° 01.

Número de Representantes legales de las Mypes, año 2018

N°	Sector	Rubro Frecuencia	Frecuencia
1	Comercio	Compra y venta de maíz	16
Total			16

Fuente: Elaboración propia.

La población estará conformada por 16 representantes de la Mypes del Distrito de Satipo.

4.2.2. Muestra

Carrillo (2015) define “parte de los elementos de una población que se selecciona para el estudio de esa característica o condición, también se dice que es cualquier subconjunto de elementos de una población” (p.9).

La muestra es una parte un sub conjunto de una población de estudio. La muestra está constituida de elementos seleccionados de una manera deliberada, con el objeto de investigar las propiedades de su población. La muestra sólo da información de aquella población de la que ha sido extraída. Avila (2001)

El tamaño de la muestra normalmente es representado por "n" y siempre es un número entero positivo. No se puede hablar de ningún tamaño exacto de la muestra, ya que puede variar dependiendo de los diferentes marcos de investigación. Sin embargo, si todo lo demás es igual, una muestra de tamaño grande brinda mayor precisión en las estimaciones de las diversas propiedades de la población.

Como en la investigación que se realizó el tamaño de muestra fue de igual al tamaño de población por tener pocos elementos como se observa en el cuadro.

Cuadro N° 02.

Número de Representantes legales de las Mypes, año 2018

N°	Sector	Rubro Frecuencia	Frecuencia
1	Comercio	Compra y venta de maíz	16
Total			16

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de la variable

Definición de la variable

Financiamiento

Domínguez (2005) Es la obtención de recursos o medios de pago que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Rentabilidad

Gitman (1996) “La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital, a través de ella permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños”.

Operacionalización de las variables

Operacionalización de la variable financiamiento

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Rentabilidad	Gitman (1996) “La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital, a través de ella permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños”.	Establece la capacidad de producir un beneficio que comprende la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; se refiere al lucro, utilidad o ganancia que ha obtenido las empresas del recurso odinero invertido en el giro de su negocio.	Ventas	Precio	Cree ud. que el precio de sus productos, son competentes en el mercado.	Opción Múltiple
					Margen de ganancia aplicada a los costos es de:.	Opción Múltiple
					Utiliza como medio de pago las tarjetas de crédito o débito.	Opción Múltiple
				Productos ofrecidos	Invierte la empresa en productos modernos.	Opción Múltiple
					Qué punto toma en cuenta para invertir en productos modernos.	Opción Múltiple
					De qué tipo de maíz se tiene más demanda.	Opción Múltiple
					De que manera hace conocer a sus clientes lo que tiene en la tienda.	Opción Múltiple
				Calidad de servicio	La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles.	Opción Múltiple
					Tiempo que tiene la empresa en el mercado.	Opción Múltiple
			La empresa le ofrece garantía en los productos		Opción Múltiple	
			Liquidez	Capacidad de compra	Cree ud que las ventas obtenidas durante el año cumplen con las ventas estimadas en el plan de negocio anual.	Opción Múltiple
					Cada que tiempo realiza sus compras.	Opción Múltiple
					Satipo por estar cerca en la selva del Perú favorece su negocio	Opción Múltiple
				Activo muy líquido	Las ventas respecto a tus competidores favorecen su demanda.	Opción Múltiple
					Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales.	Opción Múltiple
La empresa cuenta con una liquidez mensual para resolver algún imprevisto.	Opción Múltiple					
La rentabilidad de tu empresa ha mejorado en los últimos	Opción					

				años.	Múltiple
			Activo poco líquido	La factura negociable que emite la empresa ha sido utilizada.	Opción Múltiple
				La empresa les otorga crédito a entidades del estado.	Opción Múltiple
				Usted que se dedica a este rubro, tiene vinculo propio.	Opción Múltiple
				Tuvo dificultades para cumplir con los pagos de las facturas de los diferentes proveedores.	Opción Múltiple

Operacionalización de la variable. Rentabilidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Financiamiento	Domínguez (2005) Es la obtención de recursos o medios de pago que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines .		Préstamos bancarios	Entidades financieras	La empresa que usted dirige trabaja con entidades financieras.	Nominal SI -NO
					Con que entidad o entidades financieras la empresa trabaja.	Opción Múltiple
					A la fecha cuantas veces ha solicitado un crédito financiero,	Opción Múltiple
					Monto solicitado	Opción Múltiple
				Interés	Tasa de interés que le financiaron su crédito fue de.	Opción Múltiple
					Como califica la tasa de interés que le ofrece la entidad financiera	Opción Múltiple
					A qué plazos le otorgaron su crédito	Opción Múltiple
				Inversión	En que fue invertido su crédito.	Opción Múltiple
					Considera usted que el financiamiento le fue suficiente	Opción Múltiple

					La capacidad de inversión satisface la cantidad demandada.	Opción Múltiple	
			Capacidad de endeudamiento	Solvencia final	Para afrontar un endeudamiento; usted optaría por el servicio de una entidad financiera.	Opción Múltiple	
						Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio.	Opción Múltiple
						La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años.	Opción Múltiple
					Solvencia corriente	Para afrontar un endeudamiento, usted optaría por el servicio de una entidad financiera.	Opción Múltiple
						Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio.	Opción Múltiple
						La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años.	Opción Múltiple
					Patrimonio	El local de la empresa es propio o alquilado.	Opción Múltiple
						La empresa tiene locales sucursales.	Opción Múltiple
						Qué facilidades les ofrece los proveedores a la empresa, para cumplir con el pago de sus obligaciones (facturas).	Opción Múltiple

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas

Péres & Merino (2008) define “que técnica supone que es situaciones similares, repetir conductas o llevar a cabo un mismo procedimiento producirán el mismo efecto, por lo tanto, se trata de una forma de actuar ordenada que consiste en la repetición sistemática de ciertas acciones, usualmente la técnica requiere del uso de herramientas y conocimientos muy variados que pueden ser tanto físicos como intelectuales, cabe destacar que valerse de la técnica no es una costumbre exclusiva de los seres humanos” (p.5).

Moreno (2015) define “las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento, encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ellas” (p.2).

En la investigación se ha empleado la técnica de la encuesta.

4.4.2. Instrumentos

Ávila (2017) define “constituyen las vías tangibles y palpables que faciliten y sean un vehículo para una mejor intervención acción a nivel micro y macro social, por ejemplo, el diario de campo, los expedientes, manuales de procedimientos” (p.3).

