



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA “SERVICIOS
E INVERSIONES GENERALES M Y R S.R.L.”-
CHIMBOTE, 2016**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

AUTORA

FIGUEROA RODRIGUEZ, NICOLE GIANELLA

ORCID ID: 0000-0001-9861-9204

ASESORA

MANRIQUE PLÁCIDO, JUANA MARIBEL

ORCID ID: 0000-0002-6880-1141

CHIMBOTE – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA
“SERVICIOS E INVERSIONES GENERALES M Y R
S.R.L.”- CHIMBOTE, 2016**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

AUTORA

FIGUEROA RODRIGUEZ, NICOLE GIANELLA

ORCID ID: 0000-0001-9861-9204

ASESORA

MANRIQUE PLÁCIDO JUANA MARIBEL

ORCID ID: 0000-0002-6880-1141

CHIMBOTE – PERÚ

2019

TITULO

CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ:
CASO EMPRESA “SERVICIOS E INVERSIONES GENERALES M Y
R S.R.L.”- CHIMBOTE, 2016

EQUIPO DE TRABAJO

ESTUDIANTE:

Figuroa Rodríguez Nicole Gianella

ORCID ID: 0000-0001-9861-9204

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Chimbote, Perú**

ASESORA:

Mgtr. Manrique Plácido Juana Maribel

ORCID ID: 0000-0002-6880-11411

JURADOS:

Mgtr. Espejo Chacón Luis Fernando

ORCID ID: 0000-0003-3776-2490

Mgtr. Ortiz González Luis

ORCID ID: 0000-0002-5909-3235

Mgtr. Rodríguez Vigo Mirian Noemí

ORCID ID: 0000-0003-0621-4336

HOJA DE FIRMAS DE JURADO EVALUADOR Y ASESORA

Mgtr. Espejo Chacón Luis Fernando

ORCID ID: 0000-0003-3776-2490

PRESIDENTE

Mgtr. Ortiz González Luis

ORCID ID: 0000-0002-5909-3235

MIEMBRO

Mgtr. Rodríguez Vigo Mirian Noemí

ORCID ID: 0000-0003-0621-4336

MIEMBRO

Mgtr. Manrique Plácido Juana Maribel

ORCID ID: 0000-0002-6880-11411

ASESORA

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, mi padre celestial,
por darme la vida y por su amor tan
inmenso que me tiene, que me da
siempre fuerzas para salir adelante.

A mi docente tutora Mgtr. Maribel
Manrique Plácido por haberme
apoyado y orientado cada semana,
para hacer posible finalizar mi
informe de investigación.

Agradezco también a mi padre, por
brindarme su apoyo en mis estudios
para que me pueda formar como
profesional.

DEDICATORIA

A mi abuela Eufemia, y mi madre
Pilar por estar siempre conmigo
dándome siempre los mejores consejos
para salir adelante.

Dedico de manera especial a
mi abuelito Elías Rodríguez,
porque siempre estuvo para mí
desde pequeña velando por mi
formación y aconsejándome
siempre para tomar buenas
decisiones.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: **Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa “Servicios e Inversiones Generales M Y R SRL” de Chimbote, 2017** cuya metodología de la investigación fue de revisión no experimental, descriptiva – bibliográfica y de caso, para el recojo de información se utilizó un cuestionario de preguntas aplicado a la empresa, encontrándose los siguientes resultados: **Respecto al Objetivo Específico 1:** La mayoría de los autores citados establecieron que la rentabilidad en las MYPES ha habido mejoras ya que el importe de los productos y su calidad ofrecidas presentan precios competitivos en el mercado. **Respecto al objetivo específico 02:** Se ha evidenciado que la empresa ha mejorado durante los 5 años que tiene en el mercado; su rentabilidad es muy positiva manifestando que su volumen de ventas es clave para su utilidad y que dispone de una liquidez para poder resolver un imprevisto inmediatamente. **Respecto al objetivo específico 03:** el caso de investigación referente a la rentabilidad de las mypes si coinciden, ya que la empresa cuenta con una buena rentabilidad ya que cuentan con liquidez en cualquier oportunidad necesaria. Por último, Se llega a la conclusión que la rentabilidad es importante porque mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y los costos de ésta para mostrar el porcentaje de ganancia.

Palabras claves: Micro y Pequeña empresa, Rentabilidad y Sector Comercio.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to: **Describe the characteristics of the profitability of micro and small companies in the Peruvian commerce sector: case of the company "Services and General Investments MYR SRL" of Chimbote, 2017**, whose research methodology was reviewed not experimental, descriptive - bibliographic and case study, for the collection of information a questionnaire of questions applied to the company was used, finding the following results: **Regarding the Specific Objective 1:** Most of the cited authors established that the profitability in the MYPES There have been improvements since the amount of the products and their quality offered present competitive prices in the market. **Regarding the specific objective 02:** It has been shown that the company has improved during its 10 years in the market; Its profitability is very positive, stating that its sales volume is key to its usefulness and that it has a liquidity to be able to solve an improvised immediately. **Regarding specific objective 03:** the case of research regarding the profitability of mypes if they coincide, since the company has a good profitability since they have liquidity at any necessary opportunity. Finally, we reach the conclusion that profitability is important because it measures the relationship between the profit of an investment and the costs of it to show the percentage of profit.

Keywords: Micro and Small Business, Profitability, Trade Sector

CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| TITULO..... | iii |
| EQUIPO DE TRABAJO | iv |
| HOJA DE FIRMAS DE JURADO EVALUADOR Y ASESORA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| DEDICATORIA | vii |
| RESUMEN | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| CONTENIDO | x |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 13 |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA | 18 |
| III. HIPÓTESIS | 39 |
| IV. METODOLOGÍA..... | 39 |
| 4.1 Diseño de investigación | 39 |
| 4.2 Población y muestra | 40 |
| 4.3 Definición y operacionalización de la variable | 41 |
| 4.4 Técnica e instrumento | 42 |
| 4.5 Plan de análisis..... | 42 |
| 4.6 Matriz de consistencia | 43 |
| 4.7 Principios éticos: | 43 |

| | |
|---|----|
| V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADO | 45 |
| 5.1 Resultados | 45 |
| 5.2 Análisis de resultados | 50 |
| VI. CONCLUSIONES | 52 |
| VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS..... | 54 |
| 7.2 ANEXOS | 60 |

INDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Respecto al objetivo específico 1..... | 45 |
| Respecto al objetivo específico 2..... | 47 |
| Respecto al objetivo específico 3..... | 48 |

I. Introducción

La rentabilidad es un rendimiento que produce una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo siendo esta una forma de comparación de los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta generando ganancia de esa acción.

En la mayoría de los países de América Latina tienen problemas sociales, como aquellos con pobreza radical, por lo que los ubicamos en áreas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas entidades forman un gran potencial para el crecimiento económico, el desarrollo social y la generación de empleo en la región.

Esa es la razón por la cual un pequeño nivel de estas microempresas se acerca a administraciones presupuestarias sistematizadas, lo que hace concebible adquirir estos y diferentes tipos de ayuda que punto de ruptura de su desarrollo y no les permite tener una parte extendida de su potencial, siendo este una prueba increíble para las organizaciones de escala miniaturizada. Esa es la razón por la cual la ganancia se incrementa y cubre internacionalmente, midiendo la productividad de cualquier organización, ejecutando sus activos monetarios accesibles.

