

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**EL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO
– RUBRO LIBRERÍAS -AMARILIS, 2017.**

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

AUTOR:

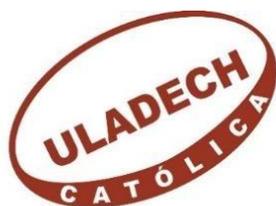
Br. JUAN CARLOS CAMPOS ALBORNOZ

ASESOR:

Mgtr. ROGER BOCANEGRA ARANDA

HUANUCO-PERU

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**EL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO
– RUBRO LIBRERÍAS -AMARILIS, 2017.**

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

AUTORA:

Br. JUAN CARLOS CAMPOS ALBORNOZ

ASESOR:

Mgtr. ROGER BOCANEGRA ARANDA

HUANUCO-PERU

2018

TÍTULO DE LA TESIS

EL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS SECTOR COMERCIO – RUBRO LIBRERÍAS -AMARILIS, 2017.

HOJA DEL JURADO EVALUADOR DE TESIS

DR. LUIS ALBERTO TORRES GARCIA
PRESIDENTE

MGTR. JULIO VICENTE PARDAVE BRANCACHO
MIEMBRO

MGTR. ELIAS AGRIPINO CASTILLO QUISPE
MIEMBRO

MGTR. ROGER ARMANDO BOCANEGRA ARANDA
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la Universidad “CATÓLICA LOS
ÁNGELES DE CHIMBOTE” – Filial
Huánuco por acogerme y formarme como
profesional.

A la Escuela Profesional de Contabilidad y
a los docentes por sus sabias enseñanzas.

Al personal administrativo de las MYPES
rubro librerías, por facilitarme su apoyo
en la elaboración y desarrollo de este
trabajo de investigación.

Al docente Mgtr. Roger Bocanegra Aranda
por su enseñanza y apoyo en la
materialización de este trabajo de
investigación.

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación estuvo dirigido a determinar en qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 50 Mypes en el rubro librería del distrito de Amarilis y para determinar dicha muestra se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, además se aplicó la prueba estadística de Pearson para comprobar la hipótesis de la investigación. Los resultados demostraron que la relación existente es positiva moderada entre el financiamiento y la rentabilidad de las Mypes rubro librería del distrito de Amarilis, además tras el coeficiente de determinación encontramos el hallazgo 18,61% de aceptación. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las Mypes rubro librería del distrito de Amarilis no es afectada significativamente por el financiamiento que experimentan, por lo tanto, no se acepta la hipótesis de investigación.

Palabras clave: Rentabilidad, financiamiento y librerías.

ABSTRACT

The present research was aimed at determining the extent to which financing influences the profitability of micro - and small - scale enterprises. Sector - bookstores - Amarilis, 2017.

The study was of quantitative type with a correlational - descriptive research design. We worked with a sample population of 50 mypes in the bookstore category of the Amarilis district and to determine this sample was used non-probabilistic sampling intentional, in addition was applied the Pearson statistical test to verify the research hypothesis. The results showed that there is a positive relationship between the financing and the profitability of the Amarilis district bookstore, in addition to the coefficient of determination, we found the 18.61% acceptance finding. This means that the profitability of the Amarilis district bookstore is not significantly affected by the financing they are experiencing, so the research hypothesis is not accepted.

Key words: Profitability, financing and bookstores.

CONTENIDO

	Pág.
CARATULA.....	I
TÍTULO DE LA TESIS.....	III
HOJA DEL JURADO EVALUADOR DE TESIS.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
CONTENIDO	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
2.2.1 EL FINANCIAMIENTO	25
2.2.2 PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	29
2.2.3 LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	33
2.2.4 BALANCE GENERAL	33
2.2.5 RENTABILIDAD	40
2.2.6 TIPOS DE RENTABILIDAD	41
2.2.7 FACTORES DE RENTABILIDAD EN LAS DECISIONES FINANCIERAS	45
2.2.8 IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD.....	48

III.	HIPÓTESIS	52
	3.1 HIPÓTESIS GENERAL.....	52
	3.2 HIPÓTESIS NULA	52
	3.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	52
IV.	METODOLOGÍA	53
	4.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	53
	4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	53
	4.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADORES	54
	4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	55
	4.5 PLAN DE ANÁLISIS.....	55
	4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA	56
	4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS	57
V.	RESULTADOS.....	58
	5.1 RESULTADOS.....	58
	5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS	82
VI.	CONCLUSIONES	84
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
	ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA N° 1. ¿CONOCE USTED, LOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO TALES COMO: PRÉSTAMO Y CRÉDITO, LEASING, PAGARÉ, PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS?	58
TABLA N° 2. ¿ES IMPORTANTE CONOCER EL PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SU EMPRESA?	59
TABLA N° 3. ¿TIENE USTED, CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SOBRE LAS FINANZAS PARA LAS PYMES?.....	60
TABLA N° 4. ¿SU FINANCIAMIENTO CON CAPITAL TERCERO SUPERA EL 50 % DE SU CAPITAL PROPIO?	61
TABLA N° 5. ¿DISPONE DE UN CAPITAL PROPIO SUFICIENTE QUE LE FINANCIE EL CAPITAL DE TRABAJO EN EL PERÍODO DE CRECIMIENTO DE VENTAS?	62
TABLA N° 6. ¿QUÉ ENTIENDE USTED POR EL CONCEPTO DE RENTABILIDAD?	63
TABLA N° 7. ¿USTED CONSIDERA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS VENTAS HAN AUMENTADO?.....	64
TABLA N° 8. ¿USTED EVIDENCIA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS GANANCIAS SE HAN INCREMENTADO?	65
TABLA N° 9. ¿CUÁL ES EL MARGEN DE UTILIDAD PROMEDIO EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA?.....	66
TABLA N° 10. ¿USTED CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO O FINANCIAMIENTO?	67

TABLA N° 11.	¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE INDICADORES DE RENTABILIDAD?	68
TABLA N° 12.	¿QUÉ TIPO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS USA PARA MEDIR SU RENTABILIDAD?	69
TABLA N° 13.	¿PARA USTED EL RUBRO LIBRERÍAS ES RENTABLE?	70
TABLA N° 14.	¿QUÉ TAN RENTABLE ES SU MYPE DEL RUBRO LIBRERÍAS?	71
TABLA N° 15.	¿DE ACUERDO A SU CRITERIO EL FINANCIAMIENTO PERMITE MEJORAR SU RENTABILIDAD?	72
TABLA N° 16.	¿CREE USTED QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA HA DISMINUIDO EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS?	73
TABLA N° 17.	¿CREE UD. QUE LA GANANCIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE ES LA MÁXIMA QUE PUEDE?	74
TABLA N° 18.	¿CÓMO AFECTA A LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA LOS CRÉDITOS QUE HA SOLICITADO?	75
TABLA N° 19.	¿CREE UD. QUE EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO SE HA VISTO INFLUENCIADO POR EL FINANCIAMIENTO?	77
TABLA N° 20.	¿CONSIDERA QUE EL PRÉSTAMO QUE RECIBIÓ HA SIDO FAVORABLE PARA SU EMPRESA?	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N° 1. ¿CONOCE USTED, LOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO TALES COMO: PRÉSTAMO Y CRÉDITO, LEASING, PAGARÉ, PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS?.....	58
GRÁFICO N° 2. ¿ES IMPORTANTE CONOCER EL PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SU EMPRESA?.....	59
GRÁFICO N° 3. ¿TIENE USTED, CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SOBRE LAS FINANZAS PARA LAS PYMES?	60
GRÁFICO N° 4. ¿SU FINANCIAMIENTO CON CAPITAL TERCERO SUPERA EL 50 % DE SU CAPITAL PROPIO?.....	61
GRÁFICO N° 5. ¿DISPONE DE UN CAPITAL PROPIO SUFICIENTE QUE LE FINANCIÉ EL CAPITAL DE TRABAJO EN EL PERÍODO DE CRECIMIENTO DE VENTAS?	62
GRÁFICO N° 6. ¿QUÉ ENTIENDE USTED POR EL CONCEPTO DE RENTABILIDAD?.....	63
GRÁFICO N° 7. ¿USTED CONSIDERA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS VENTAS HAN AUMENTADO?	64
GRÁFICO N° 8. ¿USTED EVIDENCIA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS GANANCIAS SE HAN INCREMENTADO?.....	65
GRÁFICO N° 9. ¿CUÁL ES EL MARGEN DE UTILIDAD PROMEDIO EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA?.....	66
GRÁFICO N° 10. ¿USTED CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO O FINANCIAMIENTO?	67

GRÁFICO N° 11.	¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE INDICADORES DE RENTABILIDAD?.....	68
GRÁFICO N° 12.	¿QUÉ TIPO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS USA PARA MEDIR SU RENTABILIDAD?.....	69
GRÁFICO N° 13.	¿PARA USTED EL RUBRO LIBRERÍAS ES RENTABLE?.....	70
GRÁFICO N° 14.	¿QUÉ TAN RENTABLE ES SU MYPE DEL RUBRO LIBRERÍAS?.....	71
GRÁFICO N° 15.	¿DE ACUERDO A SU CRITERIO EL FINANCIAMIENTO PERMITE MEJORAR SU RENTABILIDAD?.....	72
GRÁFICO N° 16.	¿CREE USTED QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA HA DISMINUIDO EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS?.....	73
GRÁFICO N° 17.	¿CREE UD. QUE LA GANANCIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE ES LA MÁXIMA QUE PUEDE?.....	74
GRÁFICO N° 18.	¿CÓMO AFECTA A LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA LOS CRÉDITOS QUE HA SOLICITADO?.....	75
GRÁFICO N° 19.	¿CREE UD. QUE EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO SE HA VISTO INFLUENCIADO POR EL FINANCIAMIENTO?.....	77
GRÁFICO N° 20.	¿CONSIDERA QUE EL PRÉSTAMO QUE RECIBIÓ HA SIDO FAVORABLE PARA SU EMPRESA?.....	78

I. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo titulado: EL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO – RUBRO LIBRERÍAS - AMARILIS, 2017, me he planteado absolver ¿en qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis?, además de verificar su importancia en la productividad de las Mypes.

Las MYPES generalmente no elaboran un presupuesto anual, el no establecer una proyección en base a los objetivos generales y específicos, así como la realización de planes estratégicos, planes operativos medidas de control y estructuración orgánica conlleva a avanzar sin una dirección u horizonte incierto.

La toma de decisiones en esta situación son soluciones a corto plazo, apresuradas sin medición de las repercusiones encaminando a la empresa a la salida del mercado.

Los empresarios deben entender que operar una empresa implica un nivel de riesgo del negocio ya que puede o no tener éxito. Además, se deben de enfocar en la capacitación ya que con estos mejorarán en el servicio eficiente y de calidad a los clientes y de esta manera se mejorará la rentabilidad.

Para realizar este estudio se hizo una investigación correlacional - descriptivo, haciendo uso del tipo de estudio cuantitativo. Este trabajo consta de V capítulos:

En el capítulo I se formula el problema de investigación, los objetivos, justificación.

El capítulo II se menciona algunos trabajos que se han realizado tratando de solucionar el mismo problema. Esboza el marco teórico elaborando los elementos teórico – conceptuales que enmarcan y guían el problema e hipótesis formulados.

En el capítulo III se diseña la Metodología de la Investigación operacionalizando las variables, identificando la población y analizando los instrumentos de recolección de datos.

En el capítulo IV se realiza el tratamiento de los resultados, para poder determinar la relación entre las variables de estudio, se presentará mediante gráficos y tablas.

En el capítulo V se presenta las conclusiones del trabajo de investigación.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se ha formulado el siguiente enunciado del problema:

- ¿En qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017?

Para lo cual se formuló el objetivo general:

- Determinar en qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

Y como objetivos específicos:

- Determinar en qué medida la eficiencia empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

- Determinar en qué medida la efectividad empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

- Determinar en qué medida el desarrollo empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

VELECELA (2013) en su trabajo de investigación titulado “*ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES*”, sustentada en la *Universidad de Cuenca de Ecuador* para optar el grado de Magíster en gestión y dirección de empresas, llegando a las siguientes conclusiones:

- la importancia de las PYMES no reside únicamente en su potencial redistributivo y su facultad para crear empleo, también cuenta su amplitud competitiva al ser incorporada al mercado en circunstancias ordenadas. El desenvolvimiento de este grupo de la economía en el país se ha catalogado por una gran variedad de decisiones efectuadas por una gran cantidad de actores; sin embargo, en la dimensión que la microempresa se difunda en importancia en la economía, también aumentará la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones, entre esta demanda de servicios se encuentra el financiamiento.
- Existe una problemática marcada en nuestro medio con respecto al financiamiento de las PYMES la que se puede resumir de la siguiente manera: En nuestro país, no existe una oferta estructurada de financiamiento para las PYMES; recién en los últimos años se han creado entidades financieras especializadas para estas empresas. Pero el empresario por su falta de cultura financiera no toma estas opciones.
- Existe demasiada informalidad en los propietarios de las PYMES.
- Problemas de escasez de trabajadores calificados, la Adaptación tecnológica y los recursos financieros.