El instrumento que se ha empleado fue un cuestionario constituido por un conjunto de preguntas referente al perfil de las Mypes, financiamiento y rentabilidad de compra y venta de maíz.

4.5. Plan de análisis

Hernandez S. (2008) Una vez que los datos se hayan codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y “limpiado” los errores, el investigador procede a analizarlos.

En la actualidad el análisis cuantitativo de los datos se lleva a cabo por computadora u ordenador. Ya casi nadie lo hace de forma manual ni aplicando formulas en especial si hay un volumen considerable de datos. Hernández S. (2008).

En el desarrollo de la investigación se utilizó un análisis descriptivo individual y comparativo, para ello se utilizará tablas de frecuencias múltiples y gráficos de frecuencias seguidamente se interpretará cada uno de los ítems tomando en cuenta los objetivos.

Establecer las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio compra y venta de maíz del cercado de la provincia de Satipo 2018, siendo sus objetivos específicos, describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales en el ámbito de estudio, describir las principales características de las Mypes en el ámbito de estudio, describir las principales características del financiamiento de las Mypes en el ámbito de estudio.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de maíz, distrito de Satipo,2018?</p>	<p>Objetivos General Determinar la asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018</p> <p>Objetivo específico Determinar las características de los representantes de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p> <p>Determinar las características de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018</p> <p>Determinar las características del financiamiento de las</p>	<p>Existe asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018</p>	<p>Variable (1) Financiamiento</p> <p>Variable (2) Rentabilidad</p>	<p>Tipo de investigación Básica</p> <p>Nivel de investigación descriptiva</p> <p>Diseño de investigación Descriptivo de corte transversal</p> <div data-bbox="1742 699 1944 751" style="text-align: center;"> <pre> graph LR M[Muestra] --- E[Encuesta] M1[M1] --- Ox[Ox] </pre> </div> <p>Donde M1: Dueños o representantes legales de las Mypes. Ox: Cuestionario sobre las Mypes.</p> <p>Estadísticos: Descriptivos. Tabla de frecuencia</p> <p>Población y muestra Población. 16 Muestra 16</p>

	<p>Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p> <p>Determinar las características de la rentabilidad de las Mypes del sector comercio –rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p>			
--	---	--	--	--

Validez y confiabilidad del instrumento.

Validez

Mejía (2016) “la validez es una cualidad en que consiste en que las pruebas midan lo que pretende medir. Las pruebas deben medir las características específicas de las variables para las cuales diseñadas. Las pruebas que no tienen validez no tienen utilidad alguna. La validez también se le denomina veracidad, exactitud, autenticidad, o solidez de la prueba” (p.132).

Validez de experto

Hernández (2016) la validez de experto es el “ grado que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema”

El instrumento ha sido validado mediante juicio de expertos y se tiene los siguientes resultados:

Nº	APELLIDOS NOMBRES	Y	INSTITUCIÓN LABORA	QUE	CATEGORIA
1	SARMIENTO JANAMPA, CESAR	FAUSTO	UNIVERSIDAD CATÓLICA ÁNGELES CHIMBOTE	LOS DE	Adecuado
2	DE LA CRUZ SULLCA PEPE RAÚL		UNIVERSIDAD CONTINENTAL		Adecuado
3	CERRÓN SALVATIERRA KUNCEWITZ		UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES		Adecuado

En los resultados se observó que los expertos llegaron a coincidir que el instrumento es adecuado por lo tanto es aplicable respecto a las estrategias didácticas.

Confiabilidad

Mejía (2015) Confiabilidad “Se estima que un instrumento de medición es confiable cuando permite determinar que el mismo, mide lo que el investigador quiere medir, y que, aplicado varias veces, replique el mismo resultado”(p.137).

Hernández (2016) indican que: “la confiabilidad de un instrumento de medición, se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”.

Confiabilidad entre observadores (triangulación). Se contrasta la información de dos evaluadores independientes (entrevistadores u observadores) acerca del mismo evento y se determina su concordancia.

4.7. Principios éticos

La presente investigación se ajusta a las normas, que regulan el marco ético de la actividad de los administradores, estipuladas en la Ley de Ejercicio de la Profesión de Licenciada en Administración.

De igual manera se consideran los principios éticos establecidos por la American Psychological Association (APA), que a continuación se mencionan:

Principio 1: Al planificar un estudio, el investigador tiene la responsabilidad personal de llevar a cabo una cuidadosa evaluación de la ética del mismo.

Principio 2: La responsabilidad para el establecimiento y mantenimiento de una práctica ética aceptable en la investigación reside siempre en el investigador que la lleva a cabo.

Principio 3: La práctica ética requiere que el investigador informe al participante de todos aquellos aspectos del mismo que puedan de alguna manera influir en su deseo de

participar, así como de explicar todos los demás aspectos de la investigación que el sujeto desee saber.

Principio 4: Las características esenciales de la relación entre el investigador y el participante son la sinceridad y la honestidad.

Principio 5: La ética de la práctica investigadora requiere que el investigador respete la libertad individual de declinar la participación en una investigación o de interrumpir su participación en la misma en cualquier momento.

Principio 6: Cualquier investigación éticamente aceptable comienza con el establecimiento de un acuerdo claro y equitativo entre el investigador y el sujeto que clarifique las responsabilidades de cada uno.

Principio 7: No se deberán llevar nunca a cabo procesos de investigación en los que se pueda causar un daño serio y duradero en los sujetos.

Principio 8: Después de la obtención de los resultados, la práctica ética obliga al investigador a dar todo tipo de explicaciones al sujeto participante para la clarificación de la naturaleza del estudio y para la eliminación de cualquier equívoco que haya podido surgir.

Principio 9: Cuando el proceso de la investigación pueda dar como resultado consecuencias indeseadas para el participante, el investigador tiene la responsabilidad de detectar y evitar o corregir tales consecuencias.

Principio 10: La información obtenida acerca de los participantes en un proyecto de investigación es confidencial por lo tanto se debe obtener el consentimiento de éstos.

V. Resultados

5.1. Resultados

Para la interpretación de los resultados se realizó de acuerdo a los objetivos de la investigación.