También debemos aclarar que los micos son los más vistos en una nación en el campo de las ganancias, un caso inconfundible es el de España, donde las PYMES, hablan mayormente de la parte textura rentable de Europa. Una realidad que por cuenta de España es mucho más destacada, ya que representan el 65% del PIB. Sea como fuere, a pesar de su importancia en la economía, de vez en cuando son la elección de la empresa principal de los miembros. **(Mauricio, 2013)**

América Latina también aborda este tema ya que las microempresas y las empresas privadas en el área comercial son absolutamente críticas, como las que se

encuentran en la nación de México, donde las pequeñas y medianas empresas, las PYME, son imperativas para la economía nacional. México tiene más de cuatro millones, crea el 72% del trabajo y contribuye con el 52% del Producto Interno Bruto (PIB). Estas organizaciones son lo que hace que una nación se centre, aquellas que atraen empresas y fortalecen negocios. Sea como fuere, la vulnerabilidad financiera en el planeta ha hecho que algunas organizaciones se unan legítimamente y sean impotentes frente a cambios constantes. (Carriedo, 2017)

En el Perú las MYPE deben hacer frente a un gran número de factores internos y externos, que limitan su desempeño empresarial, y por consiguiente su desarrollo en el mercado. Así dentro de los principales factores:

Comprende el contexto económico en el que se desenvuelven las MYPE, y el marco institucional que las rodea, es decir, otras empresas del ramo, clientes, proveedores, programas de apoyo, y proveedores de servicios financieros y de servicios de desarrollo empresarial que interactúan con ellas. Ambos funcionan como condicionantes de su desempeño debido, entre otras cosas, al limitado acceso a servicios de información sobre mercados, procesos y tecnología; la desigualdad en el acceso a financiamiento por la falta de proveedores de crédito adecuados; el alto grado de informalidad: existencia de regulaciones burocráticas inapropiadas; y débiles relaciones de articulación y colaboración, que impiden explotar cualquier potencial competitivo resultante de la aglomeración. (García & Hernández, 2001)

En el Perú también las micro y pequeñas La organización ha sido crítica para el desarrollo monetario donde la productividad se ha expandido, siendo lo más esencial en la nación, como lo dice García, (2016) en su propuesta: Caracterización

del financiamiento, preparación y ganancia de la escala miniaturizada y pequeñas organizaciones del área comercial, rama boticas, del local de Callería, periodo 2016, los avances innovadores y los procedimientos de globalización abrieron el mejor acercamiento a nuevos mercados y de esta manera nuevas dificultades para las organizaciones peruanas. Desde un punto de vista, la progresión del intercambio, que últimamente ha expandido drásticamente las tarifas peruanas, y además eleva el nivel de desarrollo monetario. Además, una vez más, las Micro y pequeñas organizaciones, paso a paso, demuestran un ajuste en la economía. Por lo tanto, es el más imperativo en el país

En nuestro país existe aproximadamente 3 760 000 micro y pequeñas empresas, generando más de 5.3 millones de puestos de trabajo aproximadamente.

En la Provincia de Santa hay más de 18 mil emprendimientos de menor escala e independientes que a partir de ahora funcionan. Independientemente de su extensa fuerza de trabajo, a pesar de todo, no podrán despegar. El 88% de la Población Económicamente Activa (PEA) de la sucursal de Ancash trabaja en pequeñas, medianas o pequeñas empresas. De este agregado, el 69.2% trabaja en microempresas, el 9.6% trabaja en pequeñas organizaciones y el 9.2% en organizaciones medianas; sin embargo, solo el 11% de la población de Ancash trabaja en grandes organizaciones (INEI, 2012).

Por otro lado en la ciudad de Chimbote donde vamos a desarrollar el estudio, las medianas y pequeñas empresas en el sector comercio la mayor parte son informales, por lo contrario Centurion & Reneiro (2016), menciona en su tesis : La formalización, financiamiento, capacitación, competitividad y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas, Chimbote, 2010-2013, La mayoría de las MYPE del

Distrito de Chimbote periodo 2010-2013, tienen una permanencia de 4 años a más de 7 años, son formales y fueron creadas para obtener ganancias, con respecto a la rentabilidad señala que las micro y pequeñas empresas es rentable.

Por lo anteriormente expresado, la investigación se formula a través del siguiente enunciado:

¿Cuáles son las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú caso: Empresa “Servicios e Inversiones generales M y R S.R.L” de Chimbote, 2016?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa Servicios e inversiones generales M Y R S.R.L.de Chimbote, 2016.

Para dar respuesta al Objetivo General se han plantado los siguientes objetivos específicos:

1.- Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en el Perú.

2.- Describir las características de la rentabilidad en la empresa “Servicios e Inversiones Generales M y R S.R.L”

3.- Hacer un análisis comparativo de las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Servicios e Inversiones Generales M y R S.R.L” de Chimbote, 2016.

Finalmente la presente investigación se justifica, porque el estudio es de mucha importancia ya que nos proporcionará el poder comprender a nivel narrativo las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector

comercio del Perú y de la “Servicios e Inversiones Generales M y R S.R.L” de Chimbote, 2016. Así mismo, nos ayudará a conocer más a fondo sobre su variable de estudio, que es la rentabilidad, ayudando así en el proceso tanto contable como administrativo y sobre todo económico de una sociedad, con la finalidad de poder alcanzar eficientes metas o propósitos en la entidad.

Por otro lado, la investigación también se justifica porque servirá como antecedente y base teórica para realizar otros trabajos similares por estudiantes de nuestra universidad del distrito de Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

Metodología utilizada en esta investigación fue cualitativa- descriptiva-no experimental-bibliográfico y de análisis de caso. Por otro lado, los resultados encontrados muestran que la empresa “Servicios E Inversiones Generales M y R S.R.L. la cual se ha evidenciado que su rentabilidad es muy positiva manifestando que su volumen de ventas es clave para su utilidad y que dispone de una liquidez para poder resolver un imprevisto inmediatamente. Por lo que se llega a la conclusión que se podría tomar ventaja de ello para poder aumentar su margen de ganancias; siempre y cuando se mantenga competitivo en el mercado y buscando un equilibrio en donde se pueda aumentar las ganancias y sin minimizar su venta.

II. Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

En este proyecto se entiende por antecedentes internacionales a todo trabajado de investigación, realizado por algún investigador, en cualquier ciudad y país del mundo, menos Perú; sobre la variable, unidad de análisis y sector de nuestra investigación.

Escobar (2013) en su tesis titulada “Jerarquización de Factores que inciden en la rentabilidad de las PYMES en Ecuador, cuyo objetivo general fue: buscar jerarquizar los factores que inciden en la rentabilidad de las PYMES en Ecuador, la investigación fue de análisis cualitativo, llegando a las siguientes conclusiones: Buscar una rentabilidad dentro de la industria no solo se basa o recae en un factor;

Sino que existe cuando se cuenta con un perfecto conjunto de factores tanto internos como externos que generan un mejor desempeño que el de la competencia y son propios de cada compañía. Una estrategia para cada empresa, las repuestas de Biolimpieza S.A. se centran en contar ventajas competitivas a través de la diferenciación. De la misma manera, tal como Wal-Mart maneja un concepto de liderazgo en costos, el concepto del negocio debe ser adoptado de por toda la organización. En el momento de poseer una estrategia clara y definida la filosofía del negocio se dirige hacia una misma dirección por lo tanto todos los procesos y esfuerzos de la

organización se concentrarán en generar rentabilidad en base a su estrategia de negocio.

Guerrero (2008) en su trabajo de investigación titulada: Análisis de las Estrategias de las MiPyMes que inciden en el Crecimiento, Financiamiento y Rentabilidad de la Industria de la Construcción en el Estado de Durango, en México, cuyo objetivo general fue: Análisis de las Estrategias de las MiPyMes que inciden en el Crecimiento, Financiamiento y Rentabilidad de la Industria de la Construcción en el Estado de Durango, la metodología de la investigación fue no experimental, llegando a las siguientes conclusiones: Se muestra los porcentajes de utilidades que se han obtenido en los últimos 3 años, representando un 29.6% utilidades del 11 al 15%. Se destaca que son las empresas jóvenes y las maduras en donde se tiene un porcentaje de utilidad más alto. Sobre la evolución de la Utilidad neta sobre ventas el estudio nos da como resultado un factor estable (55.6%), de igual forma se representa para el tamaño y la antigüedad. Esto nos da como resultado que el crecimiento de tendencia positiva para el sector de la Industria de la Construcción en el estado de Durango se ve confirmado con 25 los porcentajes de utilidad obtenidos en los últimos 3 años, esto nos define si se gana o pierde en la empresa, y nos confirma que si se están utilizando las estrategias y factores competitivos adecuados, junto con el

financiamiento optimo que nos genera utilidades y aún mejor que nos dé margen para tener un mercado estable.