- Los dueños o propietarios generalmente no están dispuestos a desarrollar un sistema administrativo que les permita visualizar su empresa a largo plazo.
- Se puede concluir que lamentablemente no existe un amplio material de apoyo sobre este tema, enfocado a una PYME con estructura sencilla, generalmente existen estructuras que se aplican a empresas grandes que poseen todos los Establecimientos Contables y Financieros, sin embargo, se ha tratado de acoplar esta información a una pequeña empresa.
- Se concluye que en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las PYMES, pues sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, consideran que sus procesos son tediosos y generalmente buscan la opción más cara pero que finalmente termina siendo la más rápida como es el caso de los prestamistas informales.
- Muchas de estas trabas que se le presenta al microempresario al buscar financiamiento formal están dadas por la Banca en General, se ha podido determinar que, para acoplarse a la estructura de las Pymes, son las propias instituciones bancarias las que se encargan de construir una estructura contable y financiera que les permita proceder a conceder un préstamo.

LARREA Y RODRÍGUEZ (2008), en su tesis denominada ***“DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO ÓPTIMA PARA EMPRESAS ECUATORIANAS: CASO AVÍCOLA FERNÁNDEZ S.A.”*** sustentada *Escuela Superior Politécnica del Litoral de Ecuador* para optar el Título de Ingeniería Comercial y Empresarial, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

- Conocemos que Avícola Fernández S.A. maneja su estructura de financiamiento de acuerdo a la teoría de la jerarquía de preferencias mencionada previamente, es por eso su preferencia por el capital propio y crédito directo con sus proveedores, con esto evitan tener problemas por asimetría de información.
- Las empresas familiares suelen ser un poco intuitivas al momento de establecer su estructura de financiamiento, esto explica las preferencias de Avícola Fernández S.A. al momento de endeudarse, pero sabemos que no basta la intuición al momento de tomar decisiones tan importantes para la compañía.
- Los factores determinantes utilizados en nuestro trabajo de investigación son los considerados como más influyentes al momento de decidir la estructura de financiamiento de la empresa, esto es: los escudos fiscales de la deuda, la rentabilidad económica, el crecimiento, el riesgo empresarial, el sector de actividad, el coste financiero, la emisión de nueva deuda y el entorno económico. Las expectativas optimistas de la bolsa también estimulan el endeudamiento de las empresas.
- El efecto del apalancamiento es la expresión más concisa de cómo el endeudamiento contribuye a elevar la rentabilidad de los recursos invertidos en la empresa, en este caso Avícola Fernández utilizó la emisión vía deuda para aumentar en un 75% su capital de trabajo y con ello ser más eficiente en sus procesos, al aumentar el capital de trabajo, es necesario que la empresa incremente su productividad en los procesos operativos que desarrolle, ya que el análisis histórico muestra que los costos generados son excesivos ya que en promedio son el 90% de los ingresos por ventas.

- El 25% de la emisión de obligaciones está dirigido a disminuir los pasivos de la compañía, en especial con proveedores de alimentos para cerdos y aves, que representan el 58% de las cuentas por pagar.
- Llevamos a cabo este estudio con el objetivo de conocer la estructura financiera que maximice el valor de Avícola Fernández S. A. Para lo cual realizamos un análisis de los Estados de Resultado proyectados para cada nivel de deuda, en el que hallamos que el punto óptimo donde la Empresa maximiza su valor en \$7'417,295.95 es del 70%, nivel factible para el cumplimiento de los objetivos de mejora de productividad de la empresa, en el 2007 este fue de 56.28% entre obligaciones bancarias y cuentas y documentos por pagar.

AGUILAR Y OTROS (2015), en su tesis ***“SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO Y EL ACCESO A FINANCIAMIENTO DE LAS PYMES” sustentada en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Ecuador***, donde concluyeron en lo siguiente:

- Actualmente, la Corporación Financiera Nacional ha creado fondos o instrumentos financieros para ayudar al financiamiento de las Pymes, tal es el caso del “Fondo de Garantía Crediticia” que ayuda a las micro y pequeñas empresas a obtener un crédito, siempre y cuando, cumpla todos los requisitos establecido por la organización. De la misma manera, estos instrumentos han sido mecanismos efectivos para fortalecer aquellos sectores productivos que representan una gran oportunidad de negocio.
- Por otra parte, las instituciones financieras que apoyan a las Pymes han sido muy flexibles en cuanto a los requerimientos del crédito.

- Del mismo modo, el mecanismo ecuatoriano es considerado un motor productivo, debido a que genera beneficios para ambas partes, tanto para las instituciones que otorguen el financiamiento como para los microempresarios. Además, que representa una contribución.

RÍOS (2014), en su tesis, ***“GESTIÓN DE PROCESOS Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE COURIER EN LIMA METROPOLITANA, 2012-2013”*** sustentada en la *Universidad de San Martín de Porres de Lima* para optar el título profesional de Contador Público, en cuya investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana al no desarrollar una buena gestión de calidad, no logran reducir los tiempos de entregas de las encomiendas a los distintos puntos del país, ocasionando que la cadena de valor se vea interrumpida disminuyendo la productividad.
- La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no han mejorado su productividad, debido a que no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones.
- Las empresas de Courier en Lima Metropolitana no apoyan a la gestión de compras ocasionando ineficiencias y demora en el proceso de despacho, afectando la rentabilidad financiera.
- La mayoría de las empresas de Courier en Lima Metropolitana no logran una mayor competitividad, debido a que no invierten en tecnología, lo que conlleva a incrementar el riesgo financiero en sus operaciones.

JIBAJA Y VITE (2010), en su tesis titulada **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN Y DE LA RENTABILIDAD DE LOS RESTAURANTES – POLLERIAS DEL DISTRITO DE PIURA”** sustentada en la *Universidad César Vallejo de Piura* para optar el título profesional de Administrador, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

- La expectativa y la percepción del servicio por parte de los clientes está cambiando continuamente (cada día son más exigentes), por lo que es conveniente que cada empresa, periódicamente evalúe la calidad del servicio prestado con relación a sus competidores.
- Determinar la rentabilidad de las pollerías permite saber si la empresa está cumpliendo con los objetivos para los cuales ha sido creada: generar utilidad para el dueño y/o los socios. De acuerdo al análisis obtenido, las pollerías objeto de estudio en promedio obtuvieron S/. 17,670 de utilidad en el año 2010, constituyendo un aumento relevante con respecto al año anterior que fue de S/. 6,749.84.
- El servicio brindado por el personal que labora en las pollerías del distrito de Piura, tiene gran aceptación por parte del público consumidor encuestado puesto que los mismos calificaron la atención recibida por estos como buena con un 68%.
- Aquellas pollerías que tienen un nivel alto de rentabilidad, está ocupado en primer lugar por pollerías que se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad, en segundo lugar, se sitúan aquellas que se encuentran ubicadas en las urbanizaciones y en tercer lugar aquellas que se ubican en asentamientos humanos.

- La utilidad neta de las pollerías estudiadas, se ve reflejada en las ventas que obtuvieron estas en el último año, dando como resultado una progresiva alza en su rentabilidad sobre las ventas, siendo esta de S/. 2.70 por cada S/. 1.00 invertido.
- El 28% del público consumidor encuestado refirió que acude a una determinada pollería en un primer momento basándose en la cercanía que estas tienen a su domicilio, este porcentaje está representado por aquellos consumidores que viven en los asentamientos humanos.
- El 53% de los consumidores encuestados concluyó que la decisión de volver a la pollería de manera frecuente está influenciada por el buen servicio de atención que recibieron de parte de estos establecimientos.
- El valor promedio de las ventas obtenidas por las pollerías para el año 2010 fue de S/. 529,384.96, las cuales reflejan un aumento significativo con respecto al año 2009 ya que las ventas promedio para ese año fueron de 467,899.95
- El 42%, de los consumidores a los que se encuestó afirmaron que asisten a las pollerías en forma mensual y un 39% afirmó que asiste quincenalmente, reflejando una gran cantidad de público identificado con la pollería a la que concurren siempre por estas fechas.
- El 67.68% de encuestados calificó como “Buena” la atención que recibieron por parte del personal, la calificación buena la comprenden en mayor proporción los establecimientos que se encuentran en zonas urbanas y céntricas.

VILLAORDUÑA (2014), en su tesis denominada ***“EFECTOS DEL FINANCIAMIENTO EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS EN LIMA METROPOLITANA”***, sustentada en la *Universidad de San Martín de Porres*,

para optar el grado de Doctor en Contabilidad y Finanzas, llegando a las siguientes conclusiones:

- Se pudo determinar que la evaluación financiera influye favorablemente en las políticas de las empresas de servicios en Lima Metropolitana.
- Se logró establecer que el respaldo financiero influye favorablemente en el logro de objetivos y metas en las empresas de servicios en Lima Metropolitana.
- Asimismo, se determinó que la rentabilidad financiera incide favorablemente en las estrategias de gestión las empresas de servicios en Lima Metropolitana.
- Se pudo establecer que la política crediticia de financiamiento de las entidades financieras incide en los resultados de gestión en las empresas de servicios en Lima Metropolitana.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 El financiamiento

Universidad del Pacífico (2013) en la revisión del material bibliográfico consultado sobre esta variable, se encuentran diferentes opiniones de los especialistas destacados en el tema, el Libro Financiamiento de inversiones nos dice: Existe un precepto que se conoce como la ley de las Finanzas y que expresa lo siguiente: “Toda adquisición de Activos fijos corrientes debe realizarse con financiamiento de corto plazo y toda adquisición de Activos Fijos o no corrientes debe hacerse con financiamiento de largo plazo”.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). “El financiamiento de un proyecto del sector privado o público sin posibilidades de recursos o con recursos limitados a los accionistas, por medio de la cual un patrocinador establece una compañía con fines especiales para construir y operar la infraestructura. Los ingresos del proyecto sirven de

respaldo del pago de intereses y el reembolso del capital a los financistas, así como, para generar una rentabilidad en la inversión de capital de los patrocinadores del proyecto. Los financistas no tienen recursos a los patrocinadores del proyecto o su recurso es limitado, si el patrocinador se compromete a asumir determinados riesgos del proyecto por montos superiores a los compromisos que lleva consigo su participación en el capital” (BID, 2007).

En este caso, existen otras alternativas para la financiación de las pequeñas y medianas empresas, así como los bancos comerciales, que promueven la competencia en el otorgamiento de la deuda, aunque este sector de acreditación no es atractivo para nosotros, las necesidades de estos negocios, los que se encargan en un entorno eficiente.

Universidad del Pacífico (2013) “entre estas últimas podemos señalar a las cajas rurales de ahorro y crédito, y las Empresas de Desarrollo de las Pequeñas y Microempresas (EDPYMES)”.

De tal forma se puede decir que las empresas afianzadoras y de garantía, como la fundación Fondo de Garantía para préstamos a la Pequeña industria (FOGAPI), que tiene la finalidad en garantizar todos los créditos otorgados a las Medianas y Pequeñas empresas, de tal manera que ellos puedan frecuentar en menores costos financieros.

Por otro lado, COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo) es responsable de adoptar las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas para promover el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

La Dirección Nacional del Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo de los programas de financiación y de formación y servicios de asesoramiento a pequeñas y medianas empresas, como el BONOMYPE.

En este contexto, el objetivo es identificar varias fuentes de financiación para estas empresas que es la base del desarrollo económico, reducir las tasas y aumentar el acceso al capital del mercado para el crecimiento del crecimiento.

El estado logro que más de la mitad de las ventas totales del Estado para las pequeñas y medianas empresas se envían directamente o indirectamente al Estado en estos casos PROMPYME (Centro para la promoción de la pequeña y Micro empresa) es responsable de la difusión de los procesos por el Estado.

De tal manera Rodríguez (1999) “nos menciona que para poder participar en las licitaciones que presenta el estado, es requisito la previa inscripción en el Registro Nacional de Proveedores (RNP) que administra el consejo Superior de Contratación y Adquisición del Estado (CONSUCODE), se espera que las tasas y requisitos permitan fomentar el desarrollo y competitividad de las Medianas y Pequeñas empresas”.

En el caso de que se produzca un error en el sistema operativo, se debe tener en cuenta que, en el caso de que se produzca un error, las declaraciones, los flujos de tesorería y otros informes financieros internos que cumplan con el futuro cumplimiento con los compromisos.

No sólo los intereses pertenecen a las condiciones económicas de un préstamo, sino también las comisiones, el seguro, los impuestos, los gastos de administración, los gastos de mantenimiento y otros conceptos que son generalmente menos exigentes antes de hacer un préstamo y son fundamentales para establecer las reales tasas de pago.

Como Gitma (1992) “nos menciona que es una de las funciones de las finanzas y por ende del administrador financiero, es buscar el financiamiento menos costoso por la empresa, en comparación con las alternativas existentes en el mercado. Por lo que para cumplir con este trabajo cotidiano en el área financiera es requisito indispensable

determinar la tasa efectiva real de todos los créditos provenientes del sistema financiero y optar por el menos, analizando también el flujo de caja de la empresa para su prepago”.

Gitma (1992) “nos hace referencia que en cuanto a las Instituciones de crédito, en nuestro país son reconocidas como tales los bancos, financieras, mutuales y cooperativas, pero existen también otras no reconocidas oficialmente que operan bajo la denominación de Banca paralela, estas instituciones practican diversas modalidades de crédito, por ejemplo: Préstamos en cuenta corriente o sobregiros, descuento de letras y pagarés; se diferencia de los anteriores por el cobro anticipado de los intereses, su costo, por lo tanto, es mayor. También hay un sistema que se llama factoring cuando lo hace el beneficiario. Estas operaciones pueden ser operaciones en moneda nacional o extranjera”.