TABLA N° 01

I: Datos generales del representante legal de las MYPES

Edad de los representantes legales dela MYPES	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 29 años	2	13%
De 30 a 44 años	5	31%
De 45 a 60 años	4	25%
Más de 65 años	5	31%
Total	16	100%

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	63%
Femenino	6	38%
Total	16	100%

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1	6%
Primaria Incompleta	1	6%
Primaria Completa	3	19%
Secundaria incompleta	4	25%
Secundaria Completa	2	13%
Superior No Universitaria Incompleta	2	13%
Superior Universitaria Completa	3	19%
Total	16	100%

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	6	38%
Casado	5	31%
Conviviente	4	25%
Divorciado	1	6%
Total	16	100%

Fuente:

Interpretación.

- a. Edad de los representantes legales de las Mypes. El 63% de los representantes legales de las Mypes son de sexo masculino, el 38% de sexo femenino, es decir las MYPES en su mayoría está conformado por los varones.
- b. Grado de instrucción; el 25% de los representantes legales tuvo estudios del nivel secundaria incompleta y el 13% secundaria completa, el 13% estudios superior no universitario, el 19% estudios superior universitarios completa.
- c. Estado civil. Respecto a los representantes o dueños de las Mypes, el 38% son solteros, 31% son casados y el 25% son convivientes.

Tabla N° 02.

Principales Características de las MYPES

Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro	Frecuencia	Porcentaje
01 año	3	19%
02 años	1	6%
03 años	4	25%
04 años	3	19%
Mas de 05 años	5	31%
Total	16	100%
Las MYPES es	Frecuencia	Porcentaje
Formal	11	69%
Informal	5	31%
Total	16	100%
Número de trabajadores permanentes	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 2 trabajadores	2	13%
De 3 a 4 trabajadores	2	13%
De 5 a 6 trabajadores	3	19%

De 7 a 8 trabajadores	4	25%
De 9 a 10 trabajadores	3	19%
Mas de 11 Trabajadores	2	13%
Total	16	100%
Número de trabajadores eventuales	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 2 trabajadores	1	6%
De 3 a 4 trabajadores	2	13%
De 5 a 6 trabajadores	4	25%
De 7 a 8 trabajadores	4	25%
De 9 a 10 trabajadores	3	19%
Mas de 11 Trabajadores	2	13%
Total	16	100%
La Mypes se formó para obtener Ganancias.	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	63%
No	6	38%
Total	16	100%

Interpretación.

a. Tiempo de permanecía en el rubro; el 19% de las Mypes en el rubro de compra y venta de maíz tiene una permanencia de 1 años, el 6% tiene una permanecía de 2 años, el 25% permanecía 3 años, 19% 4 años, el 31% más de 5 años. Las Mypes tienen una permanencia en lo general más de 5 años en el mercado comprando y vendiendo maíz.

b. Respecto al estado de las Mypes. El 69% de las Mypes indican que es formal.

c. Numero de trabajadores permanentes, el 25% de las Mypes tiene de 7 a 8 trabajadores permanentes y de los cuales el 25% de las Mypes cuentan con 5 a 6 trabajadores eventuales.

Tabla N° 03**Financiamiento de las Mypes**

La empresa que usted dirige trabaja con entidades financieras	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	56%
No	7	44%
Total	16	100%

Con que entidad financiera o financieras la entidad trabaja	Frecuencia	Porcentaje
Mi Banco	1	6%
BCP	6	38%
Banco Financiero	4	25%
Caja de Ahorro y Crédito	5	31%
Total	16	100%

A la fecha cuantas veces ha solicitado su crédito financiero	Frecuencia	Porcentaje
1 Vez	3	19%
2 Veces	5	31%
3 Veces	3	19%
4 Veces	5	31%
Total	16	100%

Monto solicitado	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 1000	2	13%
De 1000 a 3000	5	31%
De 3000 a 6000	4	25%
De 6000 a 9000	4	25%
De 9000 a más	1	6%
Total	16	100%

La tasa de interés que le financiaron su crédito fue	Frecuencia	Porcentaje
2% mensual	2	13%

2.3% mensual	5	31%
2.75% mensual	4	25%
4.5% mensual	4	25%
más del 5% mensual	1	6%
Total	16	100%

Como califica la tasa de interés que ofrece la entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
Tasa Baja	2	13%
Tasa Media	3	19%
Tasa Alta	4	25%
Tasa Muy Alta	7	44%
Total	16	100%

A qué plazos otorgaron su crédito	Frecuencia	Porcentaje
1 año	2	13%
1.5 años	5	31%
2 años	4	25%
3 años	5	31%
Total	16	100%

En que fue invertido su crédito	Frecuencia	Porcentaje
Arreglo del Local	2	13%
Ampliar la infraestructura del local	5	31%
Compra de Productos Nuevos	4	25%
Otros	5	31%
Total	16	100%

Considera usted que el financiamiento le fue suficiente	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	31%
No	11	69%
Total	16	100%

La capacidad de inversión,	Frecuencia	Porcentaje
-----------------------------------	-------------------	-------------------

satisface la cantidad de demanda		
Si	5	31%
No	11	69%
Total	16	100%

Para afrontar un endeudamiento, usted optaría por el servicio de una entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	25%
No	12	75%
Total	16	100%

Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas de su plan de negocio	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	44%
No	9	56%
Total	16	100%

La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	38%
No	10	63%
Total	16	100%

Para afrontar un endeudamiento, usted optaría por el servicio de una entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	50%
No	8	50%
Total	16	100%

Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	38%

No	10	63%
Total	16	100%
La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	44%
No	9	56%
Total	16	100%
El local de la empresa es propio o alquilado	Frecuencia	Porcentaje
Local Propio	4	25%
Local Alquilado	12	75%
Total	16	100%
La empresa tiene locales sucursales	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	25%
No	12	75%
Total	16	100%
Qué facilidades le ofrece los proveedores a la empresa, para cumplir con el pago de sus obligaciones (Faccturas)	Frecuencia	Porcentaje
Descuento por pronto pago	2	13%
Pago a letras	3	19%
Pago a 30 días	5	31%
Otros	6	38%
Total	16	100%

Interpretación

La empresa que ud trabaja con entidades financieras; el 56% afirman que si trabajan con entidades financieras, el 44% no trabajan con ninguna entidad financiera.

Con que entidad financiera o financieras la entidad trabaja; el 6% de las Mypes trabaja con Mi Banco, el 38% con BCP; el 25% con Banco Financiero, 31% con caja de Ahorros y Crédito.

A la fecha cuantas veces ha solicitado su crédito. El 19% de las Mypes solicitó una so,a vez, el 31% dos veces, el 19% tres veces y el 31% cuatro veces.