2.1.2 Nacionales

En la presente investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la región Ancash; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Lindao (2018) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes, 2017 en Tumbes, cuyo objetivo general fue: Describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MYPES el sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017., La metodología de la investigación fue de nivel descriptivo, Llegando a las siguientes conclusiones: Se identificó que dentro de las ventajas que presenta la rentabilidad en las MYPES, los gerentes consideran que una de ellas es que el precio de los productos ofrecidos presentan precios competitivos en el mercado, aplican un margen de ganancia promedio de 20% a 35%, además manifiestan que disponen de cartera de clientes,68 utilizan publicidad a través de las redes sociales lo cual les permite no realizar costos de

publicidad, consideran que se toma en cuenta para invertir en nuevos productos la demanda y sugerencias de sus cliente.

Campos (2016) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de la micro y pequeña empresa sector comercio, rubro compra y venta de ropa para bebés en el distrito de la esperanza del año 2015”, en Trujillo cuyo objetivo general fue: Determinar la caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeña empresa sector comercio, rubro compra y venta de ropa para bebés del Distrito de La Esperanza, año 2015. La metodología de la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo, Llegando a las siguientes conclusiones: El 30% de los encuestados sustenta que la rentabilidad del negocio no ha incrementado, mientras el 70% restante manifiesta que la rentabilidad del negocio si ha incrementado. Esto nos quiere decir que los emprendedores afrontan serios problemas durante la permanencia de su negocio, por no contar con estrategias empresariales que les permita el crecimiento de su negocio a pesar de que el 100% de las Micro y Pequeñas Empresas que fueron encuestadas manifestaron que la rentabilidad estaba de alguna manera relacionada al financiamiento recibido.

2.1.3 Regionales.

Se entiende por antecedentes regionales, a todo el trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier ciudad de la región de Áncash, menos en la ciudad de Chimbote.

Torrez (2018) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización Del Financiamiento y Rentabilidad de Las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Boutique De La Ciudad De Huaraz, 2017” en la región Ancash cuyo objetivo general fue Describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boutique en la ciudad de Huaraz, 2017. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó la metodología de la investigación fue descriptivo simple-no experimental; obteniendo los siguientes resultados: Se han descrito las características de la rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huaraz, 2017, donde se aprecia que el 80% afirman que analizan la rentabilidad patrimonial de su MYPE, también un 80% 71 indicaron que analizan la rentabilidad de sus ventas, mientras que un 20 % no analizan la rentabilidad. Por lo tanto, se puede concluir que los representantes o propietarios de las microempresas analizan la rentabilidad con diferentes técnicas para poder cuidar y mejorar sus ingresos y egresos que se generan diariamente, por lo que se puede decir que el sector comercio rubro boutique es rentable.

Amez (2018) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro textiles de Huaraz – 2016” en la región de Ancash cuyo objetivo general fue describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro textiles de Huaraz. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó la metodología de la investigación tipo no experimental y el nivel descriptivo, el diseño no experimental, descriptivo simple; obteniendo los siguientes resultados: El 74% consideraron que la rentabilidad de la MYPE mejoró en los dos últimos años, y para el 26% de las empresas la rentabilidad no mejoró en los dos últimos años.

2.1.4 Locales

Se entiende por antecedente locales, a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en la ciudad de Chimbote; sobre las variables y unidades de análisis del estudio.

Acosta (2014) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de ropa deportiva para damas y caballeros del distrito de Chimbote, 2014” cuyo objetivo general fue: determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las

micro y pequeñas empresas del sector comercio. La metodología investigación fue descriptiva, para su realización se escogió una muestra dirigida de 14 MYPE, a quienes se les aplico un cuestionario de 32 preguntas cerradas utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo respecto a la rentabilidad el siguiente resultado: El 100% de los microempresarios afirman que la rentabilidad si mejoró en su empresa en los últimos años. Esto a su vez nos lleva a la conclusión que las mypes están representadas por personas adultas quienes llevan el control de dichas empresas que les permite estar en actividad por más de cinco años en sector rubro compra ventas de ropa deportiva para damas y caballeros.

Sánchez(2013) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad de las mypes del sector comercio – rubro boutique del distrito de Chimbote en el periodo 2010- 2011” tuvo como objetivo general Describir las Principales Características de la gestión de calidad y la rentabilidad de las MYPES del sector Comercio-Rubro-Boutique del distrito de Chimbote en el periodo 2010-2011; La metodología de la investigación fue no experimental, transversal, descriptivo, cuantitativa, obteniéndose los siguientes conclusiones: Las MYPES en su mayoría tienen entre 1 a 5 años de existencia en el mercado Chimbotano; La rentabilidad en el periodo 2010-2011 ha mejorado notablemente en la mayoría de las MYPES, La rentabilidad ha sido producto de fijar esfuerzos en la calidad del producto y servicio.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación:

2.2.1 Teorías.

2.2.1.1 Teoría de la rentabilidad.

2.2.1.1.1 teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de markowitz.

Markowitz propulsa con otra hipótesis, demostrando que el especulador expandirá su empresa entre varias opciones que ofrecen la mayor estimación de la ejecución actualizada. Basar esta nueva profesión depende de la ley de un gran número que muestra que la ejecución genuina de una cartera será un incentivo supuesto para el beneficio normal. El reconocimiento de esta hipótesis acepta que la presencia de una cartera especulativa con el beneficio más extremo y con un riesgo insignificante que, claramente, sería ideal para el jefe monetario sano. Esa es la razón, con esta hipótesis, supone que el portafolio con el beneficio extremo más avanzado no necesita ser el que tiene un nivel básico de riesgo. De esta manera, el especialista financiero relacionado con el dinero puede expandir su rendimiento normal al aceptar un contraste de riesgo adicional o, lo que es lo mismo, puede disminuir el riesgo que produce una parte de su beneficio refrescante normal. **(Chávez, 2016)**

2.2.1.1.2 teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado.

Sharpe se desarrolló como una instancia específica del modelo oblicuo de un creador similar que, por lo tanto, fue la consecuencia de un procedimiento de reordenamientos que Sharpe hizo del modelo pionero de su educador Markowitz. Sharpe consideró que la demostración de Markowitz incluía un proceso de computación problemático en perspectiva de la necesidad de conocer lo suficiente cada una de las covarianzas entre cada combinación de títulos. Para mantenerse alejado de esta complejidad, Sharpe propone relacionar el desarrollo de la productividad de cada recurso monetario con una lista particular, típicamente macroeconómica, por así decirlo. Esta fue la supuesta pantalla de esquina a esquina, a la luz del hecho de que la red de diferencia y covarianza solo muestra estimadas distintas de cero en el asfalto primario, es decir, en los puntos que se comparan con los cambios en los rendimientos de cada título. Como se demostró, la pantalla del mercado es una instancia específica de esquina a esquina. Esta identidad alude al archivo de referencia que se toma, siendo tal agente del beneficio ocasional ofrecido por los mercados monetarios. (Chávez, 2016)

Rigoberto Parada Daza "Rentabilidad Empresarial: Un enfoque de Gestión", Este autor ofrece una manera de lidiar con los beneficios de un punto de vista de la Gestión Empresarial y hace uso de una variedad de ideas que se han tomado del Análisis Financiero Tradicional, Teoría Económica, Teoría Financiera y Estadísticas. Las hipotéticas ramificaciones pragmáticas de hacer un examen relacionado con dinero monetario se descomponen, considerando el interior y poseen partes de cada organización, y además factores externos a él. Las metodologías actuales se

introducen con respecto al tema de la productividad y una evaluación extremadamente útil para pequeñas y medianas empresas. (Chávez, 2016)

Adrian J. Slywotzky, David J. Morrison, & Bob Andelmon,

Estos autores consideraron que cuando se trata de negocios, Tener una parte decente del mercado es todo. Es decir, la organización que tiene un segmento más grande del mercado producirá los beneficios más notables. No obstante, según la teoría de la "zona beneficiosa", las mejores adquisiciones son adquiridas por el individuo que comanda la región de mercado que piensa que es la mejor medida de estima incluida, prestando poca atención al tramo de la porción del pastel que tiene. En este contenido, los creadores presentan los 61 pensamientos esenciales del sistema de la "zona productiva". Una parte de los temas asegurados son: conceptos básicos, estándares e ilustraciones razonables. (Chávez, 2016)

Harry Markowitz, El creador comenzó a partir de la presentación que, a la luz de la percepción y la experiencia, los deseos pertinentes pueden construirse sobre los rendimientos futuros que una especulación específica puede ofrecer. Por lo tanto, el examen de la productividad de una cartera comienza con la investigación de las especulaciones individuales que la influyen a subir, poco tiempo después, y a la luz de los avances útiles, terminando con la disposición de una cartera específica que el líder monetario puede considerarla como ideal. (Chávez, 2016)

2.2.1.1.3 modelo para de medir la rentabilidad.