Rivas (2003) “nos menciona que el crecimiento constituye el objetivo último de cualquier economía, cualquiera que sea su carácter. La prioridad otorgada a este objetivo se debe tanto al deseo de hacer frente al aumento de las necesidades individuales y colectivas como al de Afrontar en la forma más adecuada posible la competencia internacional. El crecimiento constituye el movimiento profundo de la totalidad de una economía, Luego de creada, una empresa en marcha necesita recursos financieros para atender su expansión o crecimiento. En otros términos, las nuevas inversiones en bienes de capital y en capital de trabajo que con lleva el aumento de la producción de las ventas, deben ser financiadas utilizando las fuentes de financiamiento con que cuenta toda empresa, internas y externas”.

Las inversiones y, por consiguiente, su financiación se puede clasificar según la duración en el corto, mediano y largo plazo, el primero se realiza fuera de un plazo entre un día y un año, en el medio, es más que un año y un año de menos de cinco.

En el caso de que se trate de un período de tiempo de espera para los períodos de más de cinco años, es importante determinar el período para qué inversión se requiere, debido a que los costos económicos dependen de ellos.

Para evaluar el costo del dinero o el financiamiento es necesario conocer tres conceptos básicos, tasa nominal, efectiva y real. La tasa nominal es cuando no se toman en consideración los periodos de capitalización o las fechas de vencimiento.

2.2.2 Planificación financiera

Según Rodríguez (1999) “hace referencia que con la dinámica actual de mercado y los constantes cambios del ambiente competitivo, las empresas también precisan cambiar y es necesario planear rápidamente. Agilidad, presupuesto eficiente, uso y adaptación de las previsiones y un análisis son la clave para gerenciar el proceso de cambio, con la finalidad de lograr el desempeño planeado”.

Rodríguez (1999) “menciona que la Planificación Financiera permite, la identificación por parte de la empresa de necesidades, la posibilidad de expansión, la viabilidad de su presupuesto para el mercado, la evaluación de una posible implementación de nuevos proyectos y sus costos, y la planificación de reservas para inversiones futuras”.

Otro aspecto importante de la planificación financiera es la posibilidad de que los gastos de extinción extinguidos que permitan al Director Financiero para anticipar y como suponer la realidad de la empresa y el mercado.

Planeamiento

Rodríguez (1999) “nos menciona que el planeamiento consiste en el establecimiento de objetivos y en la determinación de lo que deberá ser hecho y de qué forma esos objetivos serán logrados. En ese proceso el administrador utiliza informaciones referentes al pasado y al presente, o sea, los actos o medios en los cuales son elaboradas las previsiones que pueden ser hechas”.

Según Hoji (2000, p.359) “el planeamiento consiste en establecer, con anticipación, acciones que serían ejecutadas dentro de los escenarios y condiciones antes establecidas, estimándose los recursos que serían utilizados, y atribuyendo responsabilidades para lograr los objetivos fijados”.

Estos objetivos sólo se pueden realizar mediante un método de planificación de fondo estructurado.

La planificación financiera establece que los objetivos financieros no se pueden alcanzar. A un plan financiero, por lo tanto, la declaración de qué se ha de hacer en el futuro. En una situación de incertidumbre, se debe comprobar con gran anticipación.

En la preparación de una plan, es necesario adaptarse a la realidad económica en la que las empresas de origen. En el cortocircuito, las planificaciones financieras son importantes con el análisis de las decisiones que afectan a los activos y las sucesivas. Se ha citado frecuentemente en la emergencia de los agentes económicos y de las transacciones bancarias. El plan financiero permite que se determine el tipo y la naturaleza de la financiación.

Rodríguez (1999) “nos menciona que el suceso de la operación, del desempeño y de la viabilidad a largo plazo de cualquier negocio depende de una secuencia continua de decisiones individuales y colectivas tomadas por el equipo gerencial. Cada una de esas decisiones, en última instancia, ocasiona un impacto económico, para mejorar o

empeorar el negocio. El planeamiento financiero, a través de sus métodos, formaliza el procedimiento por lo cual las metas financieras deben ser logradas, integrando las decisiones de inversiones y financiamientos en un único plan de la empresa. Ventajas de la utilización de planes financieros De acuerdo con Gitman (Onceava Edición del Libro)”. “Principios de Administración Financiera 2011, p. 608) los planes financieros a largo plazo (estratégicos) sirven como guía en la preparación de los planes financieros a corto plazo (operacionales) (...)”.

Los planes de corto plazo de los planes de negocios se visualizan en un período de uno a dos años, y de largo plazo rango de rango de dos años. Por supuesto, estos períodos varían según la actividad y los intereses de la organización.

Ya Ross (1995) “nos afirman que el planeamiento financiero debe incluir algunas directrices, como la identificación de las metas financieras de la empresa, y un análisis de las diferencias entre esas metas y la situación financiera corriente de la empresa, y un enunciado de las acciones necesarias para que la empresa logre sus metas financieras. Con esa línea de pensamiento, se observa que debe ser hecho, inicialmente un análisis de las opciones de financiamiento e inversión que la empresa dispone, así como una evaluación de desempeño con relación a los objetivos establecidos en el inicio del plan financiero. En la implementación del plan es fundamental un itinerario y ajustes de las proyecciones, en función de las variaciones del ambiente interno y externo de la organización”.

Según Brealy y Muers (1998) “dicen que hay dos factores relacionados al proceso de planeamiento financiero que por sí solos ya poseen gran importancia para las organizaciones: primero el factor de que el planeamiento impone a los gestores proyectar los efectos conjugados de todas las decisiones, de inversiones y

financiamientos de las empresas y según la necesidad de reflexionar sobre los posibles acontecimientos que podrán afectar, directa o indirectamente, la empresa, así como la formulación de estrategias y alternativas para combatir posibles dificultades o de aprovechar nuevas oportunidades”.

Condiciones mínimas para la elaboración del Planeamiento Financiero

A continuación, se fundamentan en dos condiciones mínimas para la elaboración del Planeamiento Financiero:

- Estructura de organización definida Debe existir nivel jerárquico, interdependencia de las áreas, líneas de comunicación ascendente y descendente, delegación de responsabilidades.
- Fijación de objetivos en la empresa Además de los objetivos específicos que cada empresa anhela, existen otros objetivos generales, directos o indirectos, en el proceso de inversión, tales como tasa de retorno sobre inversión; participación de mercado; aumento de los lucros y disminución de los costos (captación de recursos).

Para Ross et al. (1995) “hay algunas políticas básicas en las que la empresa debe decidir a modo de planificación financiera, crecimiento y beneficio. Estas incluyen: inversión para su rentabilidad; o la cantidad de indebidas que la empresa intenta adoptar; la cantidad de dinero de la compañía es adecuada y necesaria para el pago”.

En el caso de los planes de largo plazo, es aconsejable para elaborar planes alternativos, especialmente en el caso de los planes de largo plazo.

En el caso de que se inicie una política de proyección, será necesario identificar la tendencia a la hora de discutir las decisiones sobre el comportamiento de las futuras ventas, los costes de venta, los costes y los gastos que implica a los flujos de efectivo.

Se debe realizar un análisis riguroso de los cambios en el mercado. Este análisis, en particular, se basa en escenarios que, en alguna forma, pueden tener un impacto en los resultados

2.2.3 Los estados financieros

Las declaraciones financieras, también se refieren a las declaraciones financieras, se reportan utilizadas por las instituciones para dar a conocer de la situación económica y financiera y los cambios que experimentan en cualquier fecha o fecha. Esta información es muy útil para la administración y para los reguladores de cuerpo y otros grupos de interés, incluyendo accionistas y acreedores.

“El objetivo de los estados financieros es proveer información sobre el patrimonio del ente emisor a una fecha y su evolución económica y financiera en el período que abarcan, para facilitar la toma de decisiones económicas”. (Concha, C 2008).

Las declaraciones financieras son los documentos que se va a preparar por la empresa en el final de cada año para calcular la posición económica y los resultados económicos obtenidos en las actividades de la empresa durante un período de tiempo.

Clasificación de los estados financieros básicos

- El Balance General o Estado de Situación Financiera
- El Estado de Resultados Integrales o de Ganancias y Pérdidas
- El Estado de Flujos de Efectivo.

2.2.4 Balance general

El Balance General presenta la situación financiera del ente económico a una fecha determinada. Este documento contable refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado. Consta de tres componentes, el activo, el pasivo y el

patrimonio. El activo muestra todos los bienes y derechos que posee el ente. El pasivo refleja las obligaciones o compromisos que tiene el ente a corto, mediano y largo plazo. El Patrimonio es la diferencia entre los activos y los pasivos de la empresa en una determinada fecha. Es decir, que el patrimonio neto consiste en la diferencia entre el activo y el pasivo, considerando por pasivo únicamente las obligaciones frente a terceros.

El Balance General cumple con dos propósitos fundamentales:

- Ofrecer información a usuarios externos del ente económico.
- Es la fuente de información a gerentes y demás ejecutivos de la organización para la toma de decisiones financieras.

Sánchez (2002) “nos hace referencia que el activo suele subdividirse en inmovilizado y activo circulante. El primero incluye los bienes muebles e inmuebles que constituyen la estructura física de la empresa, y el segundo la tesorería, los derechos de cobro y las mercaderías. En el pasivo se distingue pasivo a largo plazo y pasivo circulante. El pasivo a largo plazo lo constituyen las deudas a largo plazo y el pasivo circulante son capitales ajenos a corto plazo. Existen diversos tipos de balance según el momento y la finalidad. Es el estado básico demostrativo de la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad”.

En el caso de que se produzca un cambio en la calidad de la información, que incluye el pasivo, activo y todo lo referente al patrimonio.

Estado de resultados integrales

Sánchez (2002) “nos menciona que es un documento donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable, además de mostrar el

resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación económica de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa”.

De tal manera que Sánchez (2002) “nos hace referencia que al igual que en el balance general, el estado de pérdidas y ganancias se considera como la herramienta financiera más útil para evaluar la gestión económica realizada por la empresa y sirve como orientador en la toma de decisiones. La presentación varía de acuerdo a la actividad económica de la empresa”.

La declaración de ingresos resume las operaciones de ingresos y gastos que se producen en un período para determinar el beneficio o la pérdida que la empresa obtenida en las actividades de operaciones.

La presentación de los elementos en la cuenta de pérdidas y ganancias iniciales y procedentes de la venta de los bienes o servicios, desde los que se deducen costos y gastos administrativos y de venta, obteniendo la ganancia o pérdida operativa.

Sánchez (2002) “nos dice que adicionalmente, en el Estado de Pérdidas y Ganancias se presentan ingresos y gastos de naturaleza diferente a las que son del giro del negocio; los que se conocen como otros ingresos y gastos. Si a la utilidad de operación se le adicionan los otros ingresos y se le deducen los otros gastos, se obtiene la utilidad neta del período”.

Por fin de esta última utilidad se deben estimar los respectivos impuestos, para obtener los beneficios después de impuestos.

Algunas cuentas del estado de resultados son:

Ingresos: Incremento patrimonial originado por la prestación de un servicio o la venta de un producto, relacionados con el giro del negocio.

Gastos: Expensas necesarias para producir los ingresos, relacionados también con las operaciones de la empresa.

Costo de Ventas: Representa el costo de los productos terminados y vendidos en una empresa industrial y el costo de mercaderías vendidas en una empresa comercial.

Estado de flujos de efectivo

La instrucción de flujo de tesorería permite la identificación de los errores encontrados y utilizados en las actividades de operación, inversión y financiación. Se permite analizar todas las actividades que afectan a los cambios de nivel de eficacia.

Para Sánchez (2002) “nos refiere que el objetivo del Estado de Flujo de Efectivo es presentar información pertinente y concisa, de las entradas y salidas de efectivo de un ente económico, durante un periodo determinado; así se puede establecer la capacidad de la empresa para generar flujos futuros de efectivo. Se puede evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presentados en el efectivo, y establecer las diferencias entre la utilidad neta y los ingresos y egresos. Para efectuar un análisis adecuado, se debe encontrar claramente las variaciones del efectivo en un periodo determinado debido a la influencia de las actividades de”:

Operación: Ocasiona efectos en los resultados de la empresa y se relacionan con la producción y generación de bienes y con la prestación de servicios.

Inversión: Incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición y venta de inversiones y todas las operaciones consideradas como no operacionales.

Financiamiento: Estas actividades se refieren a la obtención de recursos de los propietarios o terceros y el reembolso de rendimientos.

El flujo de efectivo demuestra la liquidez de la empresa y la capacidad para cumplir con todas las obligaciones en ese momento. Las empresas deben disponer efectivamente las entradas y salidas de efectivo con el fin de mantener una situación regular ante la Administración.

Ratios Financieros

Sánchez (2002) “se refiere que teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores se recurren a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero a la empresa y su funcionamiento. Estos indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas expertos y capaces tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros”.

Para esto Sánchez (2002) “se refiere que el análisis de las razones financieras involucra dos tipos de comparaciones. En primer lugar, el analista puede comparar una razón presente con las razones pasadas y futuras esperadas para la misma compañía. La razón circulante (razón de activo circulante o pasivo circulante) para el final del año actual podría ser comparada con la razón circulante del final del año anterior. Cuando las razones financieras correspondientes a varios años se presentan en una hoja de cálculo, el analista puede estudiar la forma en que se da el cambio y determinar si ha habido una mejoría o un empeoramiento en las condiciones y desempeño financieros a través del

tiempo. Las razones financieras pueden ser calculadas para proyecciones, estados proforma y comparadas con las razones presentes y pasadas. En las comparaciones a través del tiempo, lo mejor es comparar no solo las razones financieras sino también las cifras absolutas”.