Monto solicitado; el 13% solicitó menores a 1000 soles, el 31% de 1000 a 3000 soles, el 25% de 3000 a 6000 soles, el 25% de 6000 a 9000 soles y el 65 de 9000 a más.

La tasa de interés que le financiaron su crédito fue; el 3% de 2% mensual, 31% de las Mypes solicitó a una tasa de 2,3%, el 25% a una tasa de 2.75% y 4.5% respectivamente.

Los dueños o administradores de las Mypes califica que la tasa de interés que ofrece las Mypes tiene una tas a muy baja en un 13%, el 19% menciona que tiene una tasa media, el 25% una tasa alta y el 44% califica que las Mypes tiene una tasa muy alta.

Los plazos que otorgaron su crédito fue de la siguiente manera; el 13% a un plazo de un año, el 31% a un plazo de un año y medio y el 25% a un plazo de 3 años. Así mismo señala que el 25% de los representantes de las Mypes que el crédito fue invertido en compra de productos nuevos, el 31% en ampliar la infraestructura del local.

Tabla N° 04

Rentabilidad de las MYPES del sector compra y venta de Maíz.

Cree usted que el precio de sus productos, son competencia en el	Frecuencia	Porcentaje
---	-------------------	-------------------

mercado.		
Si	5	31%
No	11	69%
Total	16	100%

Margen de Guanacia aplicada a los costos es de	Frecuencia	Porcentaje
Del 20% al 35%	4	25%
Del 35% al 50%	4	25%
Del 50% al 70%	5	31%
Del 70% al 100%	3	19%
Total	16	100%

Utiliza como medio de pago las tarjetas de crédito o debito	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	56%
No	7	44%
Total	16	100%

Invierte la empresa en productos modernos	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

Que puntos toma en cuenta para invertir en productos modernos	Frecuencia	Porcentaje
Estudios de mercado	2	13%
La demanda	3	19%
Sugerencia de clientes	5	31%
Otros	6	38%
Total	16	100%

El maíz tiene demanda	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	38%
No	10	63%
Total	16	100%

De qué manera hace conocer a sus clientes lo que tiene en la tienda	Frecuencia	Porcentaje
Recomendaciones de los clientes	5	31%
Volantes	2	13%
Redes Sociales	3	19%
Radio	6	38%
Total	16	100%

La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	63%
No	6	38%
Total	16	100%

Tiempo que tiene la empresa en el mercado	Frecuencia	Porcentaje
De 01 a 4 años	5	31%
De 04 a 08 años	6	38%
De 08 a 12 años	3	19%
De 12 a 25 años	2	13%
Total	16	100%

La empresa le ofrece garantía a los productos que vende	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

Cada que tiempo realiza sus compras	Frecuencia	Porcentaje
90 días	6	38%
60 días	4	25%
45 días	3	19%
30 días	3	19%

Total	16	100%
-------	----	------

Es favorable el distrito de Satipo para su negocio	Frecuencia	Porcentaje
---	-------------------	-------------------

Si	8	50%
----	---	-----

No	8	50%
----	---	-----

Total	16	100%
-------	----	------

Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje
--	-------------------	-------------------

Si	12	75%
----	----	-----

No	4	25%
----	---	-----

Total	16	100%
--------------	-----------	-------------

La empresa cuenta con una liquidez para resolver algún imprevisto	Frecuencia	Porcentaje
--	-------------------	-------------------

Si	9	56%
----	---	-----

No	7	44%
----	---	-----

Total	16	100%
-------	----	------

Las ventas obtenidas durante el año cumplen con las ventas estimadas en el plan de negocio anual	Frecuencia	Porcentaje
---	-------------------	-------------------

Si	13	81%
----	----	-----

No	3	19%
----	---	-----

Total	16	100%
-------	----	------

La rentabilidad de su empresa ha mejorado en sus últimos años	Frecuencia	Porcentaje
--	-------------------	-------------------

Si	9	56%
----	---	-----

No	7	44%
----	---	-----

Total	16	100%
-------	----	------

La factura negociable que emite la empresa ha sido utilizada	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

La empresa otorga créditos al estado	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	38%
No	10	63%
Total	16	100%

Usted, que se dedica a este rubro, su local es propio	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	44%
No	9	56%
Total	16	100%

Tuvo dificultades para cumplir con el pago de las facturas de los diferentes proveedores	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	31%
No	11	69%
Total	16	100%

Cree que su negocio es más rentable que otros negocios	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	31%
No	11	69%
Total	16	100%

Interpretación.

Rentabilidad de las Mypes.

Cree ud que el precio en el mercado son competencias en el mercado, el 31% cree que si es competencia la compra y venta de maíz en el mercado de la provincia de Satipo, el 69% menciona que no es competencia. Respecto al margen de ganancia aplicado a los costos, el 255 de los dueños señalaron que hay una ganancia del 20% al 35%, y de 35% a 50% respectivamente, el 31% señalaron el margen de ganancia del 50% al 70% y el 19% del 70% al 100%.

El 56% de las Mypes en estudio utilizaron como medio de tarjeta de pago la tarjeta de crédito o débito, y el 44% no acostumbra utilizar tarjeta es decir todo lo hace al contado. Au vez se observó que el 63% de las Mypes cuenta con una cartera de clientes, el 75% de los dueños señalaron que la empresa ofrece garantía a los productos que vende. El 56% respondieron que la empresa es favorable puesto que a mejorado su rentabilidad, y los dueños y representantes de las Mypes de compra y venta de maíz en la ciudad de Satipo en su mayoría es rentable.

5.2. Análisis de resultados

Según Barrera (2010) en su tesis titulado “Fuentes de financiamiento para pymes, posibilidad de apertura al mercado de capitales” llegó a la siguiente conclusión la compañía ha tenido estas posibilidades de crecimiento por la gran rotación de flujo de fondos que permite repagar los ciclos financieros a los cuales se compromete. Al estar comprometidos con las obligaciones negociables con cuatro meses de gracia están totalmente convencidos de tener una capacidad de pago por el flujo de caja constante. Si mismo, Garnique (2017) en su tesis titulado “Diseño de un manual de costos de producción de maíz amarillo duro, para determinar la rentabilidad estudio de caso, fundo de Mórrope y Oyotún departamento de Lambayeque – 2015” llegó a la siguiente conclusión .La evaluación del proceso productivo del maíz amarillo duro, permite identificar los elementos del costo, dando como resultado que se incurre más en insumos y mano de obra directa.