Para medir la rentabilidad existen muchas maneras de ser vista. Personalmente, creo que un buen modelo debe presenciar la manera en que

la empresa realiza las ventas y utiliza sus recursos (costo), y darnos entender de forma clara como se obtiene la rentabilidad

Un modelo para poder medir la rentabilidad debe responder las siguientes interrogaciones respecto a los productos por lo que obtenemos ganancias o pérdidas ¿tienen un buen precio? ¿Ofrecemos buena cantidad del producto?; Un modelo conveniente de rentabilidad tiene que darnos una claridad respecto de cómo llegan los desempeños superiores y los problemas, ¿lo ponemos muchos recursos al producto?, ¿Los procesos que hacemos a nuestro producto son eficientes?), y a los clientes con lo que logramos el 80% de la utilidad ¿reciben una buena atención? (**Orazena, 2011**).

2.2.3 Tipos de Rentabilidad

- **La rentabilidad económica**

Es una medida, que se refiere a un límite de tiempo determinado, sobre la realización de los beneficios de una empresa, para establecer un incentivo con emancipación sobre cómo fueron financiados. Los beneficios que se deben tener en consideración para poder obtener la rentabilidad económica de una empresa, debe hacerse antes de haber sustraído los intereses o los impuestos que la empresa tiene que saldar. (**Tanaka, 2005**)

- **La rentabilidad financiera**

“Se refiere a la medida, del rendimiento obtenido por invertir en recursos financieros, sea como prestación de dinero en efectivo o aportaciones en una sociedad, entre otros, tras en un límite de tiempo determinado” (*Tanaka, 2005*). En otro aspecto el beneficio neto tiene otra forma de expresiones como resultado neto o como resultado del ejercicio.

2.2.4 Importancia de la rentabilidad

Una de las importancias es que las empresas logren obtener una rentabilidad conveniente para que puedan financiar sus realizaciones de corto, mediano y largo plazo, así poder compensar a sus accionistas y si es posible poder compensar a sus empleados. (**Orazena, 2011**)

2.2.1.2 Teoría de las Micro y Pequeñas Empresas.

Analizando las MYPES en el Perú. De acuerdo con la Ley N ° 28015, la Ley de Fomento y Formalización del MYPES es una unidad financiera constituida por un individuo característico o legítimo, bajo cualquier tipo de asociación o administración comercial examinada en la promulgación en vigor, que tiene la intención de crear ejercicios de extracción, cambio, generación, comercialización de productos o disposición de administraciones.

Agrupación Según lo indicado por la Ley MYPES, las organizaciones se agrupan por su tamaño - número de representantes y volumen de ofertas anuales -, luego encontramos que los MYPES son los que tienen cerca de 1 y 10 especialistas y / o un volumen de ofertas que no supera los 150 UIT (S / .540000); Por otro lado, las empresas independientes tienen cerca de 10 y 100 trabajadores y su volumen de negocios es inferior a 1700 UIT (S / .6120000).

MYPES formales: según la SUNAT, la cantidad de MYPES formales corresponde al 93,4% del total de organizaciones en Perú, mientras que las organizaciones pequeñas solo al 4,32%, y en conclusión, las organizaciones medianas y grandes representan solo el 2,28% de las organizaciones formales en Perú. 97.72% de las organizaciones en la nación son MYPES.

Se puede encontrar en el cuadro adjunto que en medio de los tiempos de la extensión de nuestra economía ha habido un desarrollo positivo en la cantidad de MYPES; es decir, hubo una expansión en la cantidad de organizaciones consolidadas. De esta forma, la cantidad de MYPES se ha expandido en 471,107 nuevas organizaciones de 2004 a 2009. Casualidad en los MYPES: todos los datos analizados anteriormente se relacionan con la información de SUNAT, que por razones evidentes debe ser contabilizada por MYPES formal, que es la razón por la cual ahora se considerarán los MYPES, incluidos los casuales. **(Hipotético Accidental, 2011).**

Como se indica en el art. 2 de la ley 28015 (2003) MYPES: Es la unidad monetaria constituida por un individuo característico o legítimo, bajo cualquier tipo de asociación o administración comercial, que se contempla en la presente ley, que espera crear ejercicios de extracción, cambio, comercialización. De mercancías o arreglos de administraciones. (León, 2011).

Puntos focales y desventajas. El modelo de MYPES es la adaptabilidad con la que actúa, tanto a nivel individual, que normalmente es multidisciplinario, como unos pocos (puntos de acceso a la tierra, flexibilidad de artículos en el mercado, representación rápida) que pueden utilizarse indebidamente para obtener un espacio en el mercado, están muy bien enfocados y se desarrollan, y los pequeños y medianos esfuerzos son una fuente de la era de los negocios, se cambian sin apenas levantar un dedo, ya que no tienen una estructura rígida. La principal obstrucción es la ausencia de límite que no permite establecer objetivos más elevados en el tiempo más breve y más que los resultados imaginables del desarrollo, tanto mecánicos como geológicos, creando un ciclo interminable donde las MPE son cuestiones de intensidad y sí limitadas a unos pocos eventos para restringir su mercado a la utilización de los hogares (por ejemplo, en el nivel cercano). (Quezada, 2012).

Lo que debe hacerse en el mundo de MYPES. Circunstancia de los MYPES en la extensión macroeconómica: en Perú, hay más de dos millones de unidades monetarias, esto implica el 98% del agregado de las fundaciones. Los MYPES ofrecen ocupación al 74% de la Población

Económicamente Activa (EAP); en los MYPES menores de cinco personas y en los menores de 50 años por cada unidad remunerada. El MYPES con el 43% del Producto Interno Bruto Los MYPES se encuentran en todas las sucursales, particularmente en el segmento rural, negocios y administraciones. Los MYPES, en un sentido general, son el efecto posterior de nuestra estructura lucrativa detrás y en receso. Los MYPES son, en su índice más notable, unidades especiales de supervivencia. El gobierno ha demostrado su entusiasmo por apoyar esta parte: no ha tenido la capacidad de planificar un procedimiento de largo alcance para ventajas privadas y abiertas, lo que realmente beneficia al MYPES. Las regiones tampoco abordan el tema de las MPE de manera clave. Los estándares para MYPES se representan como si estuvieran en una organización mediana y amplia. La ayuda presupuestaria requerida por el MYPES está en la solicitud de una gran cantidad de dólares (US \$ 4,000 millones); Mientras que el mercado tiene una oferta de US \$ 700 millones (28%). El mercado local para MYPES está limitado por la expansión de las importaciones. Por otra parte, los sectores comerciales externos, las personas intrincadas de la entrada y el mantenimiento costoso y problemático.

No hay oferta de asesoría y consultoría especialmente para el MYPES. Sea como fuere, los MYPES han constituido -y siguen siendo- un "apoyo social" crítico para la economía de nuestra nación. (Lastra, 2010).

2.1.1.3 Teoría del comercio.

2.1.1.3.1 la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo.

Con la mejora del comercio mundial, los mercados mundiales se consideran y confían regularmente en cuanto a estructuras y fuentes de la creación.