Objetivos del método de ratios financieros

Según Rivas (2003) “menciona que los ratios financieros tienen por objetivo facilitar la interpretación de los estados financieros y traducir esta información proporcionada en índices y porcentajes, que permitan desarrollar una aproximación relativa de la información financiera de la empresa, con el propósito de que sirva de base para el diagnóstico financiero. Es decir, presentar un "Cuadro Resumido" de los indicadores financieros que sean capaces de revelar algunas tendencias y apoyar el análisis efectuado vía masas financieras, de manera que permitan un juicio de valor rápido”.

Tipos de razones

Las razones financieras pueden agruparse en cuatro tipos; de liquidez, deuda, rotación y rentabilidad.

Razones de liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Se hacen más fáciles para analizar la situación financiera de la compañía en comparación con otros, en los casos en que las razones se limitan al análisis de activos y pasivos.

Para esto Rivas (2003) “nos dice que una buena imagen y posición frente a los intermediarios financieros requiere: mantener un nivel de capital de trabajo suficiente para llevar a cabo las operaciones que sean necesarias para generar un excedente, que permita a la empresa continuar normalmente con su actividad y que produzca el dinero suficiente para cubrir las necesidades de los gastos financieros que le demande su estructura de endeudamiento en el corto plazo”. Estos ratios son cuatro:

Ratio de liquidez general o razón corriente

La pérdida de la tasa de liquidación se obtiene dividiendo los activos actuales en la cuenta actual. Los activos incluyen, el efectivo y el efectivo equivalentes, los pagos a cobrar, los valores de compensación y los valores negociables. Esta proporción es la principal medida de liquidación y muestra que la relación de la proporción de la deuda baja está cubierta por activos, que se trasladan en efectivo a causa de la madurez de la deuda.

Ratio prueba ácida

Este indicador indica que cuando desactiva los activos que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más detallada de la oferta de la empresa para pagar en el corto plazo. Esto es más grave que la anterior, y se trata de un inventario de activos actuales y de dividir esta diferencia entre el actual pasivo. Las existencias se detienen desde el análisis debido a que los activos no se liquidan y se pierden más pérdidas en el caso de una interrupción.

Ratio de liquidez absoluta o ratio de efectividad o prueba superácida

Según Rivas (2003) “nos dice que permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo. Considera únicamente los activos mantenidos en efectivo y equivalente de efectivo y los valores negociables; descartando la influencia de la variable tiempo y

la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. Calculamos este ratio dividiendo el total de los saldos de efectivo y equivalente de efectivo entre el pasivo corriente”.

Ratio capital de trabajo

Su definición se conceptualiza como una relación entre los activos actuales y el actual pasaporte; no es una relación en términos de un elemento 20 separados entre otros. Que es la diferencia entre los activos actuales de la cuenta corriente; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día.

2.2.5 Rentabilidad

Según Gitman, J. (1992), la rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital.

Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de esta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades.

Por lo tanto la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe aumentar el riesgo y al contrario si quiere disminuir el riesgo debe disminuir su rentabilidad.

Según Guiltinan, J. (1984), plantea que la rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrando a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión de la empresa.

Baca, G. (1987), desde el punto de vista de la inversión de capital, la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una empresa o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto.

Integrando las anteriores definiciones se puede afirmar que al tratar de definir la rentabilidad lo que cambia es en el enfoque desde donde se mire.

El concepto y no su esencia, razón por la cual se puede afirmar que la rentabilidad es el porcentaje o tasa de ganancia obtenida por la inversión de un capital determinado.

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{utilidad o ganancia}}{\text{inversión}} \times 100$$

2.2.6 Tipos de rentabilidad

Rentabilidad Económica

Según Rivas (2003) “nos menciona que la rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto al capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total). Es totalmente independiente de la estructura financiera de la empresa”.

La rentabilidad económica R.E. O ROA se puede calcular con

$$\text{R.E.} = \frac{\text{Beneficio económico}}{\text{Activo total}}$$

Esta cifra expresa la capacidad que una empresa tiene para realizar con el activo que controla, sea propio o ajeno.

Ante esto Rivas (2003) “nos menciona que la rentabilidad económica es útil para comparar empresas dentro del mismo sector, pero para empresas en distintos sectores económicos (por ejemplo, siderurgia y comercio) ya que cada sector tiene necesidades distintas de capitalización”.

Rentabilidad Financiera

De tal forma se relaciona el beneficio económico a los recursos necesarios para hacer provechoso. En el caso de la empresa, es compatible con los beneficios de la empresa del receptor, que son los únicos proveedores de capital que no tienen fijos.

La rentabilidad Financiera ROE, se calcula:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Beneficio neto antes de impuestos}}{\text{Fondos Propios}}$$

Por ejemplo si se coloca en una cuenta un millón y los intereses generados son cien mil, la rentabilidad es 10 %. La rentabilidad de la cuenta se calcula dividiendo la cantidad generada y la cantidad que se ha necesitado para generarla.

Rentabilidad sobre ventas

De tal manera Olivera (2002) “nos refiere que este tipo de rentabilidad mide el margen sobre venta, o sea, la relación entre las utilidades netas y las ventas totales. La utilidad neta, significa la utilidad obtenida después del pago de intereses”.

Olivera (2002) “nos dice que el margen sobre ventas es la primera fuente de rentabilidad de la empresa. Las otras medidas de rentabilidad dependen de ella, es decir,

si la rentabilidad sobre ventas es nula, la rentabilidad económica y rentabilidad financiera también lo son”.

Existen las siguientes formas de mejorar la rentabilidad sobre ventas:

- Aumentando el precio promedio neto del producto
- Disminuyendo su costo

Fórmula para calcular la rentabilidad sobre ventas:

$$\text{Margen sobre ventas (R.O.S.)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

Rentabilidad de un proyecto (o de un producto)

La rentabilidad de un producto o un proyecto en relación con los beneficios actuales y las inversiones necesarias para llevar adelante el proyecto y negociar el producto. Por lo mismo hemos calculado el retorno en la inversión.

Fórmula para calcular la rentabilidad de un proyecto o un producto:

$$\text{Rentabilidad de un proyecto o u producto (R.O.I.)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

Rentabilidad Social

Nos dice Olivera (2003) “que el beneficio que obtiene la sociedad de un proyecto de inversión o de una empresa determinada, destinando los recursos a los mejores usos productivos posibles, dichos beneficios se estiman utilizando precios sociales y los criterios aplicados por la evolución de proyectos”.

Indicadores de Rentabilidad:

Son adecuados para medir la rentabilidad de la gestión de la compañía para controlar los costos y los costos y, desde este suceso, convertir las ventas en los servidores públicos.

Los más utilizados son:

Margen bruto de utilidad

Muestra el porcentaje de las ventas netas que permite a las empresas cubrir sus gastos operativos y financieros.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruto}}{\text{Ventas netas}}$$

Margen neto de utilidad

Mide los beneficios que obtiene la empresa por cada unidad vendida

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

Margen operacional

Indica la cantidad de ganancias operativos por cada unidad vendida.

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

Evaluación de la Rentabilidad

La evaluación de la rentabilidad es esencial para alcanzar y mantener objetivos para cada producto de inversión.

Los métodos más comunes de evaluación de rentabilidad son los siguientes:

- Tasa de retorno sobre la inversión
- Tasa de retorno sobre la inversión promedio
- Valor presente
- Tasa interna de retorno
- Tiempo de repago

ÍNDICE DUPONT

Sirve para determinar qué tan rentable ha sido un proyecto. Para esto utiliza el margen de utilidad sobre las ventas y la eficiencia en la utilización de los activos.

Básicamente, la rentabilidad de una empresa está dada por estos dos aspectos.

$$\text{Índice Dupont} = (\text{utilidad neta/ventas}) * (\text{ventas/activo total})$$

2.2.7 Factores de rentabilidad en las decisiones financieras

Intensidad del capital: Es una relación financiera. Esta relación, mide la capacidad de la empresa para utilizar eficazmente sus activos. En esencia, la intensidad del capital muestra la cantidad de inversión en activos fijos, que se requiere durante un periodo determinado, para producir y generar ingresos por ventas.

La fórmula de relación real que mide la intensidad de capital son los activos totales divididos por los ingresos de ventas de un periodo especificado.

Modificar las bases de diferenciación: Una empresa se diferencia de las demás en su mismo sector por una o más características que hacen que sus clientes elijan sus productos. A mayor grado de diferenciación, menos competencia. A menos diferenciación, más competencia y menos ganancias.

Ampliar el alcance del producto y el mercado: cada empresa produce y vende concentrándose en determinados clientes, áreas geográficas y segmentos de mercado. Cambiar o ampliar esas variables puede producir innovación y mejora en el desempeño de la empresa.

Aplicar las capacidades básicas en otras oportunidades de negocio: Las capacidades básicas son lo que una empresa sabe hacer. Son habilidades, destrezas. Para identificar una capacidad básica uno debe preguntarse, ¿qué cosa se hacer?

- Mejor que los demás.
- Que sea valioso para mis clientes.

Reutilizar activos estratégicos: Los activos estratégicos son los activos de la empresa. Estas no son técnicas. En el caso de que se trate de una persona que no sea de su familia, Estos activos también se pueden utilizar para desarrollar nuevas unidades de negocio o tomar ventaja de nuevos negocios de negocio.

Modificar la ejecución y el apoyo: La ejecución y el apoyo es la forma en que una empresa llega a los clientes, los canales comerciales que usa y los servicios y el apoyo que les presta a sus clientes. Modificando cualquiera de estas variables una empresa puede ampliar su mercado y/o su rentabilidad.

Aprovechar la información sobre los clientes: En relación con los clientes se recogen conocimientos e información que son potencialmente valiosos para el desempeño de la empresa. La forma en la que la empresa interpreta y utiliza esa información puede ser muy valiosa en términos económicos.

Crear y aprovechar la comunidad con los clientes: En muchos casos las relaciones entre clientes y empresa van más allá de la pura relación económica. Hay cierta lealtad de los clientes o inclusive identificación con la marca o la empresa. Esas situaciones,

relativamente poco frecuente, pueden ser creadas, estimuladas, para crear lazos entre clientes y empresa que tengan un componente más fuerte o más profundo que el sólo intercambio económico.

Modificar la estructura de precios: Hay varias alternativas en cuanto a la forma de cobrar a los clientes. Se puede cobrar por un producto, por un servicio, por una membresía, se puede cobrar directa o indirectamente por un tercero, se puede cobrar por un paquete o por cada componente por separado, se puede cobrar un precio fijo o se puede cobrar por tiempo, se puede cobrar en efectivo o en especie.

Incorporar los proveedores al modelo de negocio: Los proveedores son quienes están antes que nuestro emprendimiento en la cadena de valor.

Olivera (2002) “nos dice que tener una relación privilegiada o estrecha con ellos puede darle a la empresa una ventaja. Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante”.

Integración Vertical: Comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización.

Dichas decisiones son las siguientes:

- Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
- Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
- Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

2.2.8 Importancia de la rentabilidad

De tal modo Angulo, Myriam; Sarmiento, Julio (2000) “nos dice que la Rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. La rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión, de la empresa. La Rentabilidad es una medida de evaluación empresarial que está relacionada con las ventas, los activos o capital. Esta evaluación permite conocer las ganancias obtenidas por la empresa con respecto a las ventas, activos o inversión generada por la misma. La Rentabilidad mide en general la eficiencia en la gestión por parte de la gerencia mediante el uso adecuado de los recursos”.

Para Chacón, Galia (2007) “menciona que la Rentabilidad Empresarial es un concepto amplio, que representa sólo una de las medidas a través de las cuales se pueden evaluar los resultados organizacionales. Esta medida es un elemento central del análisis económico de la gestión empresarial. Los objetivos financieros difieren en cada fase del ciclo de vida de un negocio pero tienen que ver con la rentabilidad, el crecimiento y el valor para el accionista, medidos por beneficios de explotación, rentabilidad sobre activos, rendimientos sobre inversiones, valor económico agregado, etc. aportando, así, un conjunto de indicadores generales para aumentar los ingresos, reducir los costos y optimizar el uso de los activos”.

La ventaja competitiva es un indicador de vital importancia a través de una evaluación de los resultados obtenidos por la empresa y, al comparar los ingresos obtenidos con los recursos utilizados, proporcionar los elementos económicos y financieros que permitan

elegir entre diferentes alternativas que permite evaluar la eficiencia en el uso de los recursos asignados y determinar dónde obtienen los objetos de la organización.

Portillo Bollat, Rodolfo (1999) “nos dice que la Rentabilidad es una condición necesaria para la existencia de las empresas y es un medio para alcanzar ciertos fines, sin embargo no es un fin en sí mismo. Las utilidades tienen su razón de ser en la misma empresa, ya que si no hay utilidades, no puede haber empresa. En este sentido si bien es cierto que las utilidades no son más que un medio, es importante señalar que todo tipo de empresa, lucrativa o no, necesita tener como meta lograr un diferencial positivo entre los ingresos y gastos de su actividad específica para sobrevivir y cumplir con su misión social”.