De acuerdo a la teoría Jimenez (2017) define “que es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, forma de conseguir el capital de una empresa, permite mantener una economía estable y eficiente” y también se tiene que Brealy (2007) define “se refieren a la obtención del dinero requerido para ejecutar inversiones, desarrollar operaciones e impulsar el crecimiento de la organización; el cual puede conseguir a través de recursos propios, autofinanciación, recursos generados de operaciones propias de la empresa y aportaciones de los socios emisión de acciones o mediante recursos externos con la generación de una deuda saldable en el corto, mediante o largo plazo” Los resultados concordaron tanto la parte teórica con los antecedentes de la investigación teniendo los siguientes resultados.

Financiamiento de las Mypes.

La empresa que ud trabaja con entidades financieras; el 56% afirman que si trabajan con entidades financieras, el 44% no trabajan con ninguna entidad financiera.

Con que entidad financiera o financieras la entidad trabaja; el 6% de las Mypes trabaja con Mi Banco, el 38% con BCP; el 25% con Banco Financiero, 31% con caja de Ahorros y Crédito.

A la fecha cuantas veces ha solicitado su crédito. El 19% de las Mypes solicitó una so,a vez, el 31% dos veces, el 19% tres veces y el 31% cuatro veces.

Monto solicitado; el 13% solicitó menores a 1000 soles, el 31% de 1000 a 3000 soles, el 25% de 3000 a 6000 soles, el 25% de 6000 a 9000 soles y el 65 de 9000 a más.

La tasa de interés que le financiaron su crédito fue; el 3% de 2% mensual, 31% de las Mypes solicitó a una tasa de 2,3%, el 25% a una tasa de 2.75% y 4.5% respectivamente.

Los dueños o administradores de las Mypes califica que la tasa de interés que ofrece las Mypes tiene una tas a muy baja en un 13%, el 19% menciona que tiene una tasa media, el 25% una tasa alta y el 44% califica que las Mypes tiene una tasa muy alta.

Los plazos que otorgaron su crédito fue de la siguiente manera; el 13% a un plazo de un año, el 31% a un plazo de un año y medio y el 25% a un plazo de 3 años. Así mismo señala que el 25% de los representantes de las Mypes que el crédito fue invertido en compra de productos nuevos, el 31% en ampliar la infraestructura del local.

Rentabilidad de las Mypes.

Cree ud que el precio en el mercado son competencias en el mercado, el 31% cree que si es competencia la compra y venta de maíz en el mercado de la provincia de Satipo, el 69% menciona que no es competencia. Respecto al margen de ganancia aplicado a los costos, el 255 de los dueños señalaron que hay una ganancia del 20% al 35%, y de 35%

a 50% respectivamente, el 31% señalaron el margen de ganancia del 50% al 70% y el 19% del 70% al 100%.

El 56% de las Mypes en estudio utilizaron como medio de tarjeta de pago la tarjeta de crédito o débito, y el 44% no acostumbra utilizar tarjeta es decir todo lo hace al contado. Au vez se observó que el 63% de las Mypes cuenta con una cartera de clientes, el 75% de los dueños señalaron que la empresa ofrece garantía a los productos que vende. El 56% respondieron que la empresa es favorable puesto que a mejorado su rentabilidad, y los dueños y representantes de las Mypes de compra y venta de maíz en la ciudad de Satipo en su mayoría es rentable.

VI. Conclusiones

Perfil de los representantes legales o dueños de las Mypes

El 63% de los dueños o representantes de las Mypes son de sexo masculino, el 31% tiene una edad de 30 a 44 años de los cuales el 25% tiene estudios de secundaria completa y el 19% cuenta con estudios superiores de nivel universitario.

Perfil de las Mypes de compra y venta de maíz

El 31% de las Mypes se encuentra en el mercado más de 5 años, el 69% de estas empresas son formales, el 25% cuentan de 7 a 8 trabajadores, el 25% tiene de 5 a 6 trabajadores eventuales, el 63% de los representantes legales señalaron que el objetivo de las Mypes fueron formados con el objetivo de generar ganancias.

Financiamiento de la Mypes

El 56% de las Mypes trabaja con entidades bancarias, el 6% con la entidad Mi Banco, el 38% con BCP, el 25% con Banco financiera, el 31% con Caja Ahorro y Crédito. El 25% de estas empresas solicitó un monto de 3000 a 9000 soles y solo el 6% de 9000 soles a más siendo la tasa de interés aproximado de 2,75% mensual, 25% los créditos fueron invertidos en compra de nuevos productos y el 31% en ampliar la infraestructura del local, el 38% señaló que las ventas mensuales cumplen con sus ventas estimados en su plan de negocio.

Rentabilidad de las Mypes

El 69% de los representantes y dueños de las Mypes señalaron que su negocio cuenta con competencia en el mercado, el 31% señalaron que el margen de ganancia es del 50% al 70%, el 38% indica que el maíz tiene demanda, el 75% de las empresas ofrece garantía en sus productos siendo favorable en el negocio con una buena venta.

Aspectos complementarios

Los dueños de las Mypes deben adoptar estrategias de publicidad como el neuromarketing para generar más ventas y por ende más ingresos económicos.

Referencias bibliográficas

- Álvarez García, T. (2015). *La calidad de servicio para la conquista del cliente*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf
- Avila Acosta, R. B. (2001). *Estadística Elemental*. Lima: Estidos y Ediciones.
- Ávila Cedillo, G. J. (2017). *Los instrumentos*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de https://www.margen.org/suscri/margen86/avila_86.pdf
- Barrera, M. (2010). *Fuentes de financiamiento para pymes posibilidad de apertura al mercado de capitales*. Argentina. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2165/1/Barreda%20-%20Tesis.pdf>
- Bembibre, V. (2009). Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://www.definicionabc.com/economia/activo-liquido.php>
- Bembibre, V. (2009). *Definición de interés*. Recuperado el 23 de Abril de 2019, de <https://www.definicionabc.com/economia/interes.php>
- Bolívar Ruano, M. R. (2009). *El precio en el marketing*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5519.pdf>
- Boscán, & Sandra. (2006). *Fuentes del financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de [file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-FinanciamientoUtilizadoPorLasPequeñasYMedianasEmpr-6430961%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-FinanciamientoUtilizadoPorLasPequeñasYMedianasEmpr-6430961%20(1).pdf)
- Brealy. (2007). *Fuentes del financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de [file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-FinanciamientoUtilizadoPorLasPequeñasYMedianasEmpr-6430961%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-FinanciamientoUtilizadoPorLasPequeñasYMedianasEmpr-6430961%20(1).pdf)

