



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
RENTABILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIAL
“MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” - HUARAZ, 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

MEJIA SILVA, JULIO CESAR

ORCID: 0000-0002-1238-5679

ASESOR

VASQUEZ PACHECO, FERNANDO

ORCID: 0000-0002-4217-1217

CHIMBOTE – PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA N° 0318-064-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **13:30** horas del día **25** de **Agosto** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **CONTABILIDAD**, conformado por:

ESPEJO CHACON LUIS FERNANDO Presidente
MONTANO BARBUDA JULIO JAVIER Miembro
SOTO MEDINA MARIO WILMAR Miembro
Mgr. VASQUEZ PACHECO FERNANDO Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIAL "MARKET PLAZA LUCY S.R.L." - HUARAZ, 2023**

Presentada Por :
(1203171388) **MEJIA SILVA JULIO CESAR**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Contador Público**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

ESPEJO CHACON LUIS FERNANDO
Presidente

MONTANO BARBUDA JULIO JAVIER
Miembro

SOTO MEDINA MARIO WILMAR
Miembro

Mgr. VASQUEZ PACHECO FERNANDO
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIAL "MARKET PLAZA LUCY S.R.L."- HUARAZ, 2023 Del (de la) estudiante MEJIA SILVA JULIO CESAR, asesorado por VASQUEZ PACHECO FERNANDO se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 5% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 05 de Abril del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A mi madre, padre y hermanas (o), a quienes debo la vida y sus consejos imperecederos dentro del contexto de la ética y valores morales y su apoyo incondicional en el proceso de mi formación profesional.

A mis docentes, por su paciencia ya que me enseñaron los retos de mi carrera profesional, me guiaron hacer una profesional eficiente y responsable y me aconsejaron a ser mejor cada día, fueron muy importantes para mi formación profesional. A todos ellos mil gracias eternas que me ayudaron para lograr mi meta y llegar a ser contador público.

Agradecimiento

A Dios, por su provisión en la elaboración del presente informe de tesis, por ser mi fortaleza, mi redentor y mi guía en todo tiempo.

A mi Familia, Celia, Julio, Junior, Miguel, Vanessa y Ariadna, por el apoyo que me brindaron en todo momento, ya que gracias a ellos he podido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis docentes de tesis, quienes me dieron las pautas y estructuras necesarias para que mi tesis pueda ser eficiente y razonable, aportando con su experiencia profesional el asesoramiento indicado en mi tesis.

Índice de contenido

Carátula	I
Acta de Sustentación	II
Constancia de Originalidad	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice de contenido	VI
Lista de matrices y tablas	IX
Resumen	X
Abstract	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
II. MARCO TEÓRICO	16
2.1 Antecedentes:	16
2.1.1 Internacionales.....	16
2.1.2 Nacionales	17
2.1.3 Regionales	19
2.1.4 Locales	21
2.2 Bases teóricas:	22
2.2.1 Teoría del financiamiento	22
2.2.2 Teoría de la rentabilidad.....	30

2.2.3 Teoría de la empresa	35
2.2.4 Teoría de las MYPE.....	37
2.2.5 Teoría de los sectores productivos.....	39
2.2.6 Descripción de la empresa del caso de estudio	39
2.3 Marco conceptual:	40
2.3.1 Definiciones de financiamiento	40
2.3.2 Definiciones de rentabilidad.....	40
2.3.3 Definiciones de empresa	41
2.3.4 Definiciones de MYPE.....	41
2.3.5 Definiciones de los sectores productivos	41
2.3.6 Definiciones del sector comercio	42
2.4 Hipótesis	42
III. METODOLOGÍA.....	43
3.1 Tipo,nivel y diseño de investigación.....	43
3.2 Población y muestra	43
3.3 Definición conceptual y operacionalización de variables	44
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	48
3.5 Método de análisis de datos.....	48
3.6 Aspectos éticos	49

IV. RESULTADOS	50
4.1 Respecto al objetivo específico 1:.....	50
4.2 Respecto al objetivo específico 2:.....	51
4.3 Respecto al objetivo específico 3:.....	52
4.4 Respecto al objetivo específico 4:.....	53
V. DISCUSION	55
5.1 Respecto al objetivo específico 1:.....	55
5.2 Respecto al objetivo específico 2:.....	55
5.3 Respecto al objetivo específico 3:.....	56
5.4 Respecto al objetivo específico 4:.....	56
VI. CONCLUSIONES	58
6.1 Respecto al objetivo específico1:	58
6.2 Respecto al objetivo específico 2:	58
6.3 Respecto al objetivo específico 3:	58
6.4 Respecto al objetivo específico 4:	59
6.5 Respecto al objetivo general:.....	59
VII. RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS:.....	69

Anexo 01. Matriz de consistencia lógica.....	69
Anexo 02. Instrumento de recolección de información	70
Anexo 03. Validez del instrumento.....	74
Anexo 04. Formato de Consentimiento Informado	78
Anexo 05. Consulta Ruc.....	79
Anexo 06. Solicitud para Validacion de instrumento	80
Anexo 07. Matriz de validacion firmado por el experto	81

Lista de matrices y tablas

Matriz 1: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 1.....	44
Matriz 2: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 2:.....	45
Matriz 3: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 3.....	46
Matriz 4: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 4.....	47
Tabla 1: Resultados del objetivo específico 1:.....	50
Tabla 2: Resultados del objetivo específico 2:.....	51
Tabla 3: Resultados del objetivo específico 3:.....	52
Tabla 4: Resultados del objetivo específico 4:.....	53

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Identificar y describir las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023. El diseño que se utilizó en la investigación fue: No experimental- descriptivo-documental y de caso; la técnica utilizada para el recojo de información fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado de preguntas cerradas y abiertas pertinentes; obteniendo como resultados: **Respecto al objetivo específico 1:** La representante legal es del sexo femenino, con edad de 42 años, su estado civil casado, el grado de instrucción universitario completa y de profesión ingeniería de sistemas. **Respecto al objetivo específico 2:** El perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, es una empresa formal, registrada en la SUNAT con el RUC 20602578357, inicio sus actividades económicas el 27/10/2017. **Respecto al objetivo específico 3:** La empresa se financio con créditos privados, su financiamiento fue a un corto plazo, pensando que a mejor calidad de servicio su empresa obtendrá mayores ganancias. **Respecto al objetivo específico 4:** En los últimos años la rentabilidad de la empresa ha ido en aumento. Finalmente, se concluye que, se llegó a identificar y describir las características del perfil del representante legal de la empresa, el perfil de la empresa estudiada, el financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”

Palabras clave: financiamiento, pequeña empresa, rentabilidad.

Abstract

The present investigation had as general objective: Identify and describe the characteristics of financing and profitability of the small commercial company "MARKET PLAZA LUCY S.R.L." de Huaraz, 2023. The design used in the research was: Non-experimental-descriptive-documentary and case; the technique used to collect information was the survey and the instrument was a structured questionnaire with closed and open relevant questions; Obtaining as results: Regarding the specific objective 1: The legal representative is female, aged 42 years, her marital status is married, the degree of complete university education and the systems engineering profession. Regarding specific objective 2: The profile of the small commercial company "MARKET PLAZA LUCY S.R.L.", is a formal company, registered in SUNAT with RUC 20602578357, started its economic activities on 10/27/2017. Regarding specific objective 3: The company was financed with private loans, its financing was short-term, thinking that the better the quality of service your company will obtain higher profits. Regarding specific objective 4: In recent years the profitability of the company has been increasing. Finally, it is concluded that, it was possible to identify and describe the characteristics of the profile of the legal representative of the company, the profile of the company studied, the financing and profitability of the small commercial company "MARKET PLAZA LUCY S.R.L."

Keywords: financing, small business, profitability.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Europa, en el 2014 se crea el programa COSME , que según la (Consejería de economía y hacienda, 2019) busca el fortalecimiento de la sostenibilidad y competitividad de las Pequeñas y Micro empresas (MYPE) , así como también de las Medianas Empresas (MES), dicho programa presta apoyo a las empresas de la siguiente manera: facilitando acceso a su financiamiento, acceso a los mercados internacionales, entorno favorable de competitividad y una cultura de emprendimiento, gracias al acuerdo entre la Comisión Europea y el Fondo Europeo de inversiones, la cual ofrece a las MYPES un mejor acceso al financiamiento en sus distintas fases de su ciclo de vida empresarial, que incluye desde su creación, ampliación o transmisión de empresas, mediante el uso de inversiones de capital a través de mecanismos de garantía de préstamos (instituciones bancarias que proporcionan préstamos y arrendamientos) y mecanismos de capital para el crecimiento (proporciona capital de riesgo).

A nivel internacional según LA ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE, 2019) las MYPE dentro de América Latina representan el 99,5% de la totalidad de empresas, que proporcionan empleo productivo formal en un 60%, siendo los principales motores del crecimiento económico regional y de integración social; sin embargo, las MYPE en América Latina se enfrentan con un gran porcentaje de informalidad en un 60% y con una brecha de productividad a diferencia de las grandes empresas.

En América Latina y el Caribe (ALC), las MYPE representan un 99,5% de las empresas, el 60% de generadores de empleo y el 25% del producto interno bruto (PIB); sin embargo, las MYPE ha tenido grandes dificultades para acceder a créditos incluso antes de la pandemia por la COVID-19, pues carecen de fuentes de financiamiento alternativas que van más allá del sector bancario formal, pues los bancos tienden a restablecer sus tasas de capital a largo plazo con prestamos o líneas de crédito que se encuentran comprendidas entre el 54,9 % y el 47,2% de tasa anual, puesto que las MYPE tienen características que impiden su acceso al financiamiento, las cuales se identifican

como: la falta de inmueble físico, falta de empresa solidaria o garante, la baja calificación crediticia y la baja formalización. (Herrera, 2020)

Durante el 2020, el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA (INEI, 2020), reporto que el sector privado está conformado principalmente por MYPE, que antes de la pandemia por la COVID-19 mantenían su participación en un 91% como principales empleadores y generadores de ingresos en la economía peruana, la cual cambio durante el 2020 porque se vieron afectados por la pandemia, donde el 39% de empleadores MYPE contaban con un producto financiero formal y el 20 % empleaba con ahorro informal. Dentro de los productos formales, el 37% tenían cuentas de ahorro, el 8% contaba con producto de crédito, el 2 % tenía cuentas a plazo fijo y solo el 1% contaba con cuentas corrientes, por lo cual se observó un aumento en la inclusión financiera de las MYPE respecto al año 2019, dichas cifras generan un bajo ingreso en el sistema financiero y aumento de la informalidad en un 85%.

Así mismo , según el Ministerio de la Producción, manifiesta que el tiempo de vida de las MYPE son entre 6 a 7 años, a diferencias de empresas medianas que alcanzan los 13 años, esto debido a muchas causas como son: la carga tributaria, de negocio, laboral y sobre todo el acceso al financiamiento que en muchos casos se deben a las tasas de interés elevadas por parte de bancas tradicionales que ofrecen tasas anuales de 31, 25% para las microempresas y el 18,13% para las pequeñas empresas, que incluso llegan a una tasa anual del 65,10%. (Lozano, 2020)

En la actualidad las MYPE en Ancash, la cual se describe en muchos estudios de investigación, refiriendo que poseen una organización deficiente en cuanto a aspectos económicos, administrativos y financieros que impiden el desarrollo de asociaciones de tipo gremial y empresarial, además que existe escasa capacitación de las MYPE, la cual genera limitantes que no permite lograr alcanzar la competitividad y su desarrollo empresarial.

En la localidad de Huaraz un estudio de (Blas , 2022) muestra que el financiamiento son en su mayoría de recursos propios y algunas veces de financiamientos

bancarios, que respecto a su rentabilidad consideran que mejor con los prestamos obtenidos, así mismo en el estudio de (Yaringaño, 2019), que refiere que las MYPE que las opciones de financiamiento son los proveedores y los créditos bancarios, que proponen que las entidades financieras deberían pedir pocos requisitos, en cuanto a la rentabilidad las MYPE no llevan correctamente sus inventarios y no poseen la adecuada tecnología para el control de sus ingresos y gastos respectivamente.