Ya que la Rentabilidad es el resultado de varias políticas y decisiones, este objetivo se puede alcanzar solamente si la empresa está encaminada hacia direcciones claramente definidas. Para esto, los administradores deben contar con herramientas sofisticadas que los ayuden a formular estrategias y a tomar decisiones acertadas que hagan más eficiente la empresa, es decir que todos los miembros de la organización logren el máximo beneficio posible con la menor cantidad de tiempo y de recursos disponible, y esto no es más que buscar el máximo de Rentabilidad según las circunstancias. La Rentabilidad es importante y necesaria para la existencia de cualquier empresa, y son las utilidades obtenidas a partir de la eficiencia con que se maneja la organización y el resultado de la rentabilidad que genera la empresa las que deciden la existencia de la misma. Pero esta Rentabilidad que se genera dentro de la empresa es la conjugación de políticas y decisiones que se deben tener en cuenta ya que estas decisiones acertadas o no derivaran en un incremento o disminución de la Rentabilidad de la organización, el análisis de la Rentabilidad entonces se constituye como un elemento importante de medición que va a servir para orientar a los administradores hacia la búsqueda de los principales factores que inciden en la Rentabilidad de la empresa. Para Francisco

(1998): El resultado y el análisis de Rentabilidad están ahora llamados a evaluarlo que los autores han denominado con diferentes expresiones: el grado de eficiencia, la trayectoria de la empresa, el nivel de ejecución, la eficacia global, cómo la empresa ha sido dirigida, la eficiencia y los resultados funcionales, la gestión empresarial o la gestión de la dirección, entre otras. Los ratios de rentabilidad constituyen la síntesis usual del análisis económico-financiero, en cuanto que muestran la eficiencia conseguida en la aplicación de los capitales económico y financiero.

Sánchez (2002) “nos dice que el análisis de la rentabilidad permite evaluar la gestión empresarial a partir del análisis económico – financiero cuya conjugación permite medir el grado de eficiencia con que se han manejado los recursos de la empresa, además la medición de la rentabilidad va a informar sobre aspectos positivos o negativos en cuanto al futuro de la organización y valor de esta en el mercado. También puede destacarse la importancia de la rentabilidad como medida de la capacidad de crecimiento y de conseguir financiación, de comparabilidad con otras empresas, etc”.

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

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional.

Es por ello que, con esta teoría se concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el

inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

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

El modelo de mercado de Sharpe surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz.

Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos.

Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente.

Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título.

Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del modelo diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general (Ha)

- El financiamiento influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

3.2 Hipótesis nula (Ho)

- El financiamiento no influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

3.3 Hipótesis específicas

- La eficiencia empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.
- La efectividad empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.
- El desarrollo empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.

Variable 1 = El financiamiento

Dimensiones = Eficiencia empresarial, Efectividad empresarial, Desarrollo empresarial

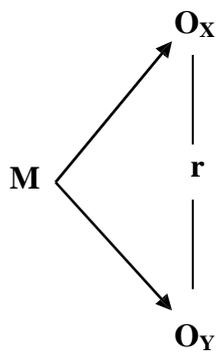
Variable 2 = Rentabilidad de las MYPES

Dimensiones = Toma de decisiones, Rentabilidad financiera, Riesgo financiero

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación a utilizar es el diseño correlacional – descriptivo. Hernández (2009), dice que es correlacional porque se va a determinar de grado de influencia entre las variables de estudio (variable dependiente y variable independiente). Y su esquema es la siguiente:



Dónde:

M = es la muestra de estudio.

O_X = observación a la variable: el financiamiento.

O_Y = observación a la variable: la rentabilidad.

r = relación entre las variables de estudio

4.2 Población y muestra

Población. En la presente investigación está constituida por 50 MYPES del sector comercio rubro librerías, que se encuentran relacionados con el tema de Investigación.

Muestra. La muestra se determinó por un muestreo no probabilístico, esto quiere decir que se seleccionó la muestra de manera intencional y de conveniencia del investigador, en este caso la muestra de estudio está constituido por 50 MYPES del sector comercio rubro librerías del distrito de Amarilis.

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 El financiamiento	Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.	<p>Eficiencia Empresarial</p> <p>Efectividad empresarial</p> <p>Desarrollo empresarial</p>	<p>Grado de eficiencia empresarial.</p> <p>Grado de economía empresarial.</p> <p>Grado de efectividad empresarial.</p> <p>Grado de mejora continua.</p> <p>Grado de desarrollo empresarial</p>	<p>Siempre</p> <p>Casi siempre</p> <p>a veces</p> <p>nunca</p>
Variable 2 La rentabilidad	La rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrando a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión de la empresa.	<p>Cadena de valor</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Rentabilidad financiera</p> <p>Riesgo financiero</p>	<p>Actividades primarias.</p> <p>Actividades de apoyo</p> <p>Clases de actividades primarias.</p> <p>Análisis de la cadena de valor.</p> <p>Proceso de toma de decisiones.</p> <p>Tipo de decisiones</p> <p>Desarrollo de soluciones.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Estrategias de rentabilidad.</p> <p>Tipos de rentabilidad.</p> <p>Factores de rentabilidad en las decisiones financieras.</p> <p>Medición de la rentabilidad.</p> <p>Tipos de riesgo financiero.</p> <p>Administración de los riesgos financieros</p> <p>Riesgo financiero en las Inversiones.</p> <p>Proceso de la administración de riesgo</p>	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Las principales técnicas que se utilizaron en la presente investigación fue la encuesta, las que serán aplicadas a los comerciantes de las MYPES del sector comercio rubro librerías.

Instrumentos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la presente investigación fueron los siguientes:

- El Cuestionario

4.5 Plan de análisis

Para contrastar las hipótesis se usará la correlación de Pearson, además para el tratamiento de los datos utilizaremos el programa de Excel con tablas de distribución y gráficos.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables - operacionalización	DISEÑO METODOLÓGICO	
				Tipo de Investigación	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
<p>¿En qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017?</p> <p>Específicos</p> <p>¿En qué medida la eficiencia empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017?</p> <p>¿En qué medida la efectividad empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017?</p> <p>¿En qué medida el desarrollo empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar en qué medida el financiamiento influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar en qué medida la eficiencia empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017. Determinar en qué medida la efectividad empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017. Determinar en qué medida el desarrollo empresarial influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL El financiamiento influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p> <p>HIPÓTESIS NULA (Ho) El financiamiento no influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>La eficiencia empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p> <p>La efectividad empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p> <p>El desarrollo empresarial influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro librerías – Amarilis, 2017.</p>	<p>Variable 1 El financiamiento</p> <p>Dimensiones Eficiencia empresarial Eficacia empresarial Desarrollo empresarial</p> <p>Variable 2 LA RENTABILIDAD Dimensiones Cadena de valor Toma de decisiones Rentabilidad financiera Riesgo financiero</p>	<p>Según nuestra investigación, reúne las características para denominarse investigación aplicada, debido a que los resultados de esta investigación pueden ser aplicados al área que se está investigando.</p>	<p>Técnicas: La principal técnica que se utilizará en la presente investigación es la encuesta, la que será aplicada a los comerciantes de las MYPES del rubro librerías de Amarilis.</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

La investigación no es sólo un acto técnico; es ante todo el ejercicio de un acto responsable, y desde esta perspectiva la ética de la investigación hay que planteársela como un subconjunto dentro de la moral general, aunque aplicada a problemas mucho más restringidos que la moral general, puesto que nos estaríamos refiriendo a un aspecto de la ética profesional.

Respeto por las personas

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante. Es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables, como pobres, niños, marginados, prisioneros... Estos grupos pueden tomar decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades para salvaguardar su propia dignidad o libertad.

Justicia

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, 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 costear el acceso a esos beneficios.

V. RESULTADOS

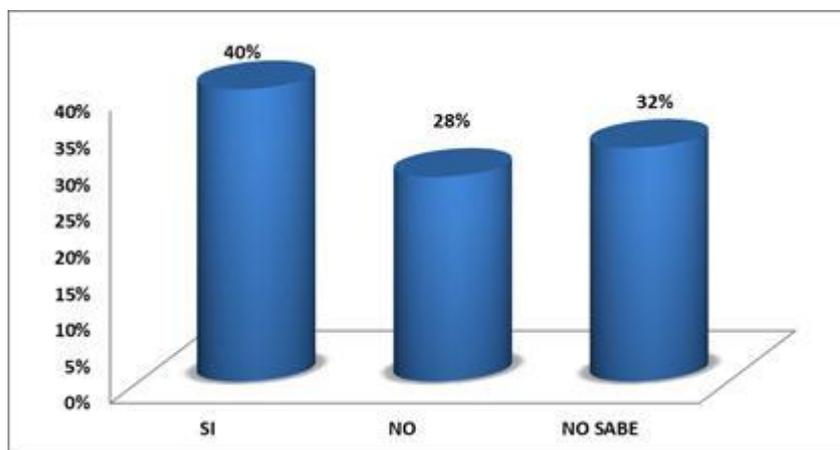
5.1 Resultados

TABLA N° 1. ¿CONOCE USTED, LOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO TALES COMO: PRÉSTAMO Y CRÉDITO, LEASING, PAGARÉ, PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS?

CATEGORIA	fi	%
SI	20	40%
NO	14	28%
NO SABE	16	32%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 1. ¿CONOCE USTED, LOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO TALES COMO: PRÉSTAMO Y CRÉDITO, LEASING, PAGARÉ, PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS?



Fuente: Tabla N° 01
Elaboración: El investigador

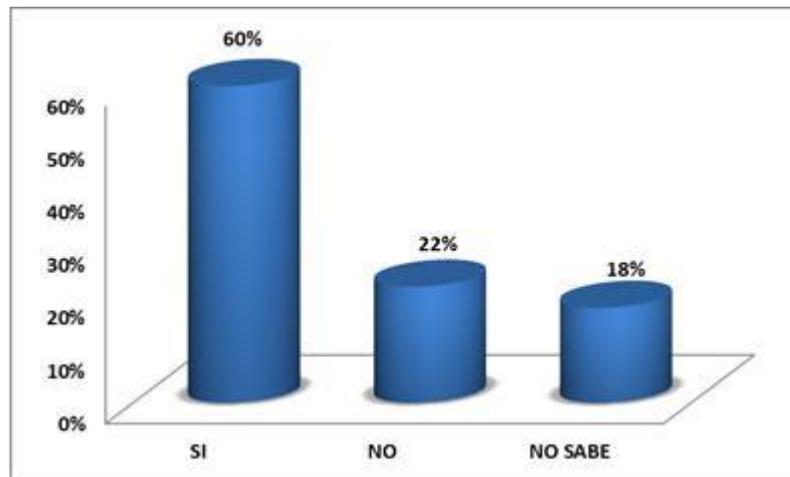
ANÁLISIS: En la TABLA N° 01 se observa que el 40% de los comerciantes encuestados respondieron que si conoce los tipos de financiamiento tales como: préstamo y crédito, leasing, pagaré, para el otorgamiento de crédito para las empresas de servicios, el 28% no conocen y el 32% mencionaron que no saben.

TABLA N° 2. ¿ES IMPORTANTE CONOCER EL PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SU EMPRESA?

CATEGORIA	fi	%
SI	30	60%
NO	11	22%
NO SABE	9	18%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 2. ¿ES IMPORTANTE CONOCER EL PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SU EMPRESA?



Fuente: Tabla N° 02
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 02 se observa que:

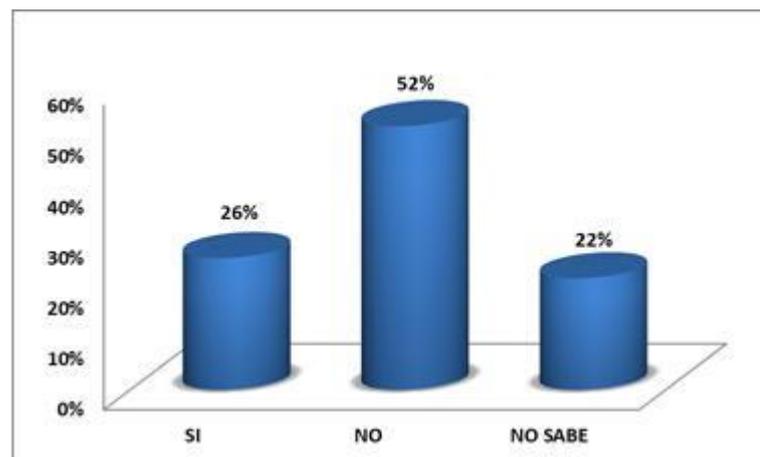
El 60% de los comerciantes encuestados respondieron que, si es importante conocer el presupuesto de ventas para la producción de su empresa, el 22% menciona que no es importante y el 18% mencionaron que no saben.

TABLA N° 3. ¿TIENE USTED, CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SOBRE LAS FINANZAS PARA LAS PYMES?

CATEGORIA	fi	%
SI	13	26%
NO	26	52%
NO SABE	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 3. ¿TIENE USTED, CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SOBRE LAS FINANZAS PARA LAS PYMES?



Fuente: Tabla N° 03
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 03 se observa que el 26% de los comerciantes encuestados respondieron que, si tiene conocimientos técnicos sobre las finanzas para las PYMES, el 52% menciona que no tienen conocimientos y el 22% mencionaron que no saben.