- Bruno Bayona, G. L. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores en el distrito de Tumbes, 2017*. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/388/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_GONZALEZ_LUCERO_RAQUEL_GIOVANA.pdf?sequence=1
- Capozzi, C. (2016). *activo líquido equivalente*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://www.finanzas.com/activos-liquidos>
- Carrillo flores, A. L. (2015). *Muestra*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Celmi Gargate, A. E. (2017). *Caracterización del fincniamineto y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro abarrotes en el mercado de pedregal - Provincia de Huaraz, 2015*. Huaraz. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1602/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_CELMI_GARGATE_ANALI_ELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cofin Habana. (2016). *La teoría financiera*. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n1/cofin06116.pdf>
- Cruzalegui Fernandez, R. J. (2019). *Fortalecimiento de los canales y márgenes de comercialización en la cadena productiva del maíz amiláceo en la provincia de Chachapoyas*. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1233/ROBERT%20JAVIER%20CRUZALEGUI%20FERNANDEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- De Carli. (2007). *Patrimonio*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/ET/FT/AM/09/Patrimonio_clasificacion_y_definiciones.pdf
- Echeandia Bances, S. K. (2016). *Efecto de las escasas facilidades de financiamiento en el desarrollo económico de las microempresas agrícolas del distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque año 2015*. Perú. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3057/TESIS_ECHEANDIA-BANCES-SIARA-KATHERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández López, Otero Gonzáles, & Rodríguez Sandiás. (2013). *Estimación de la capacidad de endeudamiento*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-EstimacionDeLaCapacidadDeEndeudamientoDelProyecto-565104.pdf
- Gamboa Curo, M. K. (2017). *El financiamiento y la rentabilidad de las Mype sector comercio - rubro distribuidores de útiles de oficina en la ciudad de Huaraz, 2015*. Huaraz. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2157/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_GAMBOA_CURO_MARIANELA_KARY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garnique Flores, E. V. (2017). *Diseño de un manual de costos de producción de maíz amarillo duro, para determinar la rentabilidad estudio caso: Fundo de mórrope y Oyotún departamento de Lambayeque - 2015*. Chiclayo. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1061/1/TL_GarniqueFloresElsaVictoria_TorresCabrejosMagdalenaFlor.pdf.pdf

- Gitman. (1997). *Teoría de financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <https://www.monografias.com/docs/Teoria-de-financiamiento-FKC9VP4JMY>
- Grajales Quintero, J. S. (2017). *Alternativas de financiación para productores de maíz en el marco del postconflicto en Colombia*. Colombia. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/8629/Alternativas_financiacion_productores.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera Llanos, W. (2013). *La población*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-LaPoblacionSegundoElementoConstitutivoDelEstadoCol-2348030.pdf
- Herrero de Castro, R. (2015). *Definición de interés*. Recuperado el 23 de Abril de 2019, de file:///C:/Users/Pc_1/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeInteresNacional-4547890.pdf
- ILAM. (2013). *El patrimonio*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/ET/FT/AM/09/Patrimonio_clasificacion_y_definiciones.pdf
- Jimenez , A. M. (2017). *Fuentes de financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <https://es.scribd.com/document/210163447/1-1-Fuentes-de-Financiamiento-pdf>
- L. M. (2016). *Qué es el préstamo bancario*. Recuperado el 23 de Abril de 2019, de <https://es.scribd.com/document/331532257/Que-es-prestamo-bancario-pdf>
- López Rodríguez , C. M. (2014). *Estrategias para la comercialización de semillas de maíz criollo en el municipio de Ayapango Estado de México*. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/30798/L%C3%B3pez%20Rodr%C3%ADguez%20Carlos%20Mauricio.pdf?sequence=1>

Mendoza Dels, N. (2019). *Tipos de entidades financieras*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de <https://rebajatuscuentas.com/pe/blog/tipos-de-entidades-financieras-en-el-peru>

Modigliani, & Miller. (1958). *Teoría del financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <https://www.monografias.com/docs/Teoria-de-financiamiento-FKC9VP4JMY>

Moreno Fernández, J. (2013). *Fuentes de financiamiento par aun negocio*. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17740/capitulo3.pdf>

Moreno Sáenz, L. I. (2014). *Dependencia de México*. México. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/11/TESIS-Moreno-Saenz-Lucero-Ivone.pdf>

Moreno, G. (2015). *Métodos y técnica de la investigación científica*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/metodologias_investigacion.pdf

Narvasta Renfijo, V. E. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de madera aserrada del distrito de Yarinacocha, 2016*. Pucallpa. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4214/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_NARVASTA_RENGIFO_VICTOR_ERNESTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Navarro Mejia, M. E. (2012). *Técnica de ventas*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf
- News. (2016). *¿Que es la capacidad de compra?* Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://www.redpiso.es/news/la-capacidad-compra/>
- Osmar, B. (2011). *Toría del financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <http://www.consejosalta.org.ar/2011/09/teoria-del-financiamiento/>
- Péres Porto, J., & Merino, M. (2008). *Definición de técnica*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de <https://definicion.de/tecnica/>
- Pérez , D., & Martínez de Ubago, I. (2006). Recuperado el 24 de Abril de 2019, de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45113/componente45111.pdf
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2014). *Definición de la rentabilidad*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <https://definicion.de/rentabilidad/>
- Pérez, D., & Perez de Ubago, I. (2006). *El precio*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://files.kszegarra.webnode.es/200000021-af558b04f4/Fijaci%C3%B3n%20de%20Precios.pdf>
- Peumans. (2015). *Inversión*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>
- Porras. (2016). *Las inversiones y los inversionistas*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://www.economia.unam.mx/profesores/blopez/Riesgo-Pres3.pdf>
- Ramos Romero, M. F. (2018). *El financiamiento y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas agroexportadoras en la región Lima provincias 2015 - 2016*. Lima. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3588/1/ramos_rm_f.pdf