Por último, de acuerdo a la literatura revisada sobre la problemática de financiamiento y rentabilidad , se propuso investigar a la empresa “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, puesto que aún no ha sido investigada, por lo cual no se conoce las características de la empresa, por tal motivo, se evidencia un vacío en el conocimiento, que busca ser resuelto con la siguiente interrogante :**¿Cuáles son las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023?**

Para dar respuesta al enunciado del problema, se planteó como objetivo general:

Identificar y describir las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Para conseguir el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- 1. Identificar y describir el perfil del gerente y/o representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.**
- 2. Identificar y describir el perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.**
- 3. Identificar y describir las características del financiamiento de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.**
- 4. Identificar y describir las características de la rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.**

La presente investigación se realizó con la finalidad de establecer los conocimientos teóricos sobre las características de financiamiento y rentabilidad de las MYPE de la empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, para

conseguir de tal manera nuevos conceptos y análisis de resultados que serán importantes para el desarrollo de nuevas investigaciones.

De este mismo modo, se justifica la investigación porque las MYPE son importantes dentro de la economía peruana y el desarrollo de la sociedad, por tal motivo la investigación reúne las características suficientes que logran asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas dentro del financiamiento y rentabilidad.

También, la investigación se justifica de manera metodológica pues el diseño de la investigación fue descriptivo simple, no experimental y transversal, la cual estuvo constituida por el representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” y la técnica que se uso fue la encuesta, donde la información se obtuvo por medio del cuestionario, por lo cual servirá de apoyo para nuevos investigadores que deseen dar un aporte en otras áreas empresariales aplicando el método de estudio.

La investigación también se justifica de manera práctica, pues pondrá en evidencia los resultados reales acerca del financiamiento y rentabilidad de la empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L”, dando un aporte para resolver el problema y proporcionar nuevas estrategias que servirán para mejorar el desempeño empresarial de las MYPE dentro de la localidad.

Asimismo, la investigación se justifica porque dará un aporte a la sociedad, los empresarios que tenga tiempo en el mercado o a nuevos empresarios que no conocen sobre la importancia del financiamiento y rentabilidad, para que sus empresas se desarrollen y crezcan, lo que permitirá generar más empleo para la población y la economía familiar.

Por último, será útil personalmente, porque mediante su elaboración, ejecución, sustentación y aprobación permitirá obtener el título de CONTADOR PÚBLICO, que será un gran aporte a la comunidad universitaria y sobre todo a la escuela profesional de contabilidad, para que los nuevos profesionales cumplan con los mismos estándares y exigencias, que enmarca la elaboración de una tesis con la finalidad de la obtención del título profesional de acuerdo a las normas establecidas por la propia universidad.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes:

2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entendió como antecedentes internacionales a toda investigación realizada por otros investigadores en otros países del mundo, menos Perú: que hayan utilizado las variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Artero& Salinas (2018) en su tesis denominada: Planeación estratégica de inversión y financiamiento en la creación de valor de las MYPE del sector ferretero en el municipio de Ahuachapán. Universidad de El Salvador, Santa Ana. El Salvador. Tuvo como objetivo específico 2: Evaluar el financiamiento y las estrategias de inversión en el proceso de creación de las MYPE, siendo el tipo de investigación descriptivo y de diseño metodológico no experimental transaccional, se aplicó como instrumento de recolección de datos un cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: El 25% cuentan con estados financieros, el 41,3% recurrió a capital externo para dar inicio a su negocio, cerca del 16,7% identificaron sus ventas proyectadas; a su vez, se conoció que ningún empresario cuenta con razones financieras, ni costo de oportunidad; de igual manera, se logró conocer que el 16,7% señaló que el efectivo disponible diario no llega a cubrir el pago de sus gastos, el 41,7% manifestó que las tasas del sistema financiero son elevadas, el 50% indico que se les solicitó requisitos excesivos y el 8,33% señalo que no satisfacen las necesidades, por tal motivo el 83,3% afirmaron que perdieron la posibilidad de obtener mayores utilidades por no contar con un buen financiamiento.

Castillo (2018) en su tesis denominada: Financiamiento y desempeño financiero en las empresas del sector de actividades de alojamiento y de servicios en Ecuador entre el periodo 2012-2016. Ecuador. Tuvo como objetivo específico 3: describir la relación entre la estructura de capital y la rentabilidad de los sectores de alojamiento y de servicios de comidas; la investigación fue de tipo correlacional y de regresión múltiple, se recolecto la información mediante fichas bibliográficas, obteniendo los siguientes resultados: la rentabilidad financiera y económica están relacionada positivamente con la deuda total.

Gordillo & Ramon (2019) en su tesis denominada: Análisis de la rentabilidad y endeudamiento de las sociedades del sector de la fabricación de muebles de Ecuador del 2017. Ecuador. Tuvo como objetivo específico 2: Analizar la gestión financiera de rentabilidad y endeudamiento del sector de Muebles del Ecuador, el tipo de investigación fue de tipo cualitativo, se aplicó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: La rentabilidad y el endeudamiento del sector de muebles de Ecuador, donde las empresas presentan perdidas desde el segundo año de análisis principalmente en el año 2016, esto debido a la disminución de sus ventas generando menores ingresos, lo que conlleva a que las empresas tengan un mayor número de endeudamiento y se financien de recursos de terceros, aumentando de tal manera mayor proporción de pasivos a corto plazo. Se concluye que las empresas que laboran en dicha localidad presentan índices superiores de utilidad neta y de endeudamiento.

Suarez (2020) en su tesis denominada: Estudio correlacional entre financiamiento y rentabilidad para empresas inmobiliarias del Ecuador entre el 2012 al 2017. Ecuador. Tuvo como objetivo específico 1: Análisis de la correlación entre el financiamiento y rentabilidad generada por las empresas inmobiliarias en Ecuador, tipo de investigación cuantitativa, descriptivo, correlacional y diseño no experimental, se aplicó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: Correlaciones positivas de rentabilidad operacional del patrimonio, rentabilidad financiera entre las tres ratios de endeudamiento evaluados (EA, E, A), así mismo correlaciones negativas entre ROA y los indicadores de endeudamiento (EA, EP, A), siendo ambas tenues con poca fuerza. Se concluye que existe relación directa entre los indicadores de endeudamiento y rentabilidad, donde el aumento de endeudamiento genera aumento de la rentabilidad de los accionistas, lo contrario sucede con el activo donde el aumento del endeudamiento genera menor rentabilidad del activo.

2.1.2 Nacionales

En esta investigación se entendió como antecedentes nacionales a toda investigación realizada por otros investigadores en cualquier ciudad del Perú, menos en cualquier ciudad de la región Ancash, que hayan utilizado las variables y unidades de análisis de nuestra

investigación.

Saavedra (2018) en su investigación denominada: Caracterización del financiamiento de las MYPE del sector comercio del Perú: caso Empresa Importaciones JFA S.R.L, 2017. Tingo María. Tuvo como objetivo específico 1: Determinar y describir el financiamiento de la empresa JFA S.R.L, tipo de estudio descriptivo, documental, bibliográfico y de caso con un diseño no experimental, se aplicó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: La empresa de Importaciones JFA S.R.L estuvo financiada por la financiera CREDISCOTIA. Se concluyó que la empresa JFA S.R.L obtuvo el préstamo con una tasa de interés alta a corto plazo, por lo que se decidió utilizar como capital de trabajo.

Barba (2018) en su tesis denominada: Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del Perú: caso Ferretería Antro E.I.R.L, 2017. Barranca. Tuvo como objetivo específico 1: Describir el financiamiento y rentabilidad de la empresa ANRO E.I.R.L, el diseño fue no experimental, documental y bibliográfico, se recolecto la información mediante fichas bibliográficas. Se concluye que se encontró trabajos donde se mostró datos de importantes financiamientos y rentabilidad de las MYPES en el sector ferretero del Perú, donde se establece que no tienen accesos a los créditos otorgados por las entidades bancarias, pero sí de entidades financieras; la empresa ANRO E.I.R.L en sus inicios del 2017 no contaban con créditos financieros por no contar con activos que puedan respaldar dichos créditos, pero con el tiempo y el aumento de la rentabilidad se le proporcionó el acceso al financiamiento; por último, las empresas ferreteras a nivel nacional, necesitan de un financiamiento que les pueda permitir progresar como entidad comercial, puesto que las entidades financieras otorgan créditos financieros a una tasa de interés alta.

Lapa (2019) en su tesis denominada: Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector comercio Perú: WEKO E.I.R.L del año 2018. Ayacucho. Tuvo como objetivo específico 2: Describir el financiamiento y rentabilidad de las MYPE y de la empresa WEKO E.I.R.L, tipo de estudio no experimental, descriptivo, documental y bibliográfico, se utilizó como instrumento de recolección de datos fichas bibliográficas. Los

resultados que se obtuvo fueron: La empresa WEKO E.I.R.L está financiado mayormente por una entidad no bancaria y por fuentes de terceros, lo que genera facilidad y rapidez para incidir en su rentabilidad que dio paso a su crecimiento sostenido; así mismo; la empresa tuvo 23 créditos financieros en los últimos tres años lo que ha podido contribuir a su desarrollo y crecimiento de la empresa rentable.

Rojas (2019) en su investigación denominada: Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector comercio del rubro de ferreterías del año 2018. Rupa Rupa. Tuvo como objetivo específico 3: Describir el financiamiento y rentabilidad de las MYPE del rubro de ferreterías, tipo de estudio, documental, bibliográfico y de caso, se utilizó como instrumento de recolección de datos fichas bibliográficas y un cuestionario. Se concluye que las empresas cuentan con dos tipos de financiamiento: autofinanciamiento y financiamiento externo de proviene de entidades no bancarias, permitiendo invertir más en el capital de trabajo y ampliación de sus locales lo que les va a permitir a tener mayores ingresos y crecimiento empresarial.

Medina (2019) en su investigación denominada: Caracterización del financiamiento de las MYPE comerciales del Perú: Empresa Ramírez BOUBY SAC y propuesta de mejora del año 2017. Talara. Tuvo como objetivo específico 2: Determinar y describir el financiamiento de la empresa Ramírez BOUBY SAC. Tipo de estudio descriptivo no experimental y de diseño cuantitativo, se aplicó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Se concluyo que la empresa Ramírez BOUBY SAC, a sus inicios tuvo recursos propios y a medida que lograron posicionarse llegaron generar mayor rentabilidad por tal motivo recurrieron al financiamiento bancario y no bancario.

2.1.3 Regionales

En esta investigación se entendió como antecedentes regionales a toda investigación realizada por otros investigadores en cualquier ciudad de la región Áncash, menos en cualquier ciudad de la provincia de Huaraz, que hayan utilizado las variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Castro (2018) en su tesis denominada: Características del financiamiento de las MYPE del sector comercio de Perú: Empresa “Grupo Olicruz” del año 2015. Chimbote. Tuvo como objetivo específico 2: Describir las características del financiamiento de la empresa “Grupo Olicruz”, tipo de estudio documental, bibliográfica y de caso, se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario y fichas bibliográficas. Los resultados que se obtuvo fueron: El 100% de las MYPE requirió financiamiento de las entidades no bancarias y el 67% solicitaron financiamiento a corto plazo, el 100% del financiamiento obtenido lo invirtió en capital de trabajo y por último el 63% de las MYPE fueron autofinanciables. Se concluye que las MYPE en el Perú van en aumento y así mismo carecen de cultura crediticia, que traen consecuencias en la competitividad y las inversiones creando carencia en la fuerza laboral.

Arrascue (2018) en su tesis denominada: Características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del Perú: Empresa ferretera Kevin E.I.R.L del año 2016. Chimbote. Tuvo como objetivo específico 2: Describir el financiamiento y rentabilidad de la empresa Kevin E.I.R.L, tipo de estudio descriptivo, no experimental, documental, bibliográfico y de caso, el instrumento de recolección de datos fue mediante fichas bibliográficas. Los resultados que se obtuvo fueron: Se encontró que las MYPE dentro de ese sector el acceso a las entidades bancarias es escasa, pero si por entidades financieras, en cuanto a la empresa Kevin E.I.R.L en sus inicios no contaba con créditos financieros por no contar con activos que puedan respaldar dichos créditos, pero al pasar los años y aumentar su rentabilidad, se le proporciono el acceso al financiamiento.

Paredes (2018) en su tesis denominada: Caracterización de las MYPE del sector comercio del Perú: Empresa camal de pollos San Martín EIRL del año 2016. Casma. Tuvo como objetivo específico 2: Describir y determinar el financiamiento de las MYPE del Perú y de la empresa camal de pollos San Martín EIRL, tipo de estudio descriptivo, no experimental, bibliográfico y de caso, se utilizó como instrumento de recolección de datos fichas bibliográficas y un cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: El 73% de las MYPE obtuvieron créditos de terceros de las cuales el 53% fueron de entidades no bancarias y el 43] % de entidades bancarias. Se concluye que la mayoría de microempresas recibieron financiamiento de entidades no bancarias formales y el financiamiento recibido

fue usado para el capital de trabajo, para mejorar las condiciones económicas a largo plazo, mejoramiento de los ambientes de la empresa y la compra de los activos fijos.