Con el desarrollo del intercambio mundial los mercados mundiales se consideran y confían regularmente en cuanto a estructuras y fuentes de la creación. Teniendo en cuenta un objetivo definitivo a disputar en la nueva condición mundial. Este estándar de un punto de vista se ha convertido en una rutina perfecta con respecto al comercio generalizado y al avance del mundo actual y, lo que es más, en la razón por la cual los sistemas comerciales de los países se clasifican. Las teorías particulares del comercio mundial tratan de reaccionar ante el desarrollo de los exámenes relacionados con los componentes y las razones del comercio mundial, y el volumen de los diferentes flujos, el curso de las respuestas apropiadas, las variables que influyen en la generalización. Gastos del producto comercializado, cómo afectar a los países el comercio con las administraciones nacionales y cómo funciona la metodología fiscal en general.

Entonces se pretende responder una serie de preguntas, que son:

- ¿Por qué los países comercian entre sí?
- ¿Quién gana y quién pierde en el comercio?

- ¿De qué manera afecta el bienestar de un país al comerciar con otro u otros?

- ¿Qué efectos tienen las barreras arancelarias y no arancelarias en el comercio y bienestar de un país?

- ¿Hay argumentos para defender las restricciones comerciales?

Respondiendo a la pregunta de por qué los países comercian, las diferentes teorías de comercio internacional exponen que existen tres factores explicativos.

El primero tiene que ver con la diferencia de producción de que aceptan que un país se especialice en distintos recursos y obtenga ganancias sobre ellos.

Un segundo factor tiene que ver con la diferencia sobre en gustos de los consumidores. Es por ello que les permite incrementar las empresas mayores variedades de productos y preferencias, así mismo intercambiar a otros países sus productos.

Por último, el comercio internacional se refleja por tener economías en escala a través del comercio a diferentes países del mundo, las empresas puede adquirir a economías de escala que le permiten ahorrar costos y producir una gran cantidad de productos en cortos períodos de tiempo.

(Hoz, 2013, p. 21)

2.2.1.3 Tipos de Comercio

De acuerdo a si las negociaciones se realizan dentro o fuera de los límites del país, existen dos tipos de comercio:

Comercio Interno: Se le llama comercio interno a aquel en el que se realiza un intercambio de mercancías dentro de la frontera nacional. A esta forma de comercio se la regula por medio de normativas legales que son las que permiten que se conforme a la economía como un sector formal.

Dentro del comercio interno existen dos formas de realizar negociaciones: al por menor y al por mayor.

El comercio al por menor: Es aquel que se realiza en pequeña escala y en estos el producto llega directamente al consumidor final, en unidades.

El comercio al por mayor: Es aquel en el que se intercambian enormes cantidades de productos y la compra-venta no se establece con el consumidor final, sino con una empresa manufacturera para que transforme al producto o bien a otro comerciante para que la venda nuevamente.

Comercio Exterior: En este caso la compra y venta se realiza entre sectores públicos y privados de la nación con comerciantes ubicados en países extranjeros. En este comercio se hallan aquellos mercados integrados que tienen como objetivo la disminución de las barreras arancelarias entre distintos países.

Dentro del comercio exterior existen dos clases: el comercio de exportación y el de importación.

- En la importación la compra se realiza a un vendedor que se ubica fuera del límite nacional.

El comercio de exportación, en cambio es cuando se introducen bienes nacionales en mercados extranjeros. (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017)

2.2.3 Reseña histórica de la Empresa

La empresa Servicios e Inversiones Generales M Y R S.R.L. con ruc: 20445740471, se dedica a las ventas de productos de ropa para damas. (Boutique) y también a las actividades de restaurantes. La empresa principal está ubicada: Av. Brasil Primera Cuadra Nro. 145 Dpto. 402 Urb. Torres Araujo (Costado Jardín Santa Ana Y Esc Policía) La Libertad - Trujillo – Trujillo.

Sin embargo cuenta con anexos, siendo uno de ellos en Chimbote, ubicada: JR. Casma Nro. 483 P.J. Miramar Bajo (Entre Pardo Y Meiggs) Ancash - Santa – Chimbote la cual tomaremos como caso de estudio. El representante legal de dicha sucursal es Miguel Génovez Cabrejos, iniciando sus actividades en el año 2014.

2.3 Marco Conceptual:

2.3.1. Definición de Rentabilidad:

Rentabilidad es una idea que se aplica a toda la actividad monetaria en la que implica, material, humano y dinero relacionado se ensamblan teniendo en cuenta el objetivo final para que se produzca. En la escritura financiera, a pesar del hecho de que el término ganancia se utiliza como parte de una ruta excepcionalmente modificada y existen numerosas metodologías doctrinales que influyen en alguna característica de la misma, en un sentido general se la llama beneficio para medir la ejecución que en un plazo determinado, entregan el capital utilizado como parte de él. Esto supone que el examen entre el salario creado y los métodos utilizados para adquirirlo con un objetivo final específico para permitir la decisión entre elecciones o para juzgar la competencia de las actividades. (Sánchez, 2002)

La rentabilidad es importante la conexión entre la utilidad y la empresa para lograrlo, ya que mide la viabilidad de la administración de una organización, exhibida por los beneficios obtenidos de los acuerdos realizados y la utilización de especulaciones, su clasificación y normalidad es la inclinación de las utilidades (Cárdenas, 2014).

La rentabilidad es la ventaja salarial comunicada en términos relativos o de tasas con respecto a alguna otra grandeza financiera, por ejemplo, el capital agregado aportado o las reservas de siniestros. Consideró las ideas de salario o ventaja comunicadas en términos directos, es decir, en

unidades relacionadas con el dinero, la ganancia se comunica en términos de tasas. Puede separar entre la ganancia monetaria y el beneficio relacionado con el dinero. **(Fernández, 2015)**

La rentabilidad el límite tiene un comentario suficiente beneficio o beneficio; Por ejemplo, una empresa es productiva cuando genera mayores ingresos que costos, un cliente es lucrativo cuando produce mayores ingresos que costos, un territorio o división comercial es beneficioso cuando produce mayores ingresos que costos. **(Desarrolla negocios, 2012).**

2.3.2. Definición de las Micro y Pequeñas Empresas:

LA MYPES es una unidad financiera constituida por un individuo característico y legítimo, bajo cualquier tipo de asociación o administración de empresas reflexionada en la presente ley, que espera crear ejercicios de cambio, generación, promoción de mercancías o arreglos de administraciones. **(Huamán, 2009).**

A MYPES es una pequeña organización, que practica una acción financiera todo el tiempo, ya que tiene un extremo de 6 trabajadores. **(Páginas Amarillas, 2010).**

2.3.3. Definición del Sector Comercio:

Es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una

cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero (**Pérez, 2012**).

III. Hipótesis

No todas las investigaciones se proponen hipótesis. La razón por la que se plantea o no una hipótesis depende de un factor fundamental: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son todas que plantean un alcance correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. Por lo anterior expuesto este presente trabajo de investigación no aplica. (**Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Batista Lucio, 2010**)

IV. Metodología

4.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación será no experimental-bibliográfico-documental y de caso. Fue no experimental porque no se manipuló ningún aspecto de las variables, cosas o personas, ya que la investigación solo se limitó a describir las variables en su contexto natural dado. No obstante, fue descriptivo porque solo se limitó a describir los aspectos más relevantes de las variables. Fue bibliográfico porque una parte de la investigación comprendió la revisión bibliográfica de los antecedentes oportunos en la investigación. Fue documental porque en la medida de lo posible se revisaron los documentos

pertinentes relacionados con la investigación. Y por último fue de caso, porque solo se limito a estudiar una sola empresa.

4.2 Población y muestra

La población de la investigación está constituida por todas las micro y pequeñas empresas del Perú.

4.3 Definición y operacionalización de la variable

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

| VARIABLE | DEFINICIÓN | INDICADOR | DIMENSIÓN | MEDICIÓN |
|--|---|--------------------------------|---|----------------------|
| La rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas | <p>Capacidad que tiene una empresa para poder generar los beneficios suficientes, en relación con sus ventas, activos o recursos propios, para ser considerada rentable.</p> <p>Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo</p> | Rentabilidad patrimonial | ¿Su empresa generó utilidad en el presente periodo? | SI (x) NO () |
| | | Rentabilidad sobre los activos | ¿La inversión que realizó en la adquisición de sus activos fue favorable para su empresa? | SI (x) NO () |
| | | Margen Bruto | ¿Obtuvo ganancias por cada venta que realizó en su empresa? | SI (x) NO () |

4.4 Técnica e instrumento

4.4.1 Técnica

Para el recojo de información de la parte bibliográfica se utilizará la técnica de revisión bibliográfica

4.4.2 Instrumento

Para el recojo de información de la parte bibliográfica se utilizará como instrumento las fichas bibliográficas

Para el recojo de información de la parte de la empresa caso de estudio se utilizó cuestionario.