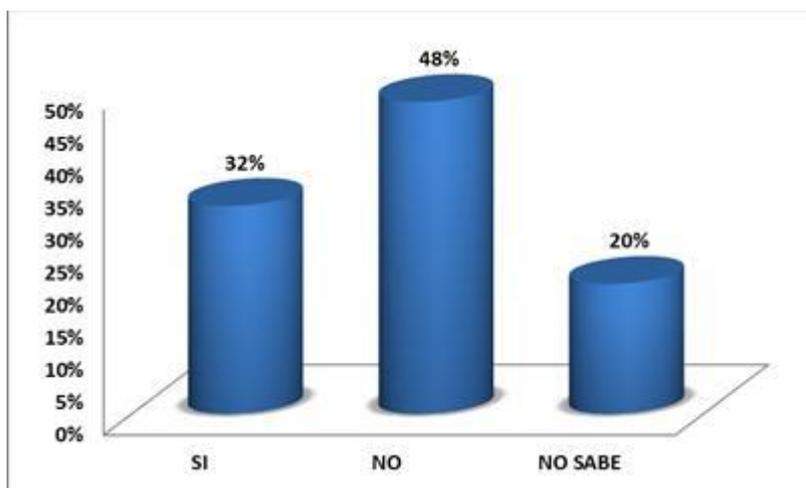
TABLA N° 4. ¿SU FINANCIAMIENTO CON CAPITAL TERCERO SUPERA EL 50 % DE SU CAPITAL PROPIO?

CATEGORIA	fi	%
SI	16	32%
NO	24	48%
NO SABE	10	20%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 4. ¿SU FINANCIAMIENTO CON CAPITAL TERCERO SUPERA EL 50 % DE SU CAPITAL PROPIO?



Fuente: Tabla N° 04

Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 04 se observa que:

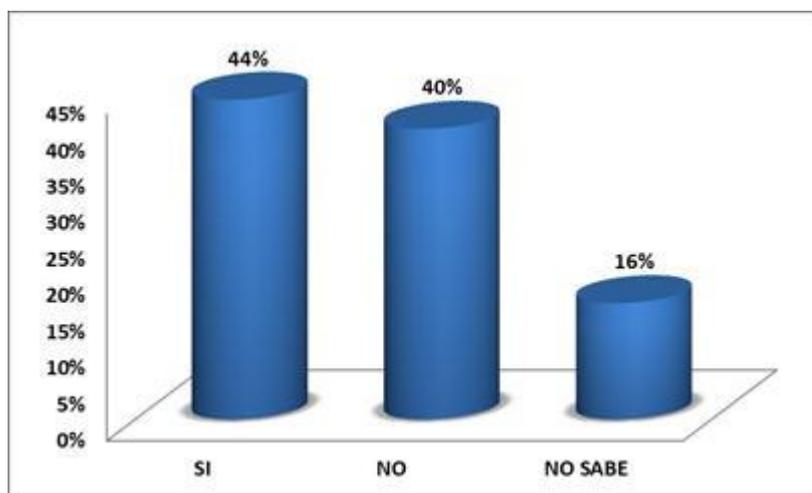
El 32% de los comerciantes encuestados respondieron que, si su financiamiento con capital tercero supera el 50% de su capital propio, el 48% menciona que no supera a su capital propio y el 20% mencionaron que no saben.

TABLA N° 5. ¿DISPONE DE UN CAPITAL PROPIO SUFICIENTE QUE LE FINANCIÉ EL CAPITAL DE TRABAJO EN EL PERÍODO DE CRECIMIENTO DE VENTAS?

CATEGORIA	fi	%
SI	22	44%
NO	20	40%
NO SABE	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 5. ¿DISPONE DE UN CAPITAL PROPIO SUFICIENTE QUE LE FINANCIÉ EL CAPITAL DE TRABAJO EN EL PERÍODO DE CRECIMIENTO DE VENTAS?



Fuente: Tabla N° 05
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 05 se observa que el 44% de los comerciantes encuestados respondieron que, si dispone de un capital propio suficiente que le financie el capital de trabajo en el período de crecimiento de ventas, el 40% menciona que no dispone de un capital propio y el 16% mencionaron que no saben.

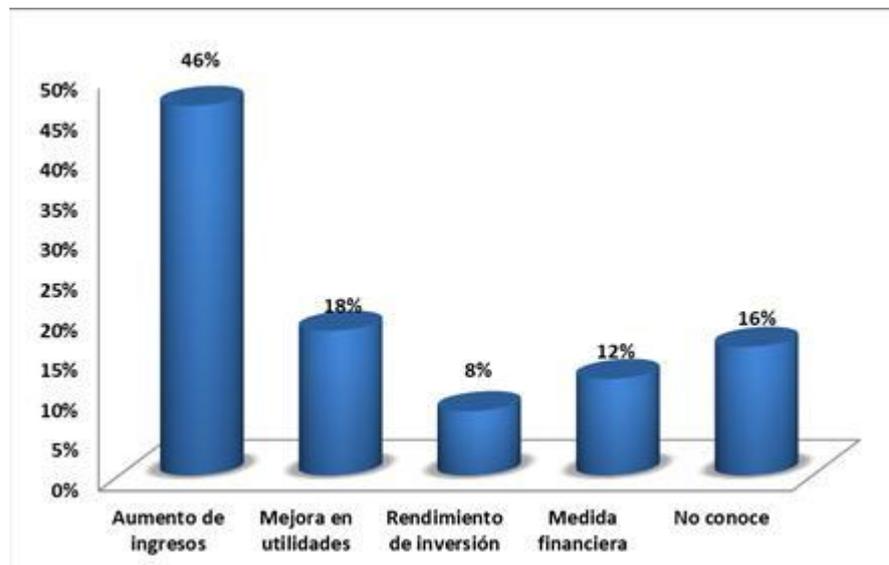
TABLA N° 6. ¿QUÉ ENTIENDE USTED POR EL CONCEPTO DE

CATEGORIA	fi	%
Aumento de ingresos	23	46%
Mejora en utilidades	9	18%
Rendimiento de inversión	4	8%
Medida financiera	6	12%
No conoce	8	16%
Total	50	100%

RENTABILIDAD?

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 6. ¿QUÉ ENTIENDE USTED POR EL CONCEPTO DE RENTABILIDAD?



Fuente: Tabla N° 06
Elaboración: El investigador

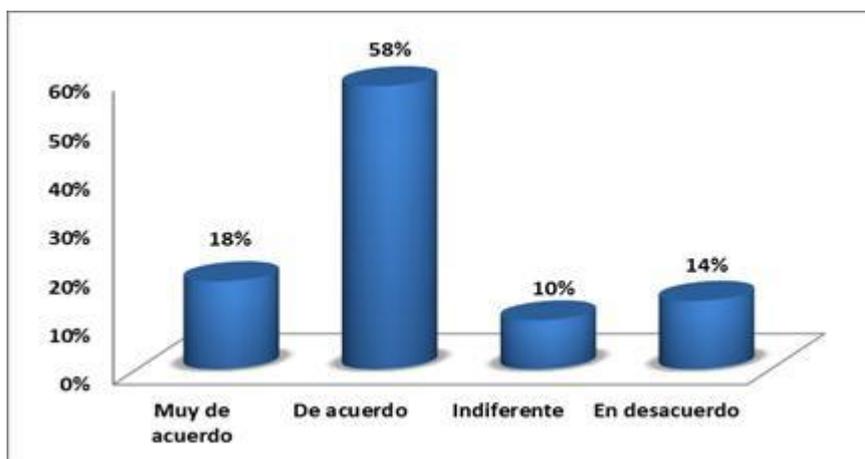
ANÁLISIS: En la TABLA N° 06 se observa que: Ante la pregunta ¿qué entiende usted por el concepto de rentabilidad? el 46% de los comerciantes encuestados respondieron que es un aumento de ingresos, el 18% menciona que es la mejora en utilidades, el 8% mencionaron que es el rendimiento de inversión, el 12% que es una medida financiera y el 16% mencionaron que no conocen.

TABLA N° 7. ¿USTED CONSIDERA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS VENTAS HAN AUMENTADO?

CATEGORIA	fi	%
Muy de acuerdo	9	18%
De acuerdo	29	58%
Indiferente	5	10%
En desacuerdo	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 7. ¿USTED CONSIDERA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS VENTAS HAN AUMENTADO?



Fuente: Tabla N° 07
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 07 se observa que:

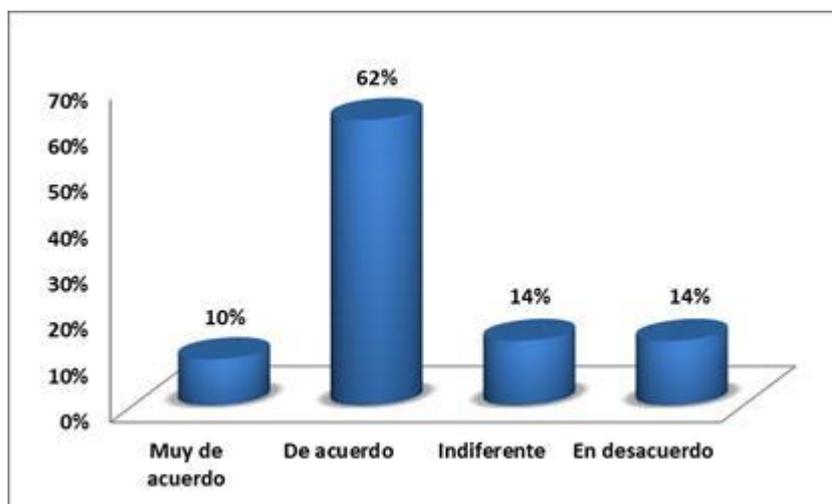
El 18% de los comerciantes encuestados respondieron que están muy de acuerdo que en el último año sus ventas han aumentado, el 58% menciona que están de acuerdo, el 10% mencionaron su indiferencia y el 14% están en total desacuerdo.

TABLA N° 8. ¿USTED EVIDENCIA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS GANANCIAS SE HAN INCREMENTADO?

CATEGORIA	f _i	%
Muy de acuerdo	5	10%
De acuerdo	31	62%
Indiferente	7	14%
En desacuerdo	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 8. ¿USTED EVIDENCIA QUE EN EL ÚLTIMO AÑO SUS GANANCIAS SE HAN INCREMENTADO?



Fuente: Tabla N° 08
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 08 se observa que:

El 10% de los comerciantes encuestados respondieron que evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado, el 62% menciona que están de acuerdo, el 14% mencionaron su indiferencia y el 14% están en total desacuerdo.

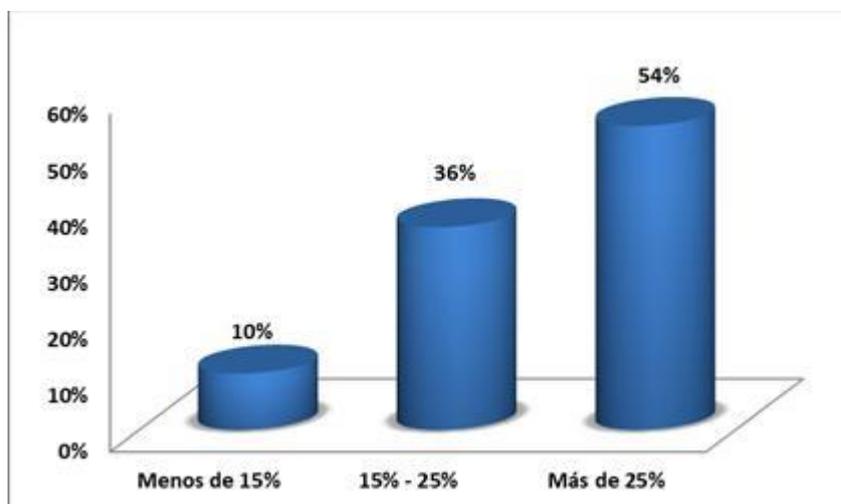
TABLA N° 9. ¿CUÁL ES EL MARGEN DE UTILIDAD PROMEDIO EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA?

CATEGORIA	fi	%
Menos de 15%	5	10%
15% - 25%	18	36%
Más de 25%	27	54%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 9. ¿CUÁL ES EL MARGEN DE UTILIDAD PROMEDIO EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA?



Fuente: Tabla N° 09

Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 09 se observa que:

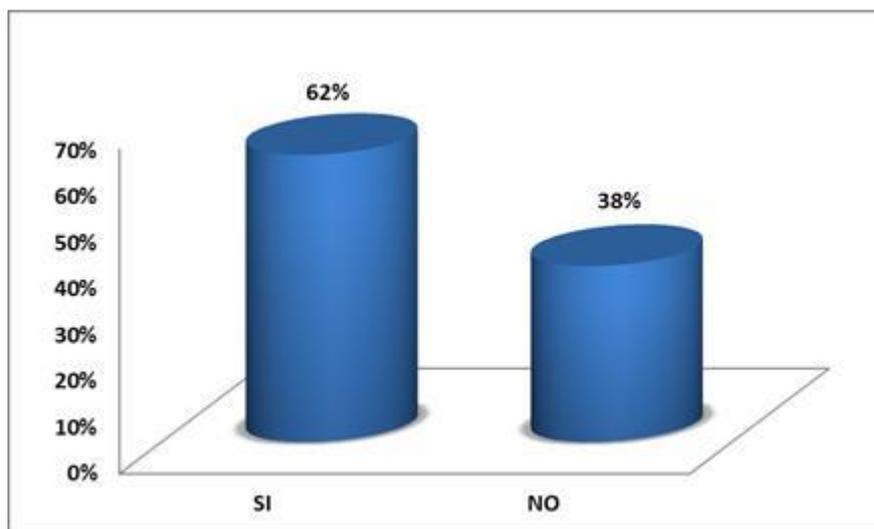
Ante la pregunta ¿cuál es el margen de utilidad promedio en los productos o servicios que brinda? el 10% de los comerciantes encuestados respondieron menos de 15%, el 36% respondieron entre 15% - 25% y el 54% respondieron más del 25%.