Bendezú (2020) en su investigación denominada: Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicios del Perú: Empresa From Chimbote E.I.R.L y propuesta de mejora del año 2018. Chimbote. Tuvo como objetivo específico 2: Describir el financiamiento y rentabilidad de la empresa From Chimbote E.I.R.L, el tipo de estudio es descriptiva, no experimental, documental y bibliográfica, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Se concluye que los microempresarios en su mayoría son financiados por entidades bancarias y algunos se autofinancian, así mismo dichas empresas emplean 25 estrategias de crecimiento que les genera una economía saludable destacando en gran parte las fuentes de financiamiento para el desarrollo de las MYPE y de tal forma se encuentre en las filas de mercado competitivo y con una visión al crecimiento.

2.1.4 Locales

En esta investigación se entendió como antecedentes locales a toda investigación realizada por otros investigadores en cualquier ciudad de la provincia de Huaraz, que hayan utilizado las variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Gallozo (2017) en su tesis denominada: Características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector del rubro de restaurantes del año 2016. Huaraz. Tuvo como objetivo específico 1: Describir la capacitación, financiamiento y rentabilidad de las MYPE del rubro de restaurantes, tipo de estudio no experimental y descriptivo, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: el 78% estuvo autofinanciado, el 53% considero que el financiamiento si mejoro su rentabilidad.

Rodríguez (2018) en su tesis denominada: Características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector ferretero en el año 2016. Huaraz. Tuvo como objetivo específico 2: determinar las características del financiamiento de las MYPE del rubro ferretero, tipo de estudio descriptivo, cuantitativo y no experimental, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo

fueron: el 62% obtuvo financiamiento de las entidades no bancarias para poder expandir su negocio, pero algunos prefieren invertir su propio capital para el desarrollo de su negocio, la mayoría de MYPE en la actualidad prefieren el financiamiento de las entidades no bancarias.

Torres (2018) en su tesis denominada: Características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector del rubro boutique del año 2017. Huaraz. Tuvo como objetivo específico 2: Describir el financiamiento y rentabilidad de las MYPE del rubro de boutiques, tipo de estudio no experimental y descriptivo, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Se concluye el 30% de las MYPE recibieron financiamiento a corto plazo y el 70% a largo plazo, el 46% aseguro que, si miden la rentabilidad de su negocio y el 71% tuvo una mejora en la rentabilidad en los últimos años, por último, el 51% de las MYPES si miden la rentabilidad financiera.

Ayala, (2021) en su tesis denominada: Caracterización de los factores del financiamiento de las MYPE del sector comercio del Perú: Empresa Comercial Mary E.I.R.L del año 2018. Huaraz. Tuvo como objetivo específico 2: Describir los factores del financiamiento de la empresa Mary E.I.R.L, tipo de estudio descriptivo, no experimental y de caso, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvo fueron: El financiamiento externo ayuda al desarrollo de las MYPE aportando en la economía del país, puesto que son generadores de puestos de trabajo y fuentes de ingreso, la empresa Mary E.I.R.L obtuvo financiamiento del banco BBVA continental que fue empleado para el capital de trabajo en un largo plazo. Se concluye que las MYPE y la empresa Mary E.I.R.L recurren al financiamiento de terceros de las entidades bancarias que ofrecen préstamos a largo plazo para que dichas empresas incrementen su capital de trabajo por lo cual generaron el crecimiento adecuado y mayores ingresos.

2.2 Bases teóricas:

2.2.1 Teoría del financiamiento

2.2.1.1 Teorías del financiamiento

Teoría del financiamiento de Miller y Modigliani

La teoría de Modigliani & Miller (1958) se estructuró bajo las siguientes premisas: a) El valor de la empresa y el costo de capital son totalmente independientes, donde el valor de los activos reales de la empresa no se ven influenciados en gran medida por el valor de la deuda de la misma y por tal motivo no habría afectación patrimonial. b) Existe interrelación entre apalancamiento y deuda, donde se supone que la deuda está libre de algún riesgo, pues en cuanto más grande sea el aporte del socio, menor será la deuda, por ende, si el apalancamiento viene dado por deuda o emisión de acciones en circulación, la rentabilidad tiende a disminuir. Y c) De acuerdo con la estructura de endeudamiento de las empresas, la tasa interna de retorno (TIR) debe estar por encima del costo medio de capital, con el fin de que solo se efectúen aquellas inversiones que maximicen la rentabilidad del accionista o del propietario (medición de costo beneficio).

Para Bruno, Dabós, & Grosz, (2020), explica que el valor de una empresa no apalancada, pero si igual al valor del escudo fiscal, por lo tanto, un incentivo del capital de terceros debe ser sobre el capital del capital propio de la empresa, considerándose que la estructura de financiamiento optima va depender mucho de las tasas de impuestos y de las inversiones impositivas marcadas, lo que significa que las firmas pueden tener diferentes demandas, ya sea de forma de capital o de deuda.

Teoría del financiamiento de Trade Off

También considerada como teoría estática, propone que las empresas se adapten a un nivel de endeudamiento óptimo, que se encuentra determinado entre los costos y los beneficios del endeudamiento, por lo que, el endeudamiento depende de un equilibrio óptimo entre las ventajas tributarias de la deuda y las desventajas derivadas del incremento de la posibilidad de quiebra. Cuando se logra la combinación óptima entre recursos propios y deuda, las empresas incrementan su valor y no tienen incentivos para aumentar su deuda pues una unidad monetaria adicional en el endeudamiento supone una pérdida marginal neta de ese valor. Por ende, esta teoría defiende la existencia de una estructura de capital óptima en la empresa, al considerar que tal estructura define el valor de la firma (Mondragón-Hernández, 2012).

Para Grado (2011) , esta teoría explica que el volumen del financiamiento externo proviene de una deuda y que las firmas de las acciones de los gerentes se endeudan menos, esto ocurre no porque su deuda sea baja, sino que posee mayor calidad de endeudamiento interno disponible, donde las firmas con menores ganancias van a requerir más financiamiento externo y dando como consecuencia la acumulación de una mayor cantidad de deuda.

2.2.1.2 Fuentes de financiamiento

Según Erossa (2020), se clasifican según su procedencia en:

Financiamiento interno:

Las fuentes internas de financiamiento. Son fuentes generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción. Entre las principales tenemos:

- a) Incrementos de pasivos acumulados: ejemplo tenemos los impuestos que deben ser reconocidos mensualmente, independientemente de su pago, las pensiones, las provisiones contingentes (accidentes, devaluaciones, incendios), etc.
- b) Utilidades reinvertidas: Esta fuente es muy común, sobre todo en las empresas de nueva creación en la cual los socios deciden que, en los primeros años no repartirán dividendos, sino que estos son invertidos en la organización mediante la programación predeterminada de adquisiciones o construcciones (compras calendarizadas de mobiliario y equipo, según necesidades ya conocidas).
- c) Aportaciones de los socios: se refiere a las aportaciones de los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad (capital social) o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentar éste.
- d) Venta de activos (desinversiones): Como la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.
- e) Depreciaciones y amortizaciones: Son operaciones mediante con el paso del tiempo las empresas recuperan el costo de la inversión, porque las provisiones para tal fin son aplicadas directamente a los gastos de la empresa, disminuyendo las utilidades, por lo tanto, no existe la salida de dinero al pagar menos impuestos y dividendos.

Financiamiento externo:

Según Erossa (2020), las fuentes externas de financiamiento, son recursos que proporcionan personas, empresas o instituciones ajenas a la empresa u organización, aquellas otorgadas por terceras personas tales como:

a) Proveedores: es una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias, como las compras o ventas a crédito. Es un tipo de financiamiento para la empresa, estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa.

b) Créditos bancarios: es el monto monetario donde una entidad le concede a otra una cantidad de dinero a su disposición, pagando un interés por el uso, este tipo de crédito pueden ser a corto o largo plazo.

2.2.1.3 Sistemas de financiamiento

Este sistema de un país, está integrado por el conjunto de instituciones, mercados y activos financieros, que tiene como finalidad de dirigir el ahorro que generan las unidades productivas y de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit (Ade y Economía, 2021).

En el Perú dicho sistema está regulado por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS), organismo autónomo; el mercado financiero está por la Superintendencia del Mercado de Valores (antes, CONASEV), organismo dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). El estado peruano participa en el sistema financiero en las inversiones que posee en COFIDE (cooperación financiera de desarrollo) considerado como banco de desarrollo por instituciones y empresas e instituciones que se encuentran autorizadas para captar fondos del público y colocarlos por medio de inversiones y créditos. Se considera el conjunto de instituciones que se encargan de la circulación del flujo monetario y que tiene como objetivo principal canalizar el dinero de los ahorristas dirigidos a los que deseen hacer inversiones productivas., dichas instituciones que van a desarrollar el papel se denominan “Intermediarios Financieros” o “Mercados Financieros” (Parodi, 2020).

2.2.1.4 Costos del financiamiento

Santos (1998), refiere que los costos de financiamiento que encuentran constituidos por los intereses y otros costos que pueden incurrir en una entidad, como la obtención de préstamos que va estar constituidas por interés por préstamos a largo y

corto plazo, intereses en sobregiros bancarios, amortización de costos de financiamiento, amortización de descuentos o primas, cargas financieras por arrendamiento financiero y diferencias de cambio en moneda extranjera que se ajusten a los costos por intereses, los costos directos que son generados por la constitución, regeneración o la cancelación de cualquier financiamiento para la empresa.

Tasa de crédito efectiva mensual

Es aquella tasa de interés que se remunera por mensualidades más la suma de dinero correspondiente en relación a un mes (30 días) (Casanova & Bertrán, 2013).

Tasa de crédito efectiva anual

Es aquella tasa de interés que se remunera anualmente más la suma de dinero correspondiente en relación a un año (360 días) (Casanova & Bertrán, 2013).

2.2.1.5 Tipos de financiamiento

Según ámbito de aplicación:

a. Las Finanzas públicas:

Las finanzas públicas constituyen la actividad económica del sector público, que convive con la economía de mercado, la cual obtiene recursos que presta un marco de acción, estos comprenden rentas, bienes y deudas que forman el activo y el pasivo de la Nación y todos los demás bienes y rentas cuya administración corresponde al Poder Nacional a través de las instituciones creadas por el estado para tal fin. El estado para poder afrontar sus necesidades públicas y realizar funciones, debe contar con recursos, las cuales se obtiene a través de procedimientos legalmente estatuidos y preceptuados en principios legales constitucionales.

Las finanzas públicas estudian las necesidades; crea los recursos; ingresos; gastos, por lo que el estado hace uso de los recursos necesarios provenientes de su gestión política para el desarrollo de actividades financieras a través de la explotación y distribución de las riquezas para satisfacer las necesidades públicas (individuales y colectivas) (Romero & Romero, 2019).

b. Las Finanzas privadas: Las finanzas privadas siempre buscarán optimizar los recursos individuales y de las empresas, y para ello define tres áreas de las finanzas privadas:

- Personales
- Familiares

- Corporativas

Las finanzas personales tienen que ver con el manejo que tienen las personas respecto a los ingresos y como los gastan en base de las decisiones de consumo. Mientras, las finanzas familiares agrupan todos los ingresos y gastos de parte de los miembros de un hogar en función de las decisiones y los planes futuros. Finalmente, las finanzas corporativas se relacionan con las decisiones de financiamiento de las empresas para un 25 manejo óptimo de los activos en base de las decisiones de inversión, a partir de las decisiones de accionistas y directivos (García, 2014) .