4.5 Plan de análisis

Para cumplir con el objetivo específico 1 se hará una revisión exhaustiva de los antecedentes pertinentes los mismos que serán presentados en sus respectivos cuadros.

Para cumplir con el objetivo específico 2 se utilizará el cuestionario elaborado en base a preguntas relacionadas con las bases teóricas y antecedentes, el cual se aplicará al gerente general de la empresa del caso.

Para cumplir con el objetivo específico 3 se hará una comparación procurando; que esa comparación sea a través de aspectos comunes al objetivo 1 y 2.

4.6 Matriz de consistencia

Ver anexo 01

4.7 Principios éticos:

Según el Código de ética para la investigación. Uladech (2016, p. 3-4), Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH católica, menciona lo siguientes principios éticos:

- **Protección a las personas:** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **Justicia:** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

Integridad científica: La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso: En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. Resultados y análisis de resultado

5.1 Resultados

5.1.1 Según el objetivo específico 01

Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2016.

CUADRO 01

| Autores | Resultados |
|----------------------|---|
| Lindao (2018) | Se identificó sobre la rentabilidad en las MYPES, donde los gerentes consideran que una de ellas es que el precio de los productos ofrecidos presentan precios competitivos en el mercado, aplican un margen de ganancia promedio de 20% a 35%, además manifiestan que disponen de cartera de clientes, 68 utilizan publicidad a través de las redes sociales lo cual les permite no realizar costos de publicidad, consideran que se toma en cuenta para invertir en nuevos productos la demanda y sugerencias de sus cliente. |
| Campos (2016) | Respecto a sus resultados sobre la rentabilidad señala que: El 30% de los encuestados sustenta que la rentabilidad del negocio no ha incrementado, mientras el 70% restante manifiesta que la rentabilidad del negocio si ha incrementado. Esto nos quiere decir que los emprendedores afrontan serios problemas durante la permanencia de su negocio, por no contar con estrategias empresariales que les permita el crecimiento de su negocio. |

| | |
|------------------------|--|
| Alvarado (2018) | Señala respecto a las características del la rentabilidad de las MYPE obteniendo resultado de que el 100% de los microempresarios encuestados manifiestan, el 96% si ha mejorado la rentabilidad de las empresas por el financiamiento, mientras que el 4% no hubo una mejora adecuada para las empresas |
| Amez (2018) | Señala respecto al financiamiento, El 74% consideraron que la rentabilidad de la MYPE mejoró en los dos últimos años, y para el 26% de las empresas la rentabilidad no mejoró en los dos últimos años. |
| Acosta (2014) | Menciona respecto a la rentabilidad que El 100% de los microempresarios afirman que la rentabilidad si mejoró en su empresa en los últimos años. Esto a su vez nos lleva a la conclusión que las mypes están representadas por personas adultas quienes llevan el control de dichas empresas que les permite estar en actividad por más de cinco años en sector rubro compra ventas de ropa deportiva para damas y caballeros. |
| Sánchez (2013) | Señala que LAS MYPES en su mayoría tienen entre 1 a 5 años de existencia en el mercado chimbotano; la rentabilidad en el periodo 2010-2011 ha mejorado notablemente en la mayoría de las MYPES, La rentabilidad ha sido producto de fijar esfuerzos en la calidad del producto y servicio. |

Fuente: Elaboración propia basado en los antecedentes nacionales, regionales y locales

5.1.2 Según el objetivo específico 2

Describir las características de la rentabilidad de la empresa la “Servicios E Inversiones Generales M Y R S.R.L., 2016.

CUADRO 2

| PREGUNTAS | RESULTADOS | |
|--|------------|----|
| | SI | NO |
| 1.- ¿La rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años? | X | |
| 2.- ¿Considera que la rentabilidad es positiva? | X | |
| 3.- ¿La entidad tiene entre 1 a 5 años laborando en el mercado? | X | |
| 4.- ¿El volumen de ventas es clave para su utilidad? | X | |
| 5.- ¿Cree usted que el precio de sus productos, son competencia en el mercado? | X | |
| 6.- ¿La empresa cuenta con una liquidez eficaz para resolver algún imprevisto? | X | |
| 7.- ¿La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles? | X | |
| 8.- ¿Tiene conocimiento de los tipos de rentabilidad? | | |
| 9.- ¿Conoce la diferencia entre la rentabilidad financiera y rentabilidad económica? | | X |
| 10.- ¿La calidad cubre los deseos de su público objetivo? | X | |
| 11.- ¿Cree que la calidad en sus productos ha sido punto clave para maximizar la rentabilidad en su negocio? | X | |
| 12.- ¿Tiene algún dialogo con su público sobre calidad de su producto? | | X |
| 13.- ¿El personal desarrolla sus actividades por convicción? | X | |
| 14.- Durante los últimos años obtuvo un margen de ganancia promedio de 0% a 20% | | X |
| 15.- Durante los últimos años obtuvo un margen de ganancia promedio de 20% a 35% | X | |

Fuente: Elaboración propia aplicado al gerente de la empresa del caso de estudio según el cuestionario

5.1.3 Según el objetivo específico 03

Hacer un análisis comparativo de las características de la rentabilidad de las micro y Pequeñas empresas del sector comercio de Perú y de la empresa “Servicios E Inversiones Generales M Y R S.R.L. del sector comercial.

CUADRO 3

| Elementos de Comparación | Resultados O.E 1 | Resultado del O.E 2 | Resultados |
|--------------------------|--|---|---------------------|
| Rentabilidad | Se identificó sobre la rentabilidad en las MYPES, donde los gerentes consideran que una de ellas es que el precio de los productos ofrecidos presenta precios competitivos en el mercado, aplican un margen de ganancia promedio de 20% a 35%. Lindao (2018). | El margen aplicado de sus costos (margen de ganancia) es de 20% a 35% | Coinciden |
| | Respecto a sus resultados sobre la rentabilidad señala que: El 30% de los encuestados sustenta que la rentabilidad del negocio no ha incrementado, mientras el 70% restante manifiesta que la rentabilidad del negocio si ha incrementado. Esto nos quiere decir que | Afirma que la rentabilidad de su negocio es positiva, y que no tiene ningún problema por el momento | No coinciden |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | <p>los emprendedores afrontan serios problemas durante la permanencia de su negocio, por no contar con estrategias empresariales. Campos (2016)</p> <p>Señala respecto al financiamiento, El 74% consideraron que la rentabilidad de la MYPE mejoró en los dos últimos años, y para el 26% de las empresas la rentabilidad no mejoró en los dos últimos años. Amez (2018)</p> <p>Menciona respecto a la rentabilidad que El 100% de los microempresarios afirman que la rentabilidad si mejoró en su empresa en los últimos años. Acosta (2014)</p> <p>Señala que LAS MYPES en su mayoría tienen entre 1 a 5 años de existencia en el mercado chimbotano; La rentabilidad en el periodo 2010-2011</p> | <p>Indico que la rentabilidad ha mejorado estos últimos años.</p> <p>Señala que su negocio tiene 1 a 5 años en el mercado y que la calidad de sus productos ha sido punto clave para que la</p> | <p>Coinciden</p> <p>Coinciden</p> <p>Coinciden</p> |
|--|--|---|---|

| | | | |
|--|---|---------------------------|--|
| | ha mejorado notablemente en la mayoría de las MYPES, La rentabilidad ha sido producto de fijar esfuerzos en la calidad del producto y servicio. Sánchez (2013) | maximizar la rentabilidad | |
|--|---|---------------------------|--|

Fuente: Elaborada en base a los resultados del objetivo específico 01 y 02

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Según el objetivo específico 1:

Lindao (2018), Campos (2016), Alvarado (2018), Amez (2018), Acosta (2014), Sánchez (2013) determinan que la rentabilidad en las MYPES ha habido mejoras en las empresas ya que el importe de los productos ofrecidos presentan precios competitivos en el mercado con el fin de incrementar sus ingresos, además uno de los motivos de su crecimiento es que fijan sus esfuerzos en que sus productos y servicios sean de una buena calidad. Por otro lado los que no han tenido una buena rentabilidad no les permite un crecimiento en su negocio, esto se debe a que no cuentan con alguna estrategia empresarial.