- Romero. (2012). *Tipos de financiamiento*. Recuperado el 1 de Marzo de 2019, de <http://aula.mass.pe/manual/tipos-de-financiamiento>
- Rubio Dominguez, P. (2009). *Análisis de la liquidez y solvencia*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/255/9.htm>
- Ruiz Palomo, D. (2014). *El análisis de solvencia convencional*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de http://www.aecal.org/pub/on_line/comunicaciones_xivencuentroaeca/cd/74a.pdf
- Sánchez Galán, J. (2016). *Entidad financiera*. Recuperado el 23 de Abril de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/entidad-financiera.html>
- Sevilla, A. (2018). *Liquidez*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html>
- Tarragó Sabaté. (2015). *Inversión*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <https://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>
- Unknown . (2018). *Características de una micro y pequeña empresa*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de <http://mypesss.blogspot.com/2014/09/evolucion-de-los-titulos-valores.html>
- Vega Paredes, C. C. (2012). *Análisis del financiamiento para la PYMES en la región Piura (Perú)*. Piura. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1793/0261_Vega.pdf?sequence=1
- Wikifinanzas. (2014). *Entida financiera*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de <http://wiki-finanzas.com/index.php?seccion=Contenido&id=2011C065>

Anexos



repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/949/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_REGALADO_CHAUCA_ALICIA_SARA.pdf?sequence=1&isAllowed=

y

Titulo:

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología
¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de maíz, distrito de Satipo,2018?	<p>Objetivos General Determinar la asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018</p> <p>Objetivo específico Determinar las características de los representantes de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p> <p>Determinar las características de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018</p> <p>Determinar las</p>	<p>Existe asociación entre el financiamiento y la rentabilidad en las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito de satipo,2018</p>	<p>Variable (1) Financiamiento</p> <p>Variable (2) Rentabilidad</p>	<p>Tipo de investigación Básica</p> <p>Nivel de investigación descriptiva</p> <p>Diseño de investigación Descriptivo de corte transversal</p> <div style="text-align: center;"> <p>Muestra: M1 — Encuesta: Ox</p> </div> <p>Donde M1: Dueños o representantes legales de las Mypes. Ox: Cuestionario sobre las Mypes.</p> <p>Estadísticos: Descriptivos. Tabla de frecuencia</p> <p>Población y muestra Población. 16 Muestra 16</p>

	<p>características del financiamiento de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p> <p>Determinar las características de la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro compra y venta de maíz, distrito Satipo,2018.</p>			
--	--	--	--	--

Operacionalización de la variable financiamiento.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Financiamiento	Domínguez (2005) Es la obtención de recursos o medios de pago que se destinan a la adquisición de los bienes de capital		Préstamos bancarios	Entidades financieras	La empresa que usted dirige trabaja con entidades financieras.	Nominal SI -NO
					Con que entidad o entidades financieras la	Opción Múltiple

	que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines .				empresa trabaja.		
					A la fecha cuantas veces ha solicitado un crédito financiero,	Opción Múltiple	
					Monto solicitado	Opción Múltiple	
				Interés	Tasa de interés que le financiaron su crédito fue de.	Opción Múltiple	
					Como califica la tasa de interés que le ofrece la entidad financiera	Opción Múltiple	
					A qué plazos le otorgaron su crédito	Opción Múltiple	
				Inversión	En que fue invertido su crédito.	Opción Múltiple	
					Considera usted que el financiamiento le fue suficiente	Opción Múltiple	
					La capacidad de inversión satisface la cantidad demandada.	Opción Múltiple	
				Capacidad de endeudamiento	Solvencia final	Para afrontar un endeudamiento; usted optaría por el servicio de una entidad financiera.	Opción Múltiple
						Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio.	Opción Múltiple
						La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años.	Opción Múltiple
					Solvencia corriente	Para afrontar un endeudamiento	Opción Múltiple

					o, usted optaría por el servicio de una entidad financiera.	
					Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio.	Opción Múltiple
					La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años.	Opción Múltiple
				Patrimonio	El local de la empresa es propio o alquilado.	Opción Múltiple
					La empresa tiene locales sucursales.	Opción Múltiple
					Qué facilidades les ofrece los proveedores a la empresa, para cumplir con el pago de sus obligaciones (facturas).	Opción Múltiple

Operacionalización de la variable. Rentabilidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Rentabilidad	Gitman (1996) "La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital, a través de ella permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un	Establece la capacidad de producir un beneficio que comprende la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; se refiere al lucro, utilidad o ganancia que ha obtenido las empresas del recurso	Ventas	Precio	Cree ud. que el precio de sus productos, son competentes en el mercado.	Opción Múltiple
					Margen de ganancia aplicada a los costos es de:.	Opción Múltiple
					Utiliza como medio de pago las tarjetas de crédito o débito.	Opción Múltiple
				Productos ofrecidos	Invierte la empresa en productos modernos.	Opción Múltiple
					Qué punto toma en cuenta para invertir en productos modernos.	Opción Múltiple
					De qué tipo de maíz se tiene más demanda.	Opción Múltiple

	nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños".	dinero invertido en el giro de su negocio.			De que manera hace conocer a sus clientes lo que tiene en la tienda.	Opción Múltiple	
				Calidad de servicio		La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles.	Opción Múltiple
						Tiempo que tiene la empresa en el mercado.	Opción Múltiple
						La empresa le ofrece garantía en los productos	Opción Múltiple
			Liquidez	Capacidad de compra		Cree ud que las ventas obtenidas durante el año cumplen con las ventas estimadas en el plan de negocio anual.	Opción Múltiple
						Cada que tiempo realiza sus compras.	Opción Múltiple
						Satipo por estar cerca en la selva del Perú favorece su negocio	Opción Múltiple
						Las ventas respecto a tus competidores favorecen su demanda.	Opción Múltiple
				Activo muy líquido		Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales.	Opción Múltiple
						La empresa cuenta con una liquidez mensual para resolver algún imprevisto.	Opción Múltiple
						La rentabilidad de tu empresa ha mejorado en los últimos años.	Opción Múltiple
				Activo poco líquido		La factura negociable que emite la empresa ha sido utilizada.	Opción Múltiple
						La empresa les otorga crédito a entidades del estado.	Opción Múltiple
						Usted que se dedica a este rubro, tiene vinculo propio.	Opción Múltiple
						Tuvo dificultades para cumplir con los pagos de las facturas de los diferentes proveedores.	Opción Múltiple



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

VICERETORADO DE INVESTIGACIÓN

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las
MYPEs del ámbito de estudio**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio. Rubro compa y venta de maíz, distrito de Satipo 2018”**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador (a):.....

Fecha:/...../.....

**I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS
MYPES**

1,1 Edad del representante legal de la empresa:

- 1 () De 18 a 29 años
2 () De 30 a 44 años.
3 () De 45 a 60 años.
4 () Más de 65 años.