Según su procedencia:

Para (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, (2007), describe los siguientes:

a. Los ahorros personales: la mayoría de negocios o empresas, tienen como capital principal ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios o empresas.

b. Los amigos y los parientes: las fuentes privadas como la familia o los amigos, son otra opción de conseguir dinero. Estos suelen ser sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

c. Bancos y uniones de crédito: son las fuentes de financiamiento más comunes, como son los bancos y las uniones de crédito. Dichas instituciones proporcionan préstamos que son de apoyo económico para una empresa.

d. Las empresas de capital de inversión: estas empresas prestan apoyo a las empresas que deseen expandirse y/o crecer, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

2.2.1.6 Plazos de financiamiento

Financiamiento a corto plazo:

Según (Mántey & Levy, 2003), explica los tipos de financiamiento a corto plazo:

Crédito comercial: es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

- **Crédito bancario:** es aquel tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.
- **Línea de crédito:** significa tener dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano.
- **Papeles comerciales:** consiste en los pagarés no garantizados de importantes y grandes empresas que adquieren los bancos, los fondos de pensiones, las compañías de seguros y algunas empresas industriales que desean invertir en un periodo de corto plazo sus recursos temporales excedentes.
- **Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar:** la cual consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (comprador de cuentas por cobrar o agente de ventas) previamente un convenio negociado, con la finalidad de conseguir recursos para invertirlos en ella.
- **Financiamiento por medio de los inventarios:** en este se aplica el financiamiento mediante el uso del inventario de una empresa como garantía de un préstamo, por lo que el acreedor tiene el derecho absoluto de tomar posesión de esta garantía, en caso que la empresa no cumpla con lo establecido.

Financiamiento a largo plazo.

Según (Mántey & Levy, 2003), explica los tipos de financiamiento a largo plazo:

- **Hipoteca:** se constituye cuando la propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) con la finalidad de garantizar el pago del préstamo que se le acredita.
- **Acciones:** es la participación patrimonial o de capital de un accionista, que se da dentro de la empresa a la que pertenece.
- **Bonos:** es aquel instrumento escrito certificado, donde el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma de dinero especificada en una fecha determinada, junto con los intereses a una tasa determinada y en una fecha determinada.
- **Arrendamiento Financiero:** contrato negociable entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), la cual permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes.

Es por ello, que dentro de Perú existe un gran número de instituciones de financiamiento de tipo público, privado, comunitario e internacional. Dichas instituciones otorgan

créditos de diversos tipos, a personas y organizaciones con diferentes plazos. Estas instituciones se clasifican como:

a. Instituciones financieras privadas: se encuentran constituidas por gran grupo de Sociedades financieras, Bancos, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, Cooperativas de crédito y ahorro que realiza intermediación financiera con las personas.

b. Instituciones financieras públicas: se encuentran constituidas por Cajas Rurales de instituciones estables, Bancos del Estado. Dichas instituciones se rigen bajo sus propias leyes, pero sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la Superintendencia de Bancos.

c. Entidades financieras: son aquellas organizaciones que poseen líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de la población con recursos económicos bajos. Estos incluyen los gobiernos, los organismos internacionales y las Organización no Gubernamental (ONG), de índole nacional o internacional.

2.2.1.7 Otros tipos de financiamiento

Para Pérez (2013) , se clasifica en:

1. Financiamiento tipo Leasing

Es el tipo de contrato de contrato de arrendamiento que cuenta con la opción de compra mediante una entidad que ofrece financiamiento a una empresa para la adquisición de activos, lo que puede generar arrendar un bien, obteniéndolo al final del contrato. Los bienes que se pueden financiar mediante el leasing son:

- ✓ Inmuebles como oficinas, locales, etc.
- ✓ Activos tecnológicos tales como laptops, computadoras.
- ✓ Automóviles.
- ✓ Equipos de producción como maquinaria industrial.

2. Financiamiento tipo Factoring

Es aquel contrato por el cual una empresa logra traspasar las facturas que ha emitido y a cambio de ello obtiene el dinero de manera inmediata, por lo que el factoring es una de las alternativas de financiamiento que va estar dirigido a mediana y pequeñas empresas, siendo una alternativa para que las empresas puedan adelantar la modalidad de cobro de una empresa.

3. Financiamiento de proveedores

Esta modalidad de financiamiento por proveedores se considera no bancaria, la cual consiste en adquisición de materia prima para su procesamiento de producción que asume el compromiso de pago a futuro sin recargos por intereses. Por lo que se menciona que las compañías negocian con los sus proveedores para abastecerse de insumos sin tener la necesidad de cancelarlos al contado, lo que genera un adeudo pendiente que se debe resolver en 30, 60 o 90 días y sin el riesgo que se genere gastos financieros.

2.2.2 Teoría de la rentabilidad

La rentabilidad es considerada el rendimiento de la inversión mediante las ecuaciones de equivalencia financiera.

2.2.2.1 Teorías de la rentabilidad

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz.

La teoría parte del análisis de la rentabilidad de una cartera que inicia con el estudio de las inversiones individuales que la conforman y a partir de los convenientes desarrollos, para luego terminar con la formación de una determinada cartera que el decisor financiero pueda considerar como óptima. Por tal motivo, la cuestión se centra en demostrar cómo, en función de las expectativas que se crean acerca de las rentabilidades esperadas de los activos financieros individuales, que logre una correcta elección de la cartera (Ferruz, 2000).

La Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Sharpe.

Según Treynor (1965), para explicar la rentabilidad y el riesgo de los valores mobiliarios o activos financieros. Considero que el modelo de Markowitz implicaba un proceso dificultoso de cálculo sobre la necesidad de conocer de forma adecuada todas las varianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar dicha complejidad, Sharpe plantea relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, a partir del rendimiento de un activo financiero que lograra generar una función lineal del rendimiento de la cartera de mercado (estimado por el rendimiento del índice).

Por lo mencionado el decisor intentará que el valor actual de los rendimientos futuros esperados tenga el mayor valor posible. Lo que generara que el decisor financiero valore mucho la posibilidad de obtener un determinado nivel de rentabilidad cuando éste sea lo

bastante estable en el tiempo. O, al contrario, se crea un problema en la selección de los activos que conforman una cartera que debe tener estas dos cuestiones divergentes: rentabilidad y variación de esta rentabilidad.

2.2.2.2 Tipos de rentabilidad

Según Sánchez (2007), nos indica que hay tipos de rentabilidad.

a. Rentabilidad económica

Este tipo de rentabilidad va a medir el rendimiento de los factores (activos) de una empresa en un periodo determinado, independientemente en la forma en como hayan financiado dichos activos, sin importar si la empresa es dueño de sus activos o estos estén financiados parcialmente o totalmente.

La rentabilidad económica es importante porque permite:

1. Medir la capacidad de una empresa para generar valor sin tomar en cuenta su financiamiento.
2. Comparar la rentabilidad entre varias empresas, sin tomar en cuenta su financiamiento.
3. Medir la eficiencia de la gestión empresarial, es decir, saber si se encuentra administrado en forma adecuada a la empresa.
4. Conocer los resultados de la empresa y precisar si es rentable o no, independientemente de su financiamiento.

Formas de medir la rentabilidad

Existen diversas formas de medir la rentabilidad.

La primera es la rentabilidad económica (RE): la cual mide el resultado antes de intereses e impuestos, dividido entre el activo promedio total.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total promedio}}$$

El resultado antes de interés e impuestos, se obtiene de los estados de situación financieros. El activo total se maneja como promedio porque puede haber cambios del

mismo a lo largo del periodo. Por ejemplo, si el periodo es anual, entonces se suma todos los activos de cada mes del año y se divide entre doce y se obtiene el activo total promedio.

b. Rentabilidad financiera

Es el rendimiento de los capitales (activo) que son propios de la empresa en un periodo determinado. Permite:

1. Brindar información precisa a los propietarios o accionistas de la empresa, acerca del proceso del negocio.
2. Conocer la forma y monto en que se generan los ingresos propios de la empresa.
3. Con dicha información, se puede tomar algunas decisiones financieras importantes para cada empresa como:

- Recurrir al financiamiento interno.
- Recurrir al financiamiento externo.
- Ampliar el capital.
- Hacer una combinación de financiamiento con ampliación de capital.

La rentabilidad financiera (RF) se va medir dividiendo el resultado neto entre los recursos o fondos propios de la empresa (promedio).

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios (promedio)}}$$

El resultado neto del ejercicio se obtiene de los estados financieros, ya descontados los intereses e impuestos pagados. Los recursos o fondos propios de la empresa son los que pertenecen a la misma empresa y no están financiados. Al obtener el promedio de los mismos, estos pueden cambiar a lo largo del año.

2.2.2.3 Factores determinantes de la rentabilidad

De acuerdo con Fabiola Mora y Walter Schupnik, mencionan seis factores que van influir en la rentabilidad, sobre los cuales hay que actuar para incrementarla.

Dichos factores son:

- ✓ Intensidad de la inversión.
- ✓ Productividad.

- ✓ Participación de mercado.
- ✓ Tasa de crecimiento del mercado.
- ✓ Calidad de producto o servicio.
- ✓ Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.

La práctica empresarial, sobre todos las medianas y pequeñas empresas, ha demostrado que existen otros factores que influyen en la rentabilidad y que es necesario no descuidar como son:

- ✓ Mejorar la comunicación interna para la toma de decisiones.
- ✓ Cumplimiento de las especificaciones de los bienes y servicios.
- ✓ Durabilidad del producto.
- ✓ Servicio post-venta.
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Políticas de estímulo; por ejemplo, para investigación en productos, servicios y sistemas; y ahorros.
- ✓ Fomento del capital humano.
- ✓ Tecnología de vanguardia.

2.2.2.4 Formas de elevar la rentabilidad

Para aumentar la rentabilidad, los empresarios deben actuar sobre los factores determinantes, señalados en el inciso anterior. Si ya se cuenta con el factor, es necesario mejorarlo. Si no se tienen es necesario adquirirlo.

Rivero (2009), detalla cuatro formas de como elevar la rentabilidad de las empresas:

Aumentar las ventas

Considerando que las ventas son un elemento fundamental para elevar las ganancias de las empresas e incrementar su rentabilidad. Las empresas siempre deben abarcar una porción más grande del mercado y realizar las acciones necesarias para lograrlo.

2.2.2.5 La rentabilidad en el análisis contable

La importancia acerca del análisis de la rentabilidad, parte desde la multiplicidad de objetivos que se enfrenta una empresa, basados en algunos casos en la rentabilidad o

beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en muchos casos en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. Por lo que (Rivero, 2009) , refiere que la base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad.

2.2.2.6 Análisis de la rentabilidad

Análisis de la solvencia, es la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras como son la: devolución de principal y gastos financieros, en consecuencia, del endeudamiento, en base a su vencimiento.

Análisis de la estructura financiera de la empresa tiene como finalidad comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable continuo.

Por lo mencionado, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente considerados objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión que expresa mayor seguridad no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de una empresa (Martinez, 2010).

Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad

En aquella expresión analítica, donde la rentabilidad contable va hacer expresado en base a dos conceptos fundamentales como son: un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. Por lo cual, es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado.

1. Donde el indicador de la rentabilidad es susceptible de expresarse en forma monetaria.
2. Debe existir, en gran medida, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.
3. En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula

mediante un periodo determinado constituida por la inversión, pues es una variable stock que sólo informa la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.

4. Por otra parte, también es necesario definir el periodo de tiempo que mide la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una personificación incorrecta (Rivero, 2009).

2.2.3 Teoría de la empresa

Según Garcia & Taboada (2012) , describen a las empresas como un conjunto de organizaciones económicas que tienen como objetivo principal obtener beneficios mediante la coordinación de recursos humanos, tecnológicos y financieros, siendo estos importantes para la capacidad de generar empleos y riqueza en la economía, ya que el gobierno promueve el acceso de las MYPE dentro del mercado financiero y el mercado de capitales, fomentando la solidez, expansión y descentralización de dichos mercados . Niveles de ventas anuales son:

- ✓ La microempresa: el monto máximo que adquiere anualmente es de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.
- ✓ La pequeña empresa: ventas anuales entre 150 UIT y 1,700 UIT.
- ✓ La mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta un monto máximo de 2,300 UIT.

Según (Condori, 2022) , clasifica las empresas en:

2.2.3.1 Clasificación por la naturaleza

- **Individuales:** Son aquellas empresas o entidades que se encuentra constituida por una persona física que ejerce en nombre propio una actividad comercial, industrial o profesional.
- **Colectivas:** Son aquellas que pertenecen a varios propietarios que conforman lo que se denomina persona jurídica.

Clasificación según su actividad

- **Empresas del sector primario:** son empresas que se dedican a la obtención y venta de los productos tal como los ofrece la naturaleza, sin ningún cambio sustancial; dentro de este sector se encuentran las empresas agropecuarias, las mineras, las forestales y las pesqueras.

- **Empresas del sector secundario:** son empresas que no requieren de materia prima o solo productos semi elaborados para convertirlos en productos acabados; este grupo está formado por las empresas manufactureras, industriales y constructoras.