TABLA N° 10. ¿USTED CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO O FINANCIAMIENTO?

CATEGORIA	fi	%
SI	31	62%
NO	19	38%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 10. ¿USTED CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO O FINANCIAMIENTO?



Fuente: Tabla N° 10
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 10 se observa que:

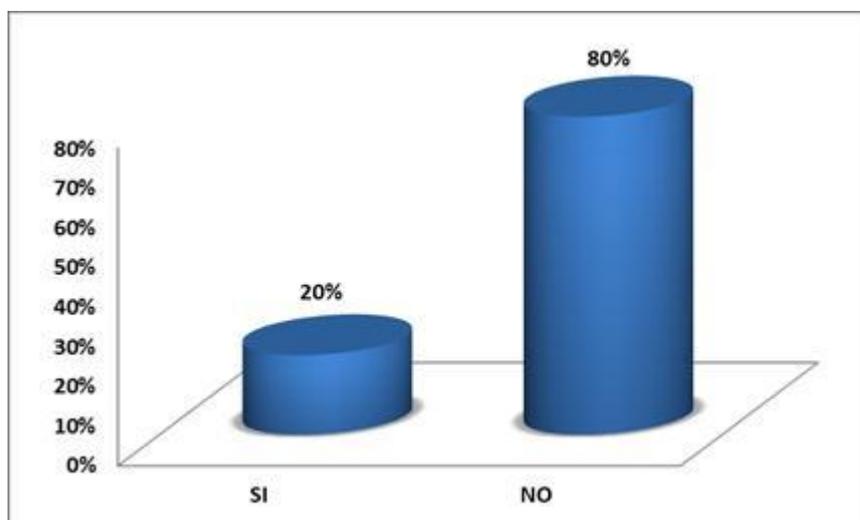
El 62% de los comerciantes encuestados respondieron que si cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento y el 38% respondieron que no cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento.

TABLA N° 11. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE INDICADORES DE RENTABILIDAD?

CATEGORIA	fi	%
SI	10	20%
NO	40	80%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 11. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE INDICADORES DE RENTABILIDAD?



Fuente: Tabla N° 11
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 11 se observa que:

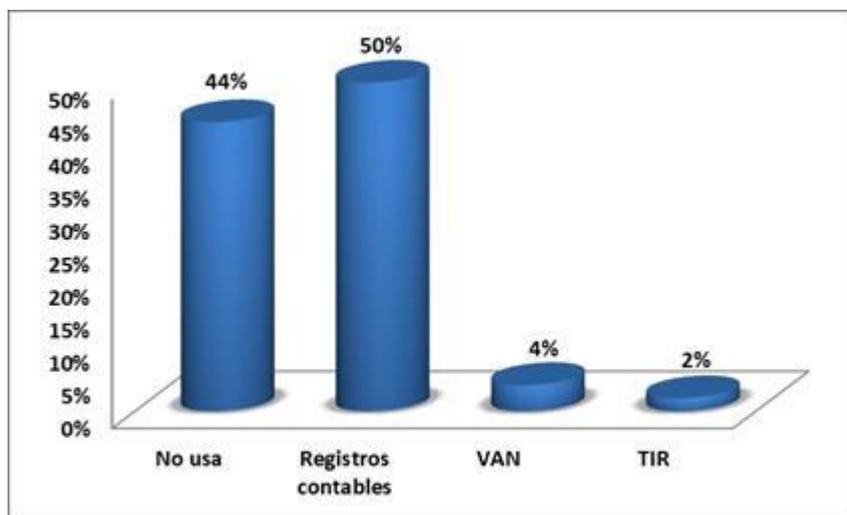
El 20% de los comerciantes encuestados respondieron que si tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad y el 80% respondieron que no tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad.

TABLA N° 12. ¿QUÉ TIPO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS USA PARA MEDIR SU RENTABILIDAD?

CATEGORIA	fi	%
No usa	22	44%
Registros contables	25	50%
VAN	2	4%
TIR	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 12. ¿QUÉ TIPO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS USA PARA MEDIR SU RENTABILIDAD?



Fuente: Tabla N° 12
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 12 se observa que:

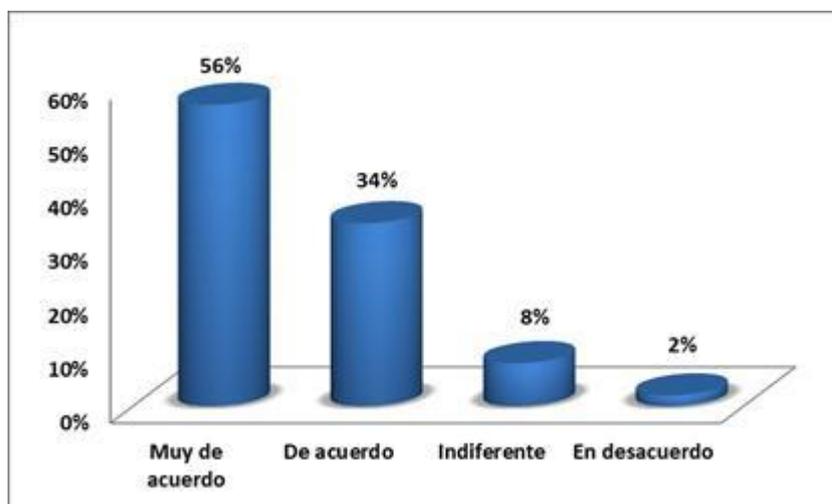
Ante la pregunta ¿qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad? el 44% de los comerciantes encuestados respondieron que no usan herramientas financieras, el 50% respondieron que usan registros contables, el 4% respondieron que utilizan el VAN, el 2% respondieron que utilizan el TIR.

TABLA N° 13. ¿PARA USTED EL RUBRO LIBRERÍAS ES RENTABLE?

CATEGORIA	fi	%
Muy de acuerdo	28	60%
De acuerdo	17	30%
Indiferente	4	6%
En desacuerdo	1	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 13. ¿PARA USTED EL RUBRO LIBRERÍAS ES RENTABLE?



Fuente: Tabla N° 13
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 13 se observa que:

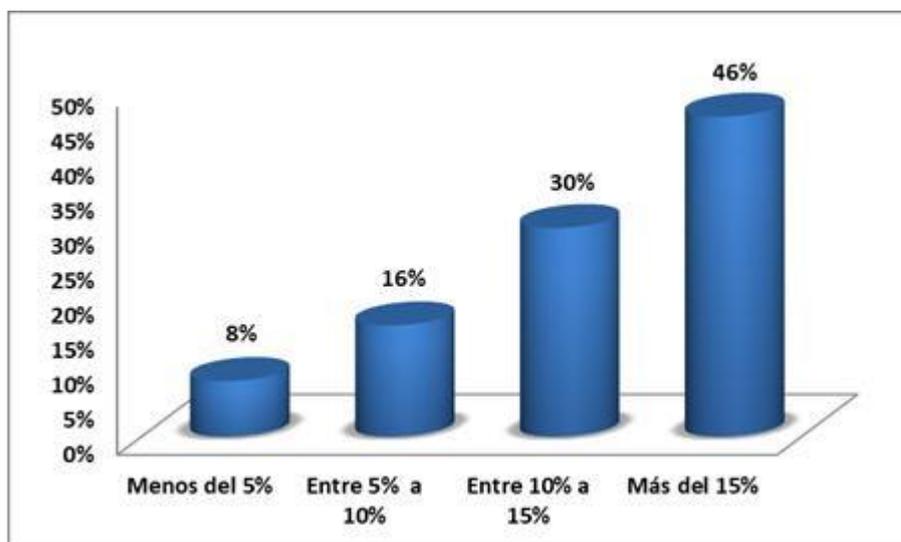
El 56% de los comerciantes encuestados respondieron que están muy de acuerdo que el rubro librerías es rentable, el 34% menciona que están de acuerdo, el 8% mencionaron su indiferencia y el 2% están en total desacuerdo.

TABLA N° 14. ¿QUÉ TAN RENTABLE ES SU MYPE DEL RUBRO LIBRERÍAS?

CATEGORIA	fi	%
Menos del 5%	4	8%
Entre 5% a 10%	8	16%
Entre 10% a 15%	15	30%
Más del 15%	23	46%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 14. ¿QUÉ TAN RENTABLE ES SU MYPE DEL RUBRO LIBRERÍAS?



Fuente: Tabla N° 14
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

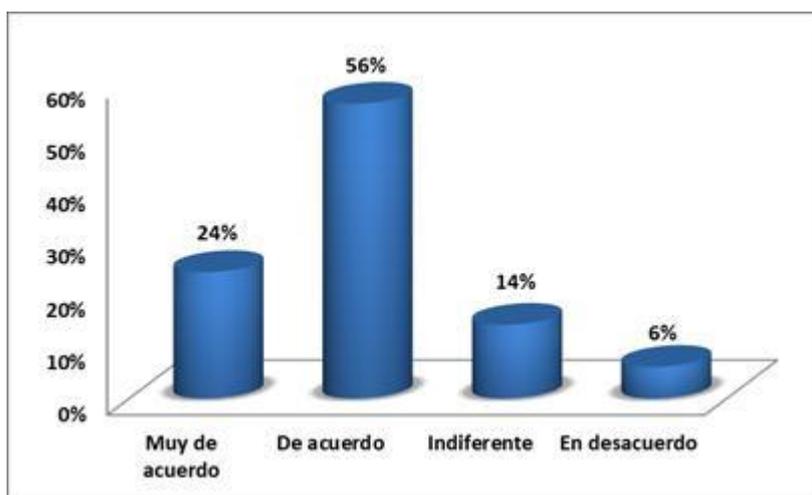
En la TABLA N° 14 se observa que: Ante la pregunta ¿qué tan rentable es su MYPE del rubro librerías? el 8% de los comerciantes encuestados respondieron menos del 5%, el 16% respondieron entre 5% - 10%, el 30% respondieron entre 10% a 15% y el 46% respondieron más del 15%.

TABLA N° 15. ¿DE ACUERDO A SU CRITERIO EL FINANCIAMIENTO PERMITE MEJORAR SU RENTABILIDAD?

CATEGORIA	fi	%
Muy de acuerdo	12	24%
De acuerdo	28	56%
Indiferente	7	14%
En desacuerdo	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 15. ¿DE ACUERDO A SU CRITERIO EL FINANCIAMIENTO PERMITE MEJORAR SU RENTABILIDAD?



Fuente: Tabla N° 15
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 15 se observa que:

El 24% de los comerciantes encuestados respondieron que están muy de acuerdo que el financiamiento permite mejorar su rentabilidad, el 56% menciona que están de acuerdo, el 14% mencionaron su indiferencia y el 6% están en total desacuerdo.

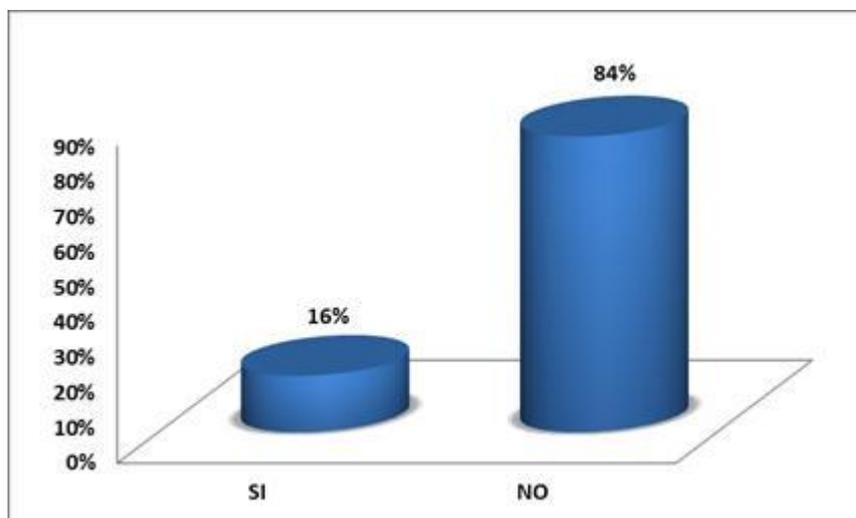
TABLA N° 16. ¿CREE USTED QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA HA DISMINUIDO EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS?

CATEGORIA	fi	%
SI	8	16%
NO	42	84%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 16. ¿CREE USTED QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA HA DISMINUIDO EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS?