5.2.2 Respecto al objetivo específico 02:

De las 13 preguntas realizadas al gerente, los resultados son los siguientes:

- La empresa ha mejorado su rentabilidad en los últimos años.
- El gerente manifiesta que su rentabilidad es muy positiva.
- El negocio tiene 5 años en el mercado.
- El gerente manifiesta que el volumen de ventas es clave para su utilidad.

- El gerente afirma que sus productos son competencia en el mercado.
- La empresa dispone con una liquidez eficaz para resolver un imprevisto.
- El gerente no cuenta con los conocimientos respecto a los tipos de rentabilidad, y a su vez sobre la rentabilidad financiera y económica.
- La empresa cuenta con productos de buena calidad para sus clientes.
- El gerente no posee dialogo con su público sobre la calidad de sus productos.
- El personal desarrolla sus actividades por convicción.

5.2.3 Respecto al objetivo específico 03:

Según los resultados encontrados en el objetivo específico 1 y en el caso de investigación (resultados del objetivo específico 2) referente a la rentabilidad de las mypes si coinciden, ya que la empresa cuenta con una buena rentabilidad ya que cuentan con liquidez en cualquier oportunidad necesaria, así mismo **(Desarrolla negocios, 2012)** establece que la rentabilidad en la empresa es productiva siempre y cuando se genera mayores ingresos que costos, un cliente es lucrativo cuando produce mayores ingresos que costos, un territorio o división comercial es beneficioso cuando produce mayores ingresos que costos.

VI. Conclusiones

6.1 Conclusiones

6.1.1 Respecto al Objetivo Específico 1:

Se finaliza que los autores nacionales, regionales y locales en sus trabajos de investigación se limitan a presentar los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas. De acuerdo a la revisión bibliográfica pertinente, la rentabilidad es un indicador que mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y el costo de ésta al mostrar que porcentaje del dinero invertido se ha ganado siempre y cuando se produzcan mayor ingreso que costos. También hubo mejoras en las empresas ya que el precio de los productos ofrecidos presenta precios competitivos en el mercado con el fin de incrementar sus ingresos.

6.1.2 Respecto al objetivo específico 02:

El cuestionario aplicado al Gerente de la empresa “Servicios E Inversiones Generales M y R S.R.L. la cual se ha evidenciado que la empresa ha mejorado durante los 5 años que tiene en el mercado; su rentabilidad es muy positiva manifestando que su volumen de ventas es clave para su utilidad y que dispone de una liquidez para poder resolver un imprevisto inmediatamente. Sin embargo, tiene puntos débiles; no posee dialogo sobre la calidad de sus productos, pero si fijan sus esfuerzos en la calidad de su productos y servicios, aun así, deben realizar estrategias empresariales para permitir el crecimiento de su negocio.

6.1.3 Respecto al objetivo específico 03:

Del análisis comparativo se llega a la conclusión que en la comparación del objetivo 01 y objetivo 02 ambos se complementan concluyendo que la rentabilidad es importante porque mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y los costos de ésta para mostrar el porcentaje de ganancia. Así mismo la calidad de sus productos y servicios ha sido punto clave para maximizar la rentabilidad.

6.2 Conclusión general

Según los resultados obtenidos de la empresa Servicios E Inversiones Generales M Y R S.R.L., nos indica que sus productos en el mercado con competitivos ya que poseen una buena calidad y servicio en sus productos. Entonces se podría tomar ventaja de ello para poder aumentar su margen de ganancias; siempre y cuando se mantenga competitivo en el mercado y buscando un equilibrio en donde se pueda aumentar las ganancias y sin minimizar su ventas.

También en el caso de estudio se menciona que la empresa no toma en cuenta la opinión sobre la calidad de sus productos por parte del público. Se debe entonces escuchar las opiniones de los usuarios ya que, si analizamos son el punto clave para la rentabilidad en el negocio mediante las compras. Para la obtener estas opiniones se podría realizar estrategias como: Opiniones mediante la página web de la empresa, buzones de opiniones y sugerencias, redes sociales, etc.

VI. Aspectos complementarios

7.1 Referencias bibliográficas

Acosta, F. (2017). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de ropa deportiva para damas y caballeros del distrito de Chimbote, 2014*. Perú, Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Agreda, H. (2016). *EL FINANCIAMIENTO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DEL PERÚ: CASO EMPRESA DE SERVICIOS DANIEL EIRL DE CHIMBOTE, 2013*. Perú, Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Carriedo, (2017). *Pymes mexicanas y su estrategia para 2017*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-y-su-estrategia-para-2017/>

Cárdenas, D. (2014), *conceptualiza la “Rentabilidad”*: [Extraído el 08 de Enero de 2016] en: <https://prezi.com/y0jabdo2821q/analisis-de-la-rentabilidad>.

Chavez, R (2016) *CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO, CAPACITACION Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERIAS DISTRITO DE TUMBES, 2016*. Perú, Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Centuiron, M & Reneiro, Z. (2016). *La formalización, financiamiento, capacitación, competitividad y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas, Chimbote, 2010-2013*. Tesis recuperado de: http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ADCH_e6f33e5e6490fe0f2115a2bb4fb42bf7

Crece Negocios (2012), conceptualiza “La Rentabilidad”. [Extraído el 18 de Enero de 2016] en: <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>

Escobar , M. (2013). *Jerarquización de Factores que inciden en la rentabilidad de las PYMES en Ecuador*. Ecuador, Quito: Universidad San Francisco De Quito.

Fatama, F. (2016). “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Punchana, 2016*”. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1187/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_FATAMA_SALDANA_JOSE_ESTEBAN.pdf?sequence=1

Fernández, J. (2015), define a la “Rentabilidad”. [Extraído el 18 de Enero de 2016] en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>

García, J., & Hernández, M. (2001). *Servicios de Desarrollo Empresarial: ¿El por qué de su poca demanda?* , Obtenido de: <http://www.cies.org.pe/node/887>

García, S. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, del distrito de Callería, periodo 2016*. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/518/FINANCIAMIENTO_GARCIA_SOTO_MARILYN.pdf?sequence=4

Gitman, L. (1992). *Fundamentos de Administración Financiera*, México: editorial Harla S.A

Guerrero, G. (2008). *Análisis de las Estrategias de las MiPyMes que inciden en el Crecimiento, Financiamiento y Rentabilidad de la Industria de la Construcción en el Estado de Durango*. Recuperado de: <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/M15P08.pdf>

Hernandez S, Fernandez C, & Batista L. (2010). Metodología de la investigación.

Obtenido de Metodología de la investigación:

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hoz. P. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*. Medellín: Centro Editorial Esumer

Huamán, J. (2009), *define a la “MYPES”*. [Extraído el 08 de Enero de 2016] en:
<http://www.gestiopolis.com/las-MYPES-en-el-peru/>

Lastra, E. (2010), indagó sobre *“Lo que debe hacerse en el Mundo de las MYPES”*.
[Extraído el 17 de Enero de 2016] disponible en:
<http://www.mundoMYPES.com/pages/articulo.php?id=470>.