- **Empresas del sector terciario:** se encuentra constituido por las empresas comerciales, tanto mayoristas como minoristas; dichas empresas van a recoger el producto ya fabricados y venderlos a los consumidores sin alterarlo sustancialmente. También pertenecen a este sector las empresas que prestan servicios, es decir, empresas de transporte, financieras, de seguros, enseñanza y de cultura, etc.

Clasificación según la propiedad del capital:

- **Empresas privadas:** las empresas privadas son organizaciones económicas que se encuentra representada en la base del capitalismo y se forma a partir de aportaciones privadas de capital, siendo un tipo de empresa comercial que está conformado por inversiones privadas, no gubernamentales, accionistas o propietarios.

- **Empresas públicas:** es aquella organización económica que se constituye mediante las aportaciones de capitales públicos o estatales que surge debido a la necesidad de intervención del Estado en la economía, que tiene como finalidad brindar bienes y servicios a la población.

- **Empresas mixtas:** son las empresas que se encuentran constituidas por una fusión de capital público y privado, la forma de asociación puede ser muy diversa, que en algunos casos el capital público puede ser mayoritario y en otros casos el capital privado puede ser el mayoritario, asimismo, la proporción en que se combinen los capitales puede ser muy diversa.

Clasificación según el tamaño de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas (2020)

Las MYPE se establecen según sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Donde las MYPE alcanzan ventas en un máximo de 150 UIT, las pequeñas empresas tienen ventas anuales superiores a este valor y su valor máximo es de 1 700 UIT y las medianas empresas son las que alcanzan ventas anuales superiores a 1 700 UIT hasta un máximo de 2 300 UIT.

De acuerdo a lo mencionado se clasifican en:

Grandes empresas: Se caracterizan por poseer capitales y financiamientos grandes, por lo general se encuentra constituida por instalaciones propias y miles de empleados y sindicalizados, su economía es en escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de grandes cantidades de bienes y entre sus ventajas está la facilidad que tiene en el financiamiento, la cual da mayor garantía a las empresas.

Medianas empresas: estas empresas brindan una mayor oferta de empleo, donde el dueño no tiene el control absoluto sobre todas las áreas y los empleados, por lo cuenta un organigrama más detallado y específico.

Pequeñas empresas: se consideran negocios familiares, pues su estructura es organizacional que se encuentra mejor constituidas que las microempresas, con cargos y funciones establecidas para cada empleado.

Microempresas: son empresas que poseen una inversión inicial muy baja, ya que por lo general no posee trabajadores y él dueño cumple las funciones de gerente, vendedor y operario de la empresa para disminuir gastos.

2.2.4 Teoría de las MYPE

Las MYPE, son unidades económicas formadas por personas naturales o jurídicas, que tiene como finalidad el lucro y generalmente generan rentas de tercera categoría. “Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización y tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (SUNAT, 2019).

Estas MYPE se inscriben en un registro que se denomina REMYPE, y deben de cumplir los siguientes requisitos: RUC vigente, tener el usuario y Clave SOL, Tener como mínimo un trabajador y no pertenecer al rubro de bares, casinos, discotecas y juegos de azar (SUNAT, 2019).

Las MYPE en el Perú son considerados componentes importantes dentro de la economía del país. A nivel nacional, brindan empleo al 85% de la población económicamente activa y generan el 24% del Producto Bruto Interno (PBI) (Chau, 2018).

Beneficios de las MYPE: las MYPE tienen muchos beneficios y facilidades de parte

del Estado, entre ellos tenemos:

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas de SUNARP.

- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.

- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones internacionales, nacionales y regionales.

- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones a cargo de la SUNAT.

- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado (SUNAT, 2019). Conociendo las MYPE en Perú. Bajo la Ley No. 28015 Ley de Promoción y Formalización de MYPE, se considera como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial conforme a la legislación aplicable, con el objeto de desarrollar operaciones mineras, transformar, producir o comercializar bienes o prestar servicios.

de las MYPE.

Número de trabajadores:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores

Características

Ventas Anuales:

Microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades

Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

2.2.5 Teoría de los sectores productivos

En el Perú se puede encontrar diferentes sectores productivos que van a formar parte de las distintas actividades económicas. Estas distintas actividades económicas están separadas según tipo de proceso de producción que desarrollan, dividiéndose en tres sectores: el primario, el secundario y el terciario.

- El sector primario, va estar conformada por actividades económicas que se encargan principalmente de la extracción y transformación de los recursos de la naturaleza y que son usados como materia prima para los diferentes procesos productivos, por ejemplo, tenemos: cultivos, ganadería, pesca y extracción forestal.

- El sector secundario, está relacionado a las actividades industriales manufacturera y artesanales, por medio de dichas actividades los productos del sector primario se transforman en nuevos productos, que a su vez están relacionados con la industria de bienes de producción, consumo y la prestación de servicios que están dirigidas a la comunidad, entre ellas tenemos, por ejemplo: maquinarias, producción de papel y cartón, envasados de alimentos, etc.

El sector terciario, es el sector que se va ofrecer a dar servicios a la población y con ella a las diferentes empresas, cuya labor consiste en la de proporcionar a la sociedad todos los bienes y productos que se desarrollaron en las anteriores etapas, por ejemplo, tenemos: el comercio de mayoristas y minoristas, las actividades bancarias, asistencia en educación, cultura y salud, etc. (Instituto Peruano de Economía- IPE, 2017).

Esta investigación tiene como sector económico “comercio” por tal motivo pertenece al sector terciario.

2.2.6 Descripción de la empresa del caso de estudio

La pequeña empresa MARKET PLAZA LUCY S.R.L. inició sus actividades económicas el 27/10/2017, se encuentra ubicada en Jr. San Cristóbal nro. 284 bar. Cono aluviónico oeste (ex parada) (Ancash - Huaraz - Huaraz), a la fecha la situación actual de esta empresa dentro del mercado peruano es activo, se encuentra registrada en la SUNAT con el

RUC 20602578357, su actividad económica principal es la venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.

Con el transcurrir del tiempo, fue incorporando nuevas líneas de productos, contando en la actualidad con cinco niveles con diferentes artículos para el hogar. Cuentan con un excelente equipo humano, en su mayoría jóvenes entusiastas que constantemente vienen siendo capacitados para brindar un mejor servicio.

2.3 Marco conceptual:

2.3.1 Definiciones de financiamiento

Según (Ferruz L, 2010), designa al financiamiento como aquel conjunto de recursos monetarios que se destinan a llevar una determinada actividad o proyecto económico. La particularidad principal de los recursos financieros es por lo general sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, muchas veces debido a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos de un país, para una determinada gestión se puede solicitar ante un organismo financiero internacional para poder hacer frente a un déficit presupuestario grave en la economía de un país.

El financiamiento es la opción que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que permitirá a una empresa aumentar la producción, expandirse, crecer, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para la misma empresa o aprovechar alguna oportunidad que se pueda suscitar en el mercado (Ramos, 2019).

2.3.2 Definiciones de rentabilidad

Para Kiziryan, (2016), la rentabilidad se encuentra aludida a las ventajas que se han adquirido o se pueden adquirir como resultado de una inversión a favor de la misma empresa o entidad, la cual tendrá beneficios en cuanto a su economía empresarial. Por tal motivo se puede separar entre la utilidad económica y financiera

Según Gerencie (2017), menciona que la rentabilidad alude al beneficio, retribución, ganancia o riqueza que se obtuvo de un recurso activo o efectivo aportado en una entidad o empresa. Por la cual, se considera como la retribución derivada del efectivo o el capital

invertido. Por lo que, la rentabilidad puede expresarse generalmente (en tasa) o de modo absoluto (en valores).

2.3.3 Definiciones de empresa

Según (Sánchez R, 2019), la define como aquella organización o institución que es creada con la finalidad de realizar actividades de producción, prestación de servicios o bienes y como retribución obtener ganancias o utilidad. La cual está clasificada en tres importantes sectores: servicios, industria y agricultura. Una empresa está conformada por una organización de personas y recursos que buscan un beneficio económico mediante el desarrollo de una actividad en particular. Dicha unidad productiva puede estar constituida por una sola persona y debe buscar como fin el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación. Todas las empresas son creadas para tener con fin de obtener ganancias, aunque en el proceso no siempre se cumple con esta regla, ya que muchas son creadas solo para sobrevivir; sí es que antes, no caen en banca rota en el intento.

2.3.4 Definiciones de MYPE

En el Perú a estas empresas son el resultado de la unión de las micro y pequeñas empresas que se encuentran constituidas por personas naturales o jurídicas que buscan conseguir utilidades. Por lo que (Noreña, 2019) afirma que es fundamental reconocer la importancia de las MYPES para que así se pueda desarrollar una buena dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento.

Estas MYPE se formaliza en el registro de las MYPE (ReMype), y estas son categorizadas en relación a la función de sus ventas anuales. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica que se encuentra constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de gestión empresarial u organización contemplada en la legislación vigente, que tiene como principal objetivo desarrollar ciertas actividades de extracción, producción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios (SUNAT, 2020).

2.3.5 Definiciones de los sectores productivos

Tanto los sectores de producción y/o sectores de actividad económica, son considerados una clasificación de la economía que se encargan principalmente del tipo de proceso productivo que lo caracterizan, lo que se establece a dicha actividad económica importante porque busca

obtener medios para cubrir necesidades., lo que quiere decir la actividad económica primero se produce o se transforman los recursos para volverlos productos, luego son comercializados y por ultimo son consumidos por la población (Chain , 2022).

Ricoy (2005), menciona que el sector productivo está constituido por diferentes divisiones de actividades económicas, atendiendo al tipo de proceso que se desarrolla. Se distinguen tres (3) grandes sectores tradicionales denominados primario, secundario y terciario.

2.3.6 Definiciones del sector comercio

El sector comercio es aquella actividad económica la cual consiste en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, venta o para su transformación, considerado como transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Las actividades comerciales o industriales que se entiende por intercambio de bienes o servicios que son en efecto impulsados por un comerciante o mercador, donde el mercador o comerciante es aquella persona jurídica o física que se dedica al comercio en forma habitual (SCIAN, 2002).

el comercio está referido aquella transacción que se lleva a cabo con el objetivo principal de compra y venta. También se denomina comercio al local comercial, botica, negocio o tienda, así como también, por el grupo social conformado por los comerciantes. Por otro parte se considera una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercadería, acto considerado como la compra del producto para hacer uso de revenderlo o transformarlo (Pérez & Merino, 2013).

2.4 Hipótesis

En la investigación realizada no se formuló hipótesis, puesto que el nivel de la investigación fue descriptivo y de caso (Hernández & Fernández, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1 Nivel, tipo y diseño de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

El tipo de la investigación fue cualitativo, no evaluado por datos cuantitativos, depende solo de la sintaxis de las fuentes bibliográficas.

El diseño que se utilizó en la investigación fue: No experimental- descriptivo-documental y de caso.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

Fue documental porque también se pudo utilizar algunos documentos pertinentes.

Finalmente, fue de caso porque se escogió una sola empresa (institución) para hacer la investigación.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por las pequeñas empresas comerciales de la ciudad de Huaraz.

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo conformada por la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, la misma que fue escogida de manera dirigida o intencionada.

3.3 Definición conceptual y operacionalización de variables

3.3.1 Matriz 1: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 1.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE					
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INSTRUMENTO (INDICADORES)	SI	NO	ESPECF.
Perfil del gerente y/o representante legal de la empresa del caso de estudio	El representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, es una persona con grado de instrucción universitario acabo la carrera de ingeniería de sistemas en la universidad Santiago Antúnez de Mayolo-Huaraz, es una persona considerada adulta, casada.	Perfil o características del gerente y/o representante legal.	-Edad. - Sexo. - Estado civil. - Grado de instrucción. - Profesión. - Ocupación.	¿Qué edad tiene?..... ¿Cuál es su sexo?..... ¿Cuál es su estado civil?..... ¿Cuál es su grado de instrucción?..... ¿Cuál es su profesión?..... ¿Cuál es su ocupación?.....			