1.2 Sexo:

- 1 () Masculino.
2 ().Femenino

1.3 Grado de instrucción:

1. () Ninguno
2. () Primaria: Incompleta
3. () Primaria Completa
4. () Secundaria Incompleta.
5. () Secundaria Completa.
6. () Superior No Universitaria Incompleta
7. () Superior No Universitaria Completa
8. () Superior Universitaria Completa.

1.4 Estado Civil:

1. () Soltero
2. () Casado
3. () Conviviente
4. () Divorciado
5. () Otros.

1.5 Profesión.....Ocupación.....

II PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

2.1 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro.

1. () .01 año
2. () .02 años
3. () .03 años
4. () .04 años
5. () .Más de 5 años.

2.2 La Mype es:

1. () Formal:
2. () Informal

2.3 Número de trabajadores permanentes.

1. () 0 a 2 trabajadores.
2. () .3 a 4 trabajadores
3. () 5 a 6 trabajadores.
4. () .7 a 8 trabajadores.
5. () .8 a 10 trabajadores.
6. () .Más de 10 trabajadores.

2.4 Número de trabajadores eventuales.

1. () 0 a 2 trabajadores.
2. () .3 a 4 trabajadores
3. () 5 a 6 trabajadores.
4. () .7 a 8 trabajadores.
5. () .9 a 10 trabajadores.
6. () .Más de 10 trabajadores

2.5 La Mype se formó para obtener ganancias:

1. () Si.

2. () No.

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.11. La empresa que usted dirige trabaja con entidades financieras

1 () Si 2 () No

Si su respuesta es SI, por favor sírvase a responder las preguntas

3.2. ¿Con que entidad o entidades financieras la empresa trabaja?

a () Mi banco

b () BCP

c () Banco Financiero

d () Cajas de Ahorro y Crédito

3.3. A la fecha cuantas veces ha solicitado un crédito financiero

a () 1 Vez

b () 2 Veces c

() 3 Veces d (

) 4 Veces

3.4. Monto solicitado.

a () 1,000.00 – 3,000.00

b () 3,000.00 – 6,000.00

c () 6,000.00 – 10,000.00

d () 10,000.00 – A más

3.5. La tasa de interés que le financiaron su crédito fue de:

a () 2.0% mensual

b () 2.3% mensual

c () 2.75% mensual

d () 4.5% mensual

3.6. Como califica la tasa de interés que ofrece la entidad financiera

a. () Tasa Baja

b () Tasa Media

c () Tasa Alta

d () Tasa muy Alta

3.7. A qué plazos le otorgaron su crédito

- a () 1 Año
- b () 1.5 Año
- c. () 2 Años
- d () 3 Años

3.8 .En que fue invertido su crédito

- a () Arreglo de local
- b () Ampliar la infraestructura del local
- c () Compra de Productos Nuevos
- d () Otros

3.9. Considera usted que el financiamiento le fue suficiente

- 1 () Si 2 () No

3.10. La capacidad de inversión, satisface la cantidad demandada

- 1 () Si 2 () No

3.11. Para afrontar un endeudamiento; usted optaría por el servicio de una entidad financiera.

- 1 () Si 2 () No

3.12. Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas de su plan de negocio.

- 1 () Si 2 () No

3.13. ¿La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años?

- 1 () 2 () No

3.14. Para afrontar un endeudamiento, usted optaría por el servicio de una entidad financiera

- 1 () 2 () No

3.15. Las ventas mensuales cumplen, con sus ventas estimadas en su plan de negocio

- 1 () 2 () No

3.16. La empresa que usted dirige ha tenido déficit en los dos últimos años

- 1 () 2 () No

3.17. El local de la empresa es propio o alquilado

- a () Propio
- b () Alquilado

3.18. La empresa tiene locales sucursales

- 1 () Si 2 () No

3.19. ¿Qué facilidades le ofrece los proveedores a la empresa, para cumplir con el pago de sus obligaciones (Facturas)?

- a () Descuento por pronto pago
- b () Pago a letras
- c () Pago a 30 días
- d () Otros

IV. RENTABILIDAD

4.1. Cree usted que el precio de sus productos, son competencia en el mercado.

- 1 () Si 2 () No

4.2. Margen de ganancia aplicada a los costos es de

- a () 20% - 35%
- b () 35% - 50%
- c () 50% - 70%
- d () 70% - 100%

4.3. Utiliza como medio de pago las tarjetas de crédito o débito.

- 1 () Si 2 () No

4.4. Invierte la empresa en productos moderno

- 1 () Si 2 () No

4.5. Qué puntos toma en cuenta para invertir en productos modernos

- a () Estudio de mercado
- b () La demanda
- c () Sugerencia de clientes
- d () Otros

4.6. El maíz tiene demanda

- 1 () Si 2 () No

4.7. De qué manera hace conocer a sus clientes lo que tiene en tienda

- a () Recomendaciones de los clientes
- b () Volantes
- c () Redes sociales
- d () Radio

4.8. La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles.

- 1 () Si 2 () No

4.9. Tiempo que tiene la empresa en el mercado

- a () Entre 1 – 4 años
- b () Entre 4 – 8 Años
- c () Entre 8 – 12 Años
- d () Entre 12- 25 Años

4.10. La empresa le ofrece garantía a los productos que vende

- 1 () Si 2 () No

4.11. Cada que tiempo realiza sus compras

- a () 90 Días
- b () 60 Días c
- () 45 Días d (
-) 30 Días

4.12 Es favorable el Distrito de Satipo para su negocio

- 1 () Si 2 () No

4.13. Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales

- 1 () Si 2 () No

4.14. La empresa cuenta con una liquidez eficaz para resolver algún imprevisto

- 1 () Si 2 () No

4.15. Las ventas obtenidas durante el año cumplen con las ventas estimadas en el plan de negocio anual.

- 1 () Si 2 () No

4.16. La rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años

- 1 () Si 2 () No

4.17. ¿La factura negociable que imite la empresa ha sido utilizada?

- 1 () Si 2 () No

4.18. La empresa otorga créditos a entidades del estado

- 1 () Si 2 () No

4.19. Usted, que se dedica a este rubro, su local propio

- 1 () Si 2 () No

4.20. tuvo dificultades para cumplir con el pago de las facturas de los diferentes proveedores.

- 1 () Si 2 () No

4.21. Cree que su negocio es más rentable que otros negocios

- 1 () Si 2 () No