León, S. (2011), *nos da a conocer el “Art.2 de la ley 28015 (2003) las MYPES”*.
[Extraído el 17 de Enero de 2016] disponible en:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Teoria-De-Las-MYPES/1967589.html>

Mauricio, I. (2013). *Las pymes ganan la batalla de la rentabilidad a las grandes empresas en los fondos de inversión*. Recuperado de:
https://www.elconfidencial.com/economia/2013-05-04/las-pymes-ganan-la-batalla-de-la-rentabilidad-a-las-grandes-empresas-en-los-fondos-de-inversion_426224/

Orazena, A. (2011). *Importancia de la rentabilidad*. Recuperado:
<http://intelligentbiz.blogspot.pe/2010/07/la-importancia-de-la-rentabilidad.html>

Páginas Amarillas, (2010), *define a la “MYPES”*. [Extraído el 20 de Enero de 2016]
disponible en: <http://www.pac.com.ve/contenido/oficina-y-comercio/ique-esuna-microempresa/6357/88>

Santana, A. (2016). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro ferretería del centro comercial Nicolini (pasajes 1-10) distrito de cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, año 2015*. Perú, Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Sánchez, J. (2002). *Tipos de Rentabilidad*. Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Tanaka, E. (2005). *Análisis de estados financieros para la toma de decisiones*. Fondo: Editorial, Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Teórico Accidental (2011), indagó “Conociendo las MYPES en el Perú”. [Extraído el 17 de Enero de 2016] disponible en: <https://niefcz.wordpress.com/2011/08/23/conociendo-a-las-MYPES-en-elperu/>

Quezada, T. (2012), *explica las “Ventajas y desventajas MYPES”*. [Extraído el 17 de Enero de 2016] disponible en: <http://microempresaupe2012.blogspot.pe/2012/11/ventajas-y-desventajas.html>

Ruiz, R (2015). “*CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE ABARROTÉS DEL MERCADO*”

MODELO DE SULLANA – AÑO 2015". Perú, Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Uladech. (2016). *Código De Ética Para La Investigación*. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH, Chimbote, Perú: Universidad católica los Ángeles de Chimbote.

7.2 ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia.

| TITULO | ENUNCIADO DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLE | METODOLOGÍA |
|---|--|---|---------------------|---|
| <p>Caracterización de la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio del Perú: Caso Empresa: “Servicios e Inversiones Generales M, y R SRL” de Chimbote, 2016</p> | <p>¿Cuáles son las características de la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio en el Perú: Caso Empresa: “Servicios e inversiones generales M, y R SRL” de Chimbote, 2016?</p> | <p>OBJETIVO GENERAL.</p> <p>Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa Servicios e inversiones generales M Y R S.R.L.de Chimbote, 2016.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS.</p> <p>1.- Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en el Perú.</p> <p>2.- Describir las características de la rentabilidad en la empresa “Servicios e Inversiones Generales M Y R S.R.L” de Chimbote, 2016.</p> <p>3.- Hacer un análisis comparativo de las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Servicios e Inversiones Generales M y R S.R.L” de Chimbote, 2016.</p> | <p>Rentabilidad</p> | <p>1. El tipo de investigación. Descriptivo</p> <p>2. Nivel de investigación. cualitativo</p> <p>3. Diseño de Investigación. No experimental, bibliográfico y documental.</p> <p>4. Población y Muestra. Población: Constituida por todas las empresas comerciales de venta de ropa. Muestra: Se toma como muestra a la empresa de venta de ropa “Servicios e Inversiones Generales M, y R SRL”</p> |

Anexo 02: Modelos de fichas bibliográficas

| |
|----------------------------------|
| FICHA BIBLIOGRAFICA |
| AUTOR: |
| TITULO DEL LIBRO: |
| TITULO DE LA TESIS: |
| LUGAR Y FECHA DE EDICION: |
| NUMERO DE PAGINA (AS): |
| PAGINA WEB: |
| RESUMEN: |

| | |
|---|---------------------|
| Autor/a: _____ | Editorial: _____ |
| Título: _____ | Ciudad, país: _____ |
| Año: _____ | |
| Resumen del contenido: _____ _____ _____ _____ _____ | |
| Numero de edición o impresión: _____ | |
| Traductor: _____ | |

Anexo 03: Cronograma de actividades

| ETAPAS | FECHA DE INICIO | FECHA DE TERMINO |
|--|------------------------|-------------------------|
| Revisión de los aspectos preliminares del informe final | 08/04/2019 | 14/04/2019 |
| Revisión de literatura | 15/04/2019 | 21/04/2019 |
| Revisión de la literatura | 22/ 04/2019 | 28/ 04/2019 |
| Metodología | 29/04/2019 | 05/05/2019 |
| Metodología | 06/05/2019 | 12/05/2019 |
| Resultados de la investigación | 13/05/2019 | 19/05/2019 |
| Resultados de la investigación | 20/05/2019 | 26/05/2019 |
| Redacción del informe final | 27/05/2019 | 02/06/2019 |
| Revisión del informe final y elaboración de acta de aprobación | 03/06/2019 | 09/06/2019 |
| Sustentación | 10/06/2019 | 16/06/2019 |
| 2° Revisión del informe final | 17/ 06/2019 | 23/06/2019 |
| Sustentación y elaboración del acta de sustentación | 24/06/2019 | 30/06/2019 |
| Sustentación del informe final | 01/07/2019 | 07/07/2019 |
| Publicaciones de promedios | 08/07/2019 | 14/07/2019 |

Anexo 04: Presupuesto

| Presupuesto desembolsable (Estudiante) | | | |
|---|-------------|------------|--------------|
| Categoría | Base | núm | Total |
| Suministros | | | |
| • Impresiones | 30.00 | 2 | 60.00 |
| • Fotocopias | 10.00 | 1 | 10.00 |
| • Empastado | 15.00 | 2 | 30.00 |
| • Papel bond A-4 (500 hojas) | | | |
| • Lapiceros | 2.50 | 3 | 7.50 |
| Servicios | | | |
| • Uso de Turnitin | 50.00 | 2 | 100.00 |
| Sub total | | | 192.50 |
| Gastos de viaje | | | |
| • Pasajes para recolectar información | 5.00 | 2 | 10.00 |
| Sub total | | | 10.00 |
| Total de Presupuesto desembolsable | | | 217.50 |
| Presupuesto no desembolsable (Universidad) | | | |
| Categoría | Base | núm | Total |
| Servicios | | | |
| • Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD) | 30.00 | 4 | 120.00 |
| • Búsqueda de información en base de datos | 35.00 | 2 | 70.00 |
| • Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC) | 40.00 | 4 | 160.00 |
| • Publicación de artículo en repositorio | 50.00 | 1 | 50.00 |
| Sub total | | | 400.00 |
| Recurso humano | | | |
| • Asesoría personalizada (5 horas por semana) | 63.00 | 4 | 252.00 |
| Sub total | | | 252.00 |
| Total de presupuesto no desembolsable | | | 652 |
| Total (S/.) | | | 869.50 |

Anexo 05: Cuestionario de recojo de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

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

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: CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA “SERVICIOS E INVERSIONES GENERALES M Y R S.R.L.”- CHIMBOTE, 2016

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

| PREGUNTAS | RESULTADOS | |
|--|------------|----|
| | SI | NO |
| 1.- ¿La rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años? | | |
| 2.- ¿Considera que la rentabilidad es positiva? | | |
| 3.- ¿La entidad tiene entre 1 a 5 años laborando en el mercado? | | |
| 4.- ¿El volumen de ventas es clave para su utilidad? | | |
| 5.- ¿Cree usted que el precio de sus productos, son competencia en el mercado? | | |

| | | |
|--|--|--|
| 6.- ¿La empresa cuenta con una liquidez eficaz para resolver algún imprevisto? | | |
| 7.- ¿La empresa, cuenta con una cartera de clientes fieles? | | |
| 8.- ¿Tiene conocimiento de los tipos de rentabilidad? | | |
| 9.- ¿Conoce la diferencia entre la rentabilidad financiera y rentabilidad económica? | | |
| 10.- ¿La calidad cubre los deseos de su público objetivo? | | |
| 11.- ¿Cree que la calidad en sus productos ha sido punto clave para maximizar la rentabilidad en su negocio? | | |
| 12.- ¿Tiene algún dialogo con su público sobre calidad de su producto? | | |
| 13.- ¿El personal desarrolla sus actividades por convicción? | | |
| 14.- Durante los últimos años obtuvo un margen de ganancia promedio de 0% a 20% | | |
| 15.- Durante los últimos años obtuvo un margen de ganancia promedio de 20% a 35% | | |