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Matriz 2: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 2.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE					
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INSTRUMENTO (INDICADORES)	SI	NO	ESPECIF.
Perfil de la empresa del caso de estudio	La pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, se encuentra registrada en la SUNAT con el RUC 20602578357, inicio sus actividades económicas el 27/10/2017. Su actividad económica principal es la venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.	Perfil o características de la MYPE de estudio.	-Formalidad e informalidad de la MYPE. -Micro y pequeña empresa -Motivo de formación de la MYPE. -Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro y en el mercado. -Trabajadores permanentes. -Trabajadores eventuales. - Estaciones del año que contratan trabajadores eventuales.	¿La empresa es formal? ¿La empresa es informal? ¿La empresa es una microempresa? ¿La empresa es una pequeña empresa? ¿La empresa tiene menos de 3 años en el rubro y mercado? ¿La empresa tiene más de 3 años en rubro y mercado? ¿La empresa tiene menos de 5 años en el rubro y mercado? ¿La empresa tiene más de 5 años en el rubro y mercado? ¿La empresa tiene trabajadores permanentes? ¿Cuántos? Especificar..... ¿La empresa tiene trabajadores eventuales? ¿Cuántos? Especificar..... ¿En qué época o estaciones del año contrata más? Especificar.....			

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3 Matriz 3: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 3.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE					
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INSTRUMENTO (INDICADORES)	SI	NO	ESPECF.
Financiamiento	Según (Ferruz, 2010) designa al financiamiento como aquel conjunto de recursos monetarios que se destinan a llevar una determinada actividad o proyecto económico.	Tipos de finanzas según su ámbito de aplicación. Finanzas según su procedencia. Finanzas a corto plazo. Finanzas a largo plazo.	-Finanzas públicas. -Finanzas privadas. -Ahorros personales. -Amigos y/o parientes. -Bancos, cajas, cooperativas. -Crédito comercial -Crédito bancario -Línea de crédito -Por medio de inventarios. -Hipoteca. -Acciones. -Bonos.	¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas públicas? ¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas privadas? ¿Su financiamiento proviene de sus ahorros personales? ¿Su financiamiento fue por parte de amigos y parientes? ¿Su financiamiento fue por un préstamo en el banco? ¿Su financiamiento fue a corto plazo? ¿Su financiamiento fue a largo plazo? ¿La tasa efectiva de interés que le otorgaron fue baja? ¿Cuál fue el porcentaje de interés? ¿El sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario formal? ¿El sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario no formal?			

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4 Matriz 4: Definición conceptual y operacionalización de la variable del objetivo específico 4.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE					ESPECF.
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INSTRUMENTO (INDICADORES)	SI	NO	
Rentabilidad	Según (Gerencie, 2017) la rentabilidad alude al beneficio, retribución, ganancia o riqueza que se obtuvo de un recurso activo o efectivo aportado en una entidad o empresa.	Tipos de rentabilidad. Factores de la rentabilidad.	- Rentabilidad económica. -Rentabilidad financiera. -Inversión. -Productividad de ingresos. -Calidad de servicios.	¿Qué tipo de rentabilidad está sujeto su empresa? ¿Considera usted que la capacitación es una inversión? ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa? ¿Usted piensa que a mejor calidad servicio su empresa tendrá mayores ganancias? ¿Cree usted que su rentabilidad en estos últimos años ha aumentado?			

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la encuesta, que se aplicó al gerente de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

El instrumento que se utilizó fue cuestionarios estructurados de preguntas cerradas y abiertas pertinentes.

Es el cuestionario estructurado de preguntas pertinentes cerradas y abiertas, que se realizó para cada uno de los objetivos específicos, determinado los ítems o preguntas y sus respectivas alternativas de respuesta.

3.5 Método de análisis de datos

Para el cumplimiento del objetivo específico 1 se utilizó un cuestionario de objetivo específico 1, la cual fue sobre el perfil del gerente y/o representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”

Para el cumplimiento del objetivo específico 2, se utilizó un cuestionario realizado en base al perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” que se le aplicó al gerente de dicho caso de estudio.

Para el cumplimiento del objetivo específico 3, se utilizó un cuestionario realizado en base a las características del financiamiento que se le aplicó al gerente del caso de estudio.

Para el cumplimiento del objetivo específico 4, se utilizó un cuestionario sobre las características rentabilidad que se aplicó al gerente del caso de estudio.

3.6 Aspectos éticos

Respeto por las personas

Este principio se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus convenientes decisiones, es decir, su autonomía. El respeto por las personas que participan en la investigación, se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante.

Justicia

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, para distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse el acceso a estos beneficios.

Beneficencia y no-maleficencia

Esta investigación pretende brindar un ambiente agradable que proteja la tranquilidad de los participantes, les brinde confianza en su seguridad, y en ese sentido es de lo más deseable que la información brindada sea de valiosa ayuda.

Consentimiento informado y expreso

De acuerdo con este principio, el participante es ampliamente informado sobre toda la información relacionada con el tema de estudio y su decisión es respetada en todos los asuntos relacionados con este trabajo.

Integridad científica

La premisa de este estudio es que todos los derechos se consideran íntegros durante la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Respecto al objetivo específico 1: Identificar y describir el perfil del gerente y/o representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Tabla 1: Resultados del objetivo específico 1:

ÍTEMS	TABLA N° 1	RESULTADOS
Edad y sexo	1	La representante legal es de sexo femenino, su edad 42 años.
Grado de instrucción	2	La representante legal tiene instrucción superior, universitaria completa.
Estado civil	3	La representante legal es casada.
Profesión u ocupación	4	La representante legal acabó la carrera de ingeniería de sistemas en la universidad Santiago Antúnez de Mayolo.

Fuente: Elaboración propia en base a la tabla 1 y la asesoría DTAI **Vásquez Pacheco (2023)**.

Descripción

De la encuesta realizada al representante legal de la empresa, se pudo obtener las siguientes respuestas, la representante legal es de sexo femenino, edad de 42 años, estado civil casada, grado de instrucción superior universitaria completa; y por último su profesión es ingeniería de sistemas, y egresada de la universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz.

4.2 Respecto al objetivo específico 2: Identificar y describir el perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Tabla 2: resultados del objetivo específico 2:

ITEMS	RESPUESTAS	
	SI	NO
1. ¿La empresa es formal?	X	
2. ¿La empresa es informal?		X
3. ¿La empresa es una microempresa?		X
4. ¿La empresa es una pequeña empresa?		
5. ¿La empresa tiene menos de 3 años en el rubro y mercado?		X
6. ¿La empresa tiene más de 3 años en el rubro y mercado?		X
7. ¿La empresa tiene menos de 5 años en el rubro y mercado?		X
8. ¿La empresa tiene más de 5 años en el rubro y mercado?		X
9. ¿La empresa tiene trabajadores permanentes?		X
10. ¿La empresa tiene trabajadores eventuales?		X

Fuente: Elaboración propia en base a la tabla 2 y la asesoría DTAI **Vásquez Pacheco (2023)**.

Descripción

De la encuesta realizada al representante legal de la empresa, se pudo obtener las siguientes respuestas, la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L”, es una empresa formal, se encuentra registrada en la SUNAT con el RUC 20602578357, inicio sus actividades económicas el 27/10/2017. Su actividad económica principal es la venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco. Considerada una pequeña empresa, la cual lleva más de 5 años en el rubro del mercado y cuenta con trabajadores eventuales por el tipo de contrato y remuneración.

4.3 Respecto al objetivo específico 3: Identificar y describir las características del financiamiento de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Tabla 3: Resultados del objetivo específico 3:

ITEMS	RESPUESTAS	
	SI	NO
1. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas públicas?		X
2. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas privadas?	X	
3. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de sus ahorros personales?		X
4. ¿Su financiamiento de su empresa fue por parte de amigos y parientes?		X
5. ¿Su financiamiento de su empresa fue por un préstamo en el banco? ¿Qué entidad bancaria?	X	

6. ¿Su financiamiento fue a corto plazo?	X
7. ¿Su financiamiento fue a largo plazo?	X
8. ¿la tasa efectiva de interés que le otorgaron fue baja? ¿cuál fue el porcentaje de interés?	X
9. ¿el sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario formal?	X
10. ¿el sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario no formal?	X

Fuente: Elaboración propia en base a la tabla 3 y la asesoría DTAI **Vásquez Pacheco (2023)**.

Descripción

De la encuesta realizada al representante legal de la empresa, se pudo obtener las siguientes respuestas, el financiamiento de la empresa provino de las finanzas privadas, precisamente el préstamo a través de una entidad bancaria (BBVA) y no proviene de ingresos personales ni de préstamos de amigos y parientes, donde la tasa de interés del préstamo otorgado fue del 3% anual, su financiamiento fue en un periodo de corto plazo, el sistema financiero que le otorgo mayores facilidades fue el sistema bancario formal.

4.4 Respecto al objetivo específico 4: Identificar y describir las características de la rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Tabla 4: Resultados del objetivo específico 4:

ITEMS	RESPUESTAS	
	SI	NO
1. ¿Qué tipo de rentabilidad está sujeto su empresa?		
a. Rentabilidad economía	X	
b. Rentabilidad financiera		X

2. ¿Considera usted que la capacitación es una inversión?	X
3. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	X
4. ¿Usted piensa que a mejor calidad servicio su empresa tendrá mayores ganancias?	X
5. ¿Cree usted que su rentabilidad en estos últimos años ha aumentado?	X

Fuente: Elaboración propia en base a la tabla 4 y la asesoría DTAI **Vásquez Pacheco (2023)**.

Descripción

De la encuesta realizada al representante legal de la empresa, se pudo obtener las siguientes respuestas, la empresa está sujeta a la rentabilidad económica, considera que la capacitación no es una inversión, piensa que a mejor calidad de servicio su empresa obtendrá mayores ganancias, y que en los últimos años la rentabilidad de la empresa ha ido en aumento.

V. DISCUSIÓN

5.1 Respecto al objetivo específico 1:

Los resultados encontrados en la tabla 1 fueron extraídos mediante la encuesta realizada.

De la encuesta aplicada a la representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L”, se pudo conocer que la representante legal es del sexo femenino, de 42 años de edad, estado civil es casado, el grado de instrucción es universitaria de la carrera de ingeniería de sistemas.

Arrascue (2018) y Rojas (2019), sostienen que la edad predominante de los gerentes y/o representantes legales oscilan entre las edades de 40 a 65 años, con grados de instrucción superior en un 50% de los representantes, el otro porcentaje no cuenta con estudios superiores, pero si poseen experiencia dentro de los sectores empresariales y gracias a ello tiene acceso a créditos bancarios o no bancarios. Según Saavedra (2018), menciona en su estudio que el representante legal de la pequeña empresa que analizo es de sexo masculino, soltero, con educación secundaria y de ocupación negociante la cual cuenta con experiencia en el mercado laboral lo que logra facilidad para el financiamiento.

5.2. Respecto al objetivo específico 2:

Los resultados encontrados en la tabla 2 fueron mediante la encuesta realizada.

La pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L”, es una empresa formal, registrada en la SUNAT con el RUC 20602578357, inicio sus actividades económicas el 27/10/2017. Su actividad económica principal es la venta de productos de alimentos primera necesidad, tiene más de 5 años en el rubro del mercado.

Arrascue (2018), y Castro (2018) mencionan que en los primeros años de creación de las empresas no obtuvieron acceso al financiamiento debido a la inmadurez o vigencia empresarial y que en los últimos años obtuvieron financiamiento puesto que debido a su antigüedad empresarial pudieron obtener una línea crediticia, a su vez Saavedra (2018), menciona que lleva más de 10 años en el mercado laboral siendo una empresa formal, que

tuvo como objetivo maximizar sus ganancias, pero a pesar de la madurez de su empresa no obtuvo financiamiento bancario formal.

5.3 Respecto al objetivo específico 3:

Los resultados encontrados en la tabla 3 fueron mediante la encuesta realizada.

De la encuesta realizada en la que se menciona acerca del financiamiento de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, señala que la empresa se financio por medio de finanzas privadas, donde el préstamo fue mediante una entidad bancaria (BBVA), con una tasa de interés del 13% anual, su financiamiento fue en un periodo a corto plazo, el sistema bancario formal el brindo mayores facilidades.

Los resultados que fueron obtenidos en la investigación contable están relacionados con el estudio de Barba(2018), Rojas (2019), Medina (2019), Castro (2018), la cual refieren que los financiamientos fue a través de entidades bancarias formales, con tasas de interés bajas, en plazos cortos de pago, lo que beneficio a las empresas en cuanto a su rentabilidad pero no a sus deudas, esto en gran medida a la antigüedad y posicionamiento de la empresa en el mercado, facilitando su crédito que se solicitó a las entidades bancarias, donde el financiamiento se invirtió para instalaciones de la empresa, crecimiento del capital, sin embargo Paredes (2018) menciona que la pequeña empresa de estudio recibió financiamiento de entidades bancarias formales con periodos de pago a largo plazo, lo que beneficio a su rentabilidad y sus deudas.

5.4 Respecto al objetivo específico 4:

Los resultados encontrados en la tabla 4 fueron mediante la encuesta realizada, señala que la empresa está sujeta a la rentabilidad económica, considera que la capacitación no es una inversión, piensa que a mejor calidad de servicio su empresa obtendrá mayores ganancias, y que en los últimos años la rentabilidad de la empresa ha ido en aumento.

Los resultados que fueron obtenidos en la investigación contable están relacionados con el estudio de Barba(2018), Lapa (2019), Rojas (2019), Paredes(2018), Rodríguez (2018), Bendezú (2020), refieren que debido a los préstamos bancarios y no bancarios, la

rentabilidad influyo en gran parte en el crecimiento y desarrollo sostenido de cada empresa, pudiendo invertir más en el capital de trabajo, a ampliación de los locales de cada empresa, el aumento del activo fijo que permite mayores ingresos, que logran posicionar a las empresas dentro de las filas de competitividad.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Respecto al objetivo específico 1:

Se identificó y describió el perfil del dueño y/o representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023. La gerente general Rosemarie Jamanca Tinoco de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, es una persona con grado de instrucción universitaria completo, acabó la carrera de ingeniería de sistemas en la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz, es una persona considerada adulta, casada. Por lo que el perfil del empresario es importante para el desarrollo de la empresa, influyendo en la búsqueda de préstamos financieros que ayuden a la pequeña empresa estudiada a su rentabilidad en el largo plazo.

6.2 Respecto al objetivo específico 2:

Se identificó y describió el perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023. La pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”, se encuentra registrada en la SUNAT con el RUC 20602578357, inicio sus actividades económicas el 27/10/2017. Su actividad económica principal es la venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco. Con el transcurrir del tiempo, fue incorporando nuevas líneas de productos, contando en la actualidad con cinco niveles con diferentes artículos para el hogar. Cuentan con un excelente equipo humano, en su mayoría jóvenes entusiastas que constantemente vienen siendo capacitados para brindar un mejor servicio a favor de la sociedad.

6.3 Respecto al objetivo específico 3:

Se identificó y describió las características del financiamiento de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023. la empresa se financió por medio de finanzas privadas, donde el préstamo fue mediante una entidad bancaria (BBVA), con una tasa de interés del 13% anual, su financiamiento fue en un

periodo a corto plazo, el sistema bancario formal el brindo mayores facilidades. En conclusión, la empresa para comenzar sus actividades opto por un préstamo bancario como financiamiento esto se le otorgo en un corto plazo.

6.4 Respecto al objetivo específico 4:

Se identificó y describió las características de la rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023. El tipo de rentabilidad que está sujeta la empresa es la rentabilidad económica, por aun no tiene conocimiento o asesoría para obtener la rentabilidad financiera, considera que la capacitación no es una inversión porque no le genera ganancias monetarias, y que en los últimos años la rentabilidad de la empresa ha ido en aumento. En conclusión, está convencido que a mejor calidad de servicio la empresa obtendrá mayor ganancia y que en los últimos años se vio reflejado la mejora de la rentabilidad.

6.5 Respecto al objetivo general:

Resultado de la encuesta aplicada al representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” y los antecedentes pertinentes revisadas, las MYPE son un factor importante en la economía de un país y el crecimiento de las empresas, por lo que estas variables estudiadas son importantes para intensificar el negocio, poder mejorar y potenciar el desempeño empresarial. Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 99% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 21% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas, las MYPE considerada la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a que proporcionan abundantes puestos de trabajo y reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos. En conclusión, se llegó a identificar y describir las características del perfil del representante legal, el perfil de la MYPE en estudio, financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la pequeña empresa “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” que desarrolle su financiamiento a través de entidades bancarias formales que son la base de su capital para que la empresa realice sus actividades económicas dentro del mercado local, siendo un importante benefactor para el crecimiento de la empresa dentro del rubro comercial por lo que la tasa de interés que proporciona la entidad bancaria es por debajo de la media según la superintendencia de banca y seguros pues abarca las posibilidades de obtener un interés razonable en un plazo conveniente para la empresa y de acuerdo a ello, pueda realizar sus actividades económicas correspondientes, obteniendo de tal manera una línea crediticia en el sistema bancario, por lo que genera en largo plazo una rentabilidad por encima de lo esperado para que siga en funcionamiento y que el crecimiento de la empresa se vea reflejado en la generación de empleo dentro de la localidad y la ampliación de nuevos sucursales, que a su vez proporciona al sector comercio una competitividad dentro de los diferentes rubros empresariales del Perú.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ade y Economía. (2021). El sistema financiero: estructura y tipología de mercados financieros. Recuperado a partir de <https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-deempresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidaddidactica-4-el-sistema-de-financiacion-de-la-empresa/2-el-sistema-financieroestructura-y-tipologia-de-mercados-financieros>
- Arrascue, V. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso ferretería Kevin E.I.R.L. de Nuevo Chimbote, 2016.* (tesis de pregrado). ULADECH. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/13165>
- Artero, A., & Salinas, M. (2018). *Planeación estratégica de inversión y financiamiento en la creación de valor de las MYPES del sector ferretero en el municipio de Ahuachapán* (tesis de postgrado). El salvador: Universidad de El salvador, Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado a partir de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/18723/1/%e2%80%9cPLANEACI%c3%93N%20EST>
- Ayala, J. (2021). *Caracterización de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa Comercial Mary E.I.R.L. de Huaraz, 2018* (tesis de pregrado). ULADECH. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/23712>
- Barba, R. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso ferretería Anro E.I.R.L. de Barranca, 2017;* . Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/5514>
- Bendezú, F. (2020). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa From Chimbote E.I.R.L. – Nuevo Chimbote y propuesta de mejora, 2018.* (tesis de pregrado). ULADECH . Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/21046>
- Blas E. (2022). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del Perú “CONSORCIO TRUVAL S.R.L.” HUARI - ANCASH y propuesta de mejora, 2022*

- (tesis de pregrado). Peru: ULADECH. Recuperado a partir de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31277/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_BLAS_%20JARA_EUGENIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bruno, N., Dabós, M., & Grosz, F. (2020). DETERMINANTES DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL: UN SURVEY CON ÉNFASIS EN LATINOAMÉRICA. *Palermo Business Review*, 26, 43-86. Recuperado a partir de https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr26/PBR_26_03.pdf
- Casanova, & Bertrán. (2013). La financiación de una empresa. Recuperado a partir de https://books.google.com.pe/books?id=GiiOYuwAXqEC&printsec=frontcover&dq=costo+de+financiamiento+libro&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Castillo. (2018). *Financiamiento y desempeño financiero en las empresas del sector de actividades de alojamiento y de servicios en Ecuador* (tesis de postgrado). Ecuador: Universidad Técnica particular de Loja. Recuperado a partir de <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/22605/1/Castillo%20Cumbicus%2c%20Magaly%20Elizabeth.pdf>
- Castro, M. V. (2018). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de Perú: caso empresa "Grupo Olicruz"- Chimbote, 2015*. ULADECH. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/3509>
- Chain. (2022). Los sectores de producción y sus características. . Recuperado a partir de <https://retosoperaciones-logística>
- Chau. (2018). Rentabilidad económica. Recuperado a partir de <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbinacional-711589.aspx>
- Condori, T. (2022). Clasificación de las empresa por su naturaleza y la determinación de sus costos. Recuperado a partir de <https://www.udocz.com/apuntes/171481/clasificacion-de-lasempresas-por-su-naturaleza-y-la-determinación-de-sus-cost>

- Consejería de economía y hacienda. (2019). *Guía de financiación Europea para empresas*. Recuperado 09/06/2023 a partir de <https://cantabriaeuropa.org/documents/5564249/5565411/190930+GUIA+PYMES.pdf/220c0ed3-6101-b210-2755-f60e285cae4a?t=1569836561226>
- Erossa. (2020). Fuentes de financiamiento a mediano y largo plazo y su costo. Recuperado a partir de <https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>
- Ferruz, L. (2000). La Rentabilidad y el Riesgo en las Inversiones Financieras. Recuperado a partir de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/fin010/INICIO.HTML>
- Ferruz L. (2010). *La rentabilidad y el riesgo en las inversiones financieras*. Recuperado 11/08/2023 a partir de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/fin010/000f2.htm>
- Gallozo. (2017). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016* (tesis de pregrado). ULADECH. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/1194>
- García, A., & Taboada, E. (2012). Teoría de la empresa: las propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom. Recuperado a partir de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802012000100002
- García, M. (2014). *Introducción a las Finanzas*. Recuperado a partir de https://books.google.com.pe/books/about/Introducci%C3%B3n_a_las_Finanzas.html?hl=es&id=XdXhBAAAQBAJ&redir_esc=y
- Gerencie. (2017). Rentabilidad. . Recuperado a partir de <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>

- Gordillo, G., & Ramon, Y. (2019). *Análisis de la rentabilidad y endeudamiento de las sociedades del sector de fabricación* (tesis pregrado). Ecuador: Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias de la Administración. Recuperado a partir de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9550/1/15183.pdf>
- Grado, Á. (2011). Teoría de la estructura de capital y su impacto en la toma de decisiones de inversión y financiamiento. *Visión Gerencial*. *Visión Gerencial*, (1), 188-206., 1, 188-2526. Recuperado a partir de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890014.pdf>
- Hernández, & Fernández. (2020). Metodología de la investigación. Recuperado a partir de <https://www.esup.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herrera, D. (2020). *MSME Financing Instruments in Latin America and the Caribbean During COVID-19*. Washington, D.C. <https://doi.org/10.18235/0002361>
- INEI. (2020). *Estadística de las MYPES*. Recuperado 09/06/2023 a partir de <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme>
- Instituto Peruano de Economía- IPE. (2017). *Sistema Financiero. Instituto Peruano de Economía (IPE)*. Recuperado 11/08/2023 a partir de <https://www.ipe.org.pe/portal/sistema-financiero/>
- Kiziryan. (2016). *Rentabilidad*. Recuperado 11/08/2023 a partir de <http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Lapa, C. (2019). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso el WEKO E.I.R.L. Ayacucho, 2018* (tesis de pregrado). Uladech católica. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/22236>

- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., & Palich, L. (2007). *administración de pequeñas empresas. Enfoque emprendedor* (13.ª ed.). Santa Fe. Recuperado a partir de <http://books.google.com.pe/books?id=O2x9k6Lkv04C&pg=PA265&lpg=PA>
- Lozano I. (2020). Mypes: El problema del financiamiento va más allá del costo del crédito. *el comercio*. Recuperado 09/06/2023 a partir de <https://elcomercio.pe/economia/peru/mypes-el-problema-del-financiamiento-va-mas-alla-del-costo-del-credito-noticia/>
- Mántey, & Levy. (2003). Financiamiento del desarrollo con mercados de dinero. Recuperado a partir de 9789707014107
- Martínez, J. (2010). Análisis de estados contables: comentarios y ejercicios. En *Piramide* (4ta ed.). Madrid. Recuperado a partir de <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=6791028>
- Medina, F. S. (2019). Caracterización del financiamiento y rentabilidad en micro y pequeñas empresas del sector comercial del Perú. Recuperado a partir de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/13664/AUTOMOTRIZ_FINANCIAMIENTO_MEDINA_FLOREANO_SARITA_KATHERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Modigliani, F., & Miller, M. (1958). El costo del capital, las finanzas corporativas y la teoría de la inversión. *The American Economic Review*.
- Mondragón-Hernández, S. (2012). Marco conceptual de las teorías de la irrelevancia, del trade-off y de la jerarquía de las preferencias*. Recuperado a partir de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v12n30/v12n30a07.pdf>
- Noreña. (2019). El futuro de las MYPES. Recuperado a partir de : <https://cutt.ly/Xv8mSGU>
- OCDE. (2019). Índice de Políticas PYME: América Latina y el Caribe 2019. Recuperado a partir de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/04/indice-de-politicas-pyme-america-latina-y-el-caribe-2019/#:~:text=Las%20PYME%20representan%20m%C3%A1s%20del,de%20pol>

- Paredes R. (2018). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso Empresa Camal de pollos San Martín EIRL - Casma, 2016* (tesis de pregrado). ULADECH. Recuperado a partir de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_69f7d47c0bd11bc093e10d934ef2ade5
- Parodi, C. (2020). Ques es un sistema financiero. Recuperado a partir de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2020/02/que-es-un-sistema-financiero2.html/?ref=gesr>
- Pérez. (2013). Fuentes de financiación. Recuperado a partir de https://books.google.com.pe/books?id=NULIDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=TIP OS+DE+FINANCIAMIENTO&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Pérez, & Merino. (2013). Definición de penillanura. Recuperado a partir de <https://definicion.de/penillanura/>
- Ramos, A. (2019). *Formalización y el acceso a créditos financieros para los pequeños empresarios*. Universidad Nacional de Piura, Perú. Recuperado a partir de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1720/CCF-RAM-MAC2019.pdf?sequence=1&isAllowed=>
- Ricoy. (2005). La teoría del crecimiento económico. Recuperado a partir de <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf>
- Rivero. (2009). *Análisis de balances y estados complementarios*. (6ta ed.). Madrid. Recuperado a partir de <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=2355705>
- Rodríguez C. (2018). *Caracterización del financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Ferreterías de Huaraz, año 2016* (Tesis de pregrado). ULADECH. Recuperado a partir de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3847/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_RODIRGUEZ_HUAMAN_JUAN_RAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rojas, R. (2019). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro ferreterías distrito de Rupa Rupa, 2018*. (tesis de pregrado). Uladech Católica.
- Romero, E., & Romero, N. (2019). *Finanzas publicas* (1.^a ed.). Colombia. Recuperado a partir de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RzSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=finanzas+publicas&ots=-484Bza1-a&sig=01HKwjTJ7EaO6fKfC6DH5HxE6a4#v=onepage&q=finanzas%20publicas&f=false>
- Saavedra, A. (2018). Caracterización del financiamiento y rentabilidad en micro y pequeñas empresas sector comercio del Perú. Recuperado a partir de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5146/FINANCIAMIENTO_MYPE_SAAVEDRA_ASPAJO_DEYLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez. (2007). Dinero, Banco y Mercados Financieros. Recuperado a partir de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039379>
- Sánchez R. (2019). Caracterización del financiamiento y rentabilidad en micro y pequeñas empresas sector comercio del Perú. Recuperado a partir de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21499/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_Y_MYPE_SANCHEZ_ROMERO_YENIFER_NASHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santos, J. (1998). El costo del capital en la toma de decisiones. Recuperado a partir de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v01_n2/costo.htm
- SCIÁN. (2002). Sector comercio. Recuperado a partir de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/capitulo1.pdf>
- Suarez, A. (2020). *Estudio correlacional entre financiamiento y rentabilidad para empresas inmobiliarias del Ecuador* (tesis de postgrado). Ecuador: Universidad Católica de

- Santiago de Guayaquil. Guayaquil Ecuador. Recuperado a partir de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15019>
- SUNAT. (2019). Iniciando mi negocio SUNAT. Recuperado a partir de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- SUNAT. (2020). Características de las MYPES. Recuperado a partir de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- Torres P. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huaraz, 2017* (tesis de pregrado). Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/7810>
- Treynor, J. (1965). . How to rate management of investmentfund. *Harvard Business Review*, 43(1), 63–75, 43(1), 63-75. Recuperado a partir de <https://www.pm-research.com/content/iijpormgmt/18/2/7>
- Yaringaño E. (2019). *Financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de HUARAZ, 2018* (Tesis de pregrado). Peru: ULADECH. Recuperado a partir de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10393/FINANCIAMIENTO_MYPES_YARINGA%
c3%91O_MEZA_EVELYN_FRIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10393/FINANCIAMIENTO_MYPES_YARINGA%c3%91O_MEZA_EVELYN_FRIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ANEXOS:

Anexo 01. Matriz de consistencia lógica

Título de la tesis	Enunciado del problema	Objetivo general	Objetivos específicos:
Caracterización del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.”-Huaraz, 2023	¿Cuáles son las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023?	Identificar y describir las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar y describir el perfil del gerente y/o representante legal de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.2. Identificar y describir el perfil de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.3. Identificar y describir las características del financiamiento de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.4. Identificar y describir las características de la rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” de Huaraz, 2023.

Fuente: Elaboración propia, con la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Reciba Usted un cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación aportando datos, respondiendo a las preguntas del presente cuestionario, mediante el cual me permitirá realizar mi Informe de Tesis para Optar el Título de Contador Público.

El presente cuestionario tendrá como objetivo recopilar información acerca de la pequeña empresa con el fin de realizar el siguiente proyecto de investigación contable denominada, Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de la Pequeña Empresa Comercial Market Plaza Lucy S.R.L. Huaraz -2020.

Por esta razón solicito a usted, se sirva a responder a las siguientes proposiciones que a continuación se consignan, marcando con un aspa (X) la respuesta que considere correcta.

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL

(Cuestionario para objetivo específico 1)

1. Edad del representante legal : 42 años

Sexo:

- a) Masculino ()
- b) Femenino ()

- a) Si b) No
8. ¿La tasa efectiva de interés que le otorgaron fue baja? ¿cuál fue el porcentaje de interés?
- a) Si b) No
9. ¿El sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario formal?
- a) Si b) No
10. ¿El sistema que le otorgo mayores facilidades en el financiamiento fue el sistema bancario no formal?
- a) Si b) No

VI. RENTABILIDAD DE LAS MYPE

(Cuestionario para objetivo específico 4)

1. ¿Qué tipo de rentabilidad está sujeto su empresa?
- a. Rentabilidad economía ()
- b. Rentabilidad financiera ()
2. ¿Considera usted que la capacitación es una inversión?
- a) Si b) No
3. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?
- a) Si b) No
4. ¿Usted piensa que a mejor calidad de servicio su empresa tendrá mayores ganancias?
- a) Si b) No
5. ¿Cree usted que su rentabilidad en estos últimos años ha aumentado?
- a) Si b) No

Anexo 03. Validez del instrumento

Cuestionario de recojo de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Instrumento de recolección de datos (encuesta)

Instrucción: El presente cuestionario tendrá como objetivo recopilar información acerca de la pequeña empresa con el fin de realizar el siguiente proyecto de investigación contable denominada, Caracterización del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial “MARKET PLAZA LUCY S.R.L.” Huaraz, 2020.

Por esta razón solicito a usted, se sirva a responder a las siguientes proposiciones que a continuación se consignan, marcando con un aspa (X) la respuesta que considere correcta.

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL

(Cuestionario para objetivo específico 1)

1. Edad del representante legal : 42 años

Sexo: Femenino

a) Masculino ()

b) Femenino (X)

2. Grado de instrucción:

a) Ninguno () b) Primaria: Completa () c) Secundaria:

Completa (X) Incompleta ()

d) Superior No Universitaria: Completa () Incompleta () e)

Superior Universitaria: Completa (X) Incompleta ()

3. Estado Civil:


ROSEMARIE JAMANCA TINOCO
GERENTE
MARKET PLAZA LUCY S.R.L.
20602570357

- a) Soltero () b) Casado (X) c) Conviviente () d) Divorciado ()
e) Otros ()

4. Profesión: **INGENIERA** Labor: Gerente General

II. CARACTERISTICAS DE LA MYPE

(Cuestionario para objetivo específico 2)

1. ¿La empresa es formal?
a) Si (X) b) No
2. ¿La empresa es informal?
a) Si b) No (X)
3. ¿La empresa es una microempresa?
a) Si b) No (X)
4. ¿La empresa es una pequeña empresa?
a) Si (X) b) No
5. ¿La empresa tiene menos de 3 años en el rubro y mercado?
a) Si b) No (X)
6. ¿La empresa tiene más de 3 años en el rubro y mercado?
a) Si (X) b) No
7. ¿La empresa tiene menos de 5 años en el rubro y mercado?
a) Si b) No (X)
8. ¿La empresa tiene más de 5 años en el rubro y mercado?


ROSEMARIE JAMANCA TINOCO
GERENTE
MARKET PLAZA LUCY S.R.L.
20602578357

Si b) No

9. ¿La empresa tiene trabajadores permanentes?

a) Si No

10. ¿La empresa tiene trabajadores eventuales?

Si b) No

III. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE

(Cuestionario para objetivo específico 3)

1. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas públicas?

a) Si No

2. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de finanzas privadas?

Si b) No

3. ¿Su financiamiento de su empresa proviene de sus ahorros personales?

a) Si No

4. ¿Su financiamiento de su empresa fue por parte de amigos y parientes?

a) Si No

5. ¿Su financiamiento de su empresa fue por un préstamo en el banco?

Si b) No

6. ¿Su financiamiento fue a corto plazo?

Si b) No

7. ¿Su financiamiento fue a largo plazo?

a) Si No

8. ¿La tasa efectiva de interés que le otorgaron fue baja? ¿cuál fue el porcentaje de interés?

Si b) No

tasa interes 13% anual


ROSEMARIE JAMANCA TINOCO
GERENTE
MARKET PLAZA LUCY S.R.L.
20602578357

Anexo 04. Formato de consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Contabilidad)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Contables y Administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIAL "MARKET PLAZA LUCY S.R.L." HUARAZ, 2020 y es dirigido por Mejía Silva, Julio Cesar, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar y describir las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa comercial "MARKET PLAZA LUCY S.R.L." Huaraz, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de información. Si desea, también podrá escribir al correo: jc_m_s@hotmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: ROSEMARIE JAMANCA TINOCO

Fecha: 23/10/2020

Correo electrónico: MARKET PLAZA Lucy@gmail.com

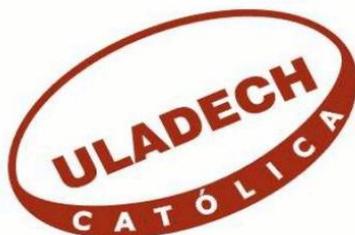
Firma del participante: 
ROSEMARIE JAMANCA TINOCO
GERENTE
MARKET PLAZA LUCY S.R.L.
20002570357

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 05. Consulta Ruc

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	20602578357 - MARKET PLAZA LUCY S.R.L.		
Tipo Contribuyente:	SOC.COM.RESPONS. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	27/10/2017	Fecha de Inicio de Actividades:	27/10/2017
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	JR. MONTE ROSA NRO. 233 INT. 302, URB. CHACARILLA DEL ESTANQUE LIMA - LIMA - SANTIAGO DE SURCO		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4630 - VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO Secundaria 1 - 4781 - VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS Secundaria 2 - 4649 - VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 28/02/2019		
Emisor electrónico desde:	28/02/2019		
Comprobantes Electrónicos:	BOLETA (desde 28/02/2019),FACTURA (desde 28/02/2019),GUIA (desde 16/08/2021)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 2310050000126) a partir del 01/02/2022		
Fecha consulta: 01/08/2023 11:42			

Anexo 06. Solicitud para validación de instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

“Año del bicentenario del Perú: 200 años de independencia”

Sr. Dr.C.P.C.C. Felix Rubina Lucas

Presente.-

Mediante la presente reciba un cordial y fraterno a nombre de la universidad católica los ángeles de Chimbote, escuela de contabilidad- Huaraz; luego para manifestarle que estoy desarrollando la tesis titulada Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de la pequeña empresa Comercial Market Plaza Lucy S.R.L. Huaraz -2020; por su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, solicito su colaboración en emitir su juicio de experto, para la validación de documento, cuestionario estructurado para las variables “Financiamiento y Rentabilidad” de la presente investigación.

Agradecido desde ya por su colaboración como experto, me despido de usted.

Atentamente.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Julio Cesar Mejia Silva", written over a horizontal line.

MEJIA SILVA JULIO CESAR

DNI: 70459136

Anexo 07. Matriz de validación firmado por el experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:
Encuesta dirigida a 3 trabajadores del área de administración y finanzas de la Pequeña Empresa Comercial Market Plaza Lucy S.R.L. de la ciudad de Huaraz.

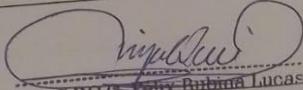
OBJETIVO:
Describir las características del financiamiento y rentabilidad de la pequeña empresa Comercial Market Plaza Lucy S.R.L. Huaraz -2020.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR
Rubina Lucas Felix

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR
D. CPCC en Ciencias de la Educación

VALORACIÓN:

CONDICIÓN DEL INSTRUMENTO	CALIFICACIÓN	
Debe modificar totalmente, el instrumento no es posible aplicarlo	Pésimo	
El instrumento debe ser modificado de acuerdo con las observaciones del experto	Regular	
El instrumento es bien elaborado y puede ser aplicado	Excelente	✓


Dr. C.P.C.U. *Rubina Lucas*
MATRICULA 06 - 946

FIRMA DEL EVALUADOR