Fuente: Tabla N° 16

Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 16 se observa que:

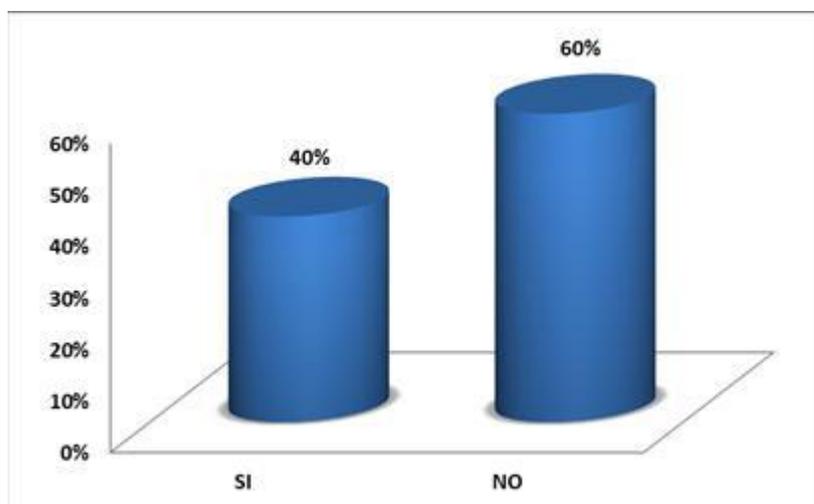
El 16% de los comerciantes encuestados respondieron que si la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los 2 últimos años y el 84% respondieron que no la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los 2 últimos años.

TABLA N° 17. ¿CREE UD. QUE LA GANANCIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE ES LA MÁXIMA QUE PUEDE?

CATEGORIA	fi	%
SI	20	40%
NO	30	60%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 17. ¿CREE UD. QUE LA GANANCIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE ES LA MÁXIMA QUE PUEDE?



Fuente: Tabla N° 17
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 17 se observa que:

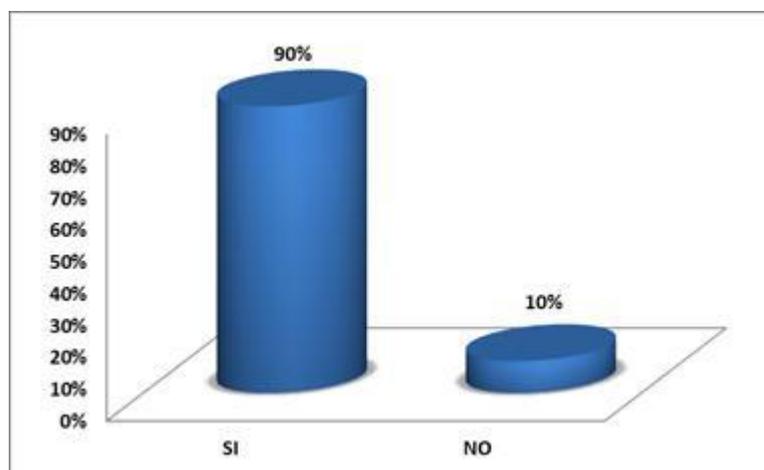
El 40% de los comerciantes encuestados respondieron que si creen que la ganancia de los productos que ofrece es la máxima que puede y el 84% respondieron que no creen que la ganancia de los productos que ofrece es la máxima que puede.

TABLA N° 18. ¿CÓMO AFECTA A LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA LOS CRÉDITOS QUE HA SOLICITADO?

CATEGORIA	fi	%
POSITIVO	45	90%
NEGATIVO	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 18. ¿CÓMO AFECTA A LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA LOS CRÉDITOS QUE HA SOLICITADO?



Fuente: Tabla N° 18
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 18 se observa que:

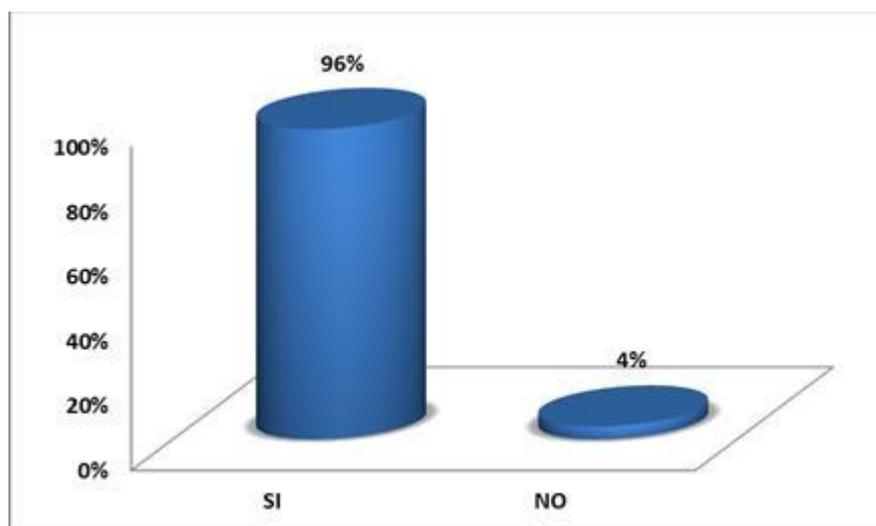
El 90% de los comerciantes encuestados respondieron que afecta de una manera positiva a la rentabilidad de su empresa los créditos que ha solicitado y el 10% respondieron que afecta negativamente.

TABLA N° 19. ¿CREE UD. QUE EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO SE HA VISTO INFLUENCIADO POR EL FINANCIAMIENTO?

CATEGORIA	fi	%
POSITIVO	48	96%
NEGATIVO	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 19. ¿CREE UD. QUE EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO SE HA VISTO INFLUENCIADO POR EL FINANCIAMIENTO?



Fuente: Tabla N° 19
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 19 se observa que:

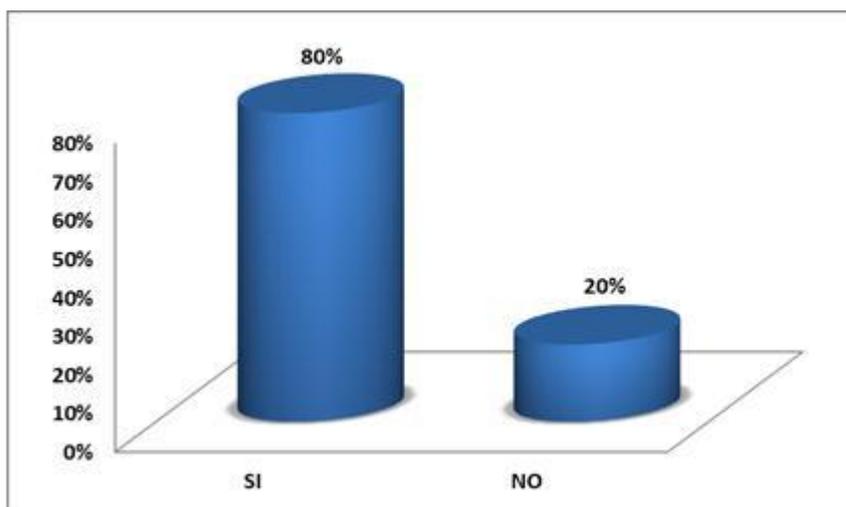
El 96% de los comerciantes encuestados respondieron que el crecimiento de su negocio si se ha visto influenciado por el financiamiento y el 4% respondieron que el crecimiento de su negocio no se ha visto influenciado por el financiamiento.

TABLA N° 20. ¿CONSIDERA QUE EL PRÉSTAMO QUE RECIBIÓ HA SIDO FAVORABLE PARA SU EMPRESA?

CATEGORIA	fi	%
POSITIVO	40	80%
NEGATIVO	10	20%
Total	50	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El investigador

GRÁFICO N° 20. ¿CONSIDERA QUE EL PRÉSTAMO QUE RECIBIÓ HA SIDO FAVORABLE PARA SU EMPRESA?



Fuente: Tabla N° 20
Elaboración: El investigador

ANÁLISIS

En la TABLA N° 20 se observa que:

El 80% de los comerciantes encuestados respondieron que si considera que el préstamo que recibió ha sido favorable para su empresa y el 20% respondieron que no considera que el préstamo que recibió ha sido favorable para su empresa.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE EL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES.

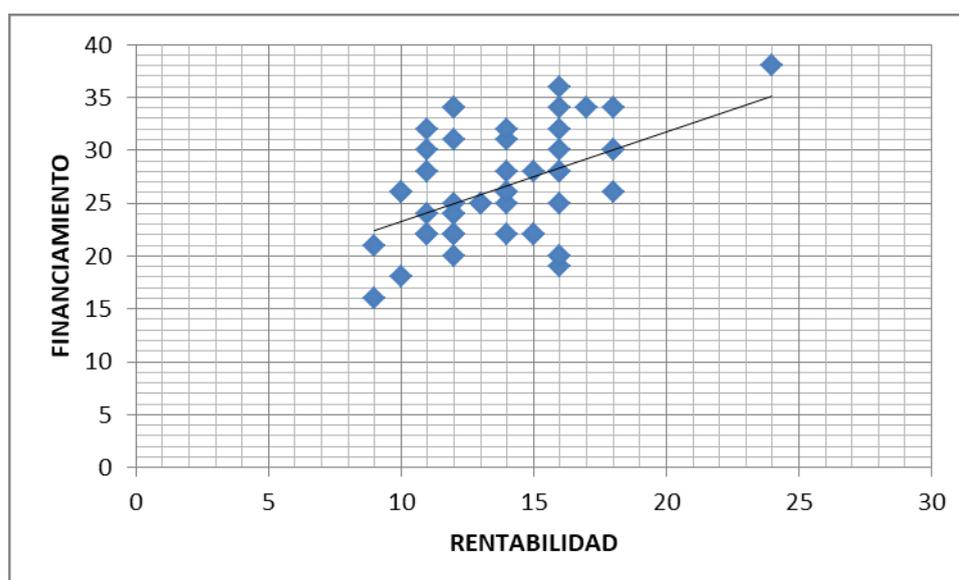
La relación entre variables se obtiene mediante la correlación de Pearson (r).

$$r = \frac{\sum XY}{\sqrt{[\sum X^2][\sum Y^2]}}$$

Para encontrar el valor de r, primero se calcula el puntaje que obtiene cada trabajador tanto en la encuesta (Financiamiento= x) como en la encuesta (Rentabilidad = y) como se muestra en el cuadro:

ESTUD.	X	Y	X.Y	X*2	Y*2
1	16	19	304	256	361
2	16	25	400	256	625
3	9	21	189	81	441
4	12	25	300	144	625
5	16	28	448	256	784
6	10	26	260	100	676
7	13	25	325	169	625
8	11	30	330	121	900
9	11	22	242	121	484
10	15	22	330	225	484
11	9	16	144	81	256
12	11	28	308	121	784
13	18	26	468	324	676
14	17	34	578	289	1156
15	13	25	325	169	625
16	18	30	540	324	900
17	15	22	330	225	484
18	11	22	242	121	484
19	16	30	480	256	900
20	14	31	434	196	961
21	14	26	364	196	676
22	11	24	264	121	576
23	12	31	372	144	961
24	18	34	612	324	1156
25	11	32	352	121	1024
26	12	34	408	144	1156
27	15	28	420	225	784

28	18	30	540	324	900
29	12	22	264	144	484
30	12	22	264	144	484
31	16	28	448	256	784
32	14	28	392	196	784
33	14	25	350	196	625
34	11	22	242	121	484
35	16	20	320	256	400
36	14	22	308	196	484
37	12	22	264	144	484
38	12	24	288	144	576
39	14	26	364	196	676
40	10	26	260	100	676
41	12	24	288	144	576
42	16	20	320	256	400
43	12	20	240	144	400
44	10	18	180	100	324
45	16	34	544	256	1156
46	14	32	448	196	1024
47	12	34	408	144	1156
48	16	36	576	256	1296
49	24	38	912	576	1444
50	16	32	512	256	1024
SUMA	651	1367	18166	8779	40707



Luego, se reemplaza en la ecuación como se muestra:

$$\frac{\sum \Sigma \Sigma}{\sqrt{[\sum \Sigma \Sigma] [\sum \Sigma \Sigma]}}$$

$$r = 0,431423073$$

Como $0 < 0,4314 < 2$, entonces la relación entre la dimensión: El financiamiento y la rentabilidad es positiva moderada.

COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN (r²)

$$R^2 = r^2 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 0,431423073 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 18,61\%$$

El 18,61% de los cambios provocados en el puntaje de la rentabilidad corresponde al financiamiento, por lo tanto, no se acepta la hipótesis general.

5.2 Análisis de resultados

Para la obtención de los resultados para este estudio se aplicó un cuestionario pertinente realizado a los representantes de las empresas, para lo cual se evidenció a la luz del marco teórico:

Según Aguilar y Otros (2015) hace mención que el financiamiento de las Pymes, tal es el caso del “Fondo de Garantía Crediticia” ayuda a las micros y pequeñas empresas a obtener un crédito (...) es considerado un motor productivo, debido a que genera beneficios para ambas partes, tanto para las instituciones que otorguen el financiamiento

como para los microempresarios. Pero el caso de nuestro estudio la evidencia no es tan efectiva, ya que los resultados mostraron que entre las variables de estudio no existe relación significativa.

Villaorduña (2014) nos menciona con respecto al financiamiento se pudo establecer que la política crediticia de financiamiento de las entidades financieras incide en los resultados de gestión en las empresas de servicios (...) el respaldo financiero influye favorablemente en el logro de objetivos y metas en las empresas. Esto nos precisa que el financiamiento es óptimo para la rentabilidad de las empresas, pero vale precisar que los contextos muchas veces no son los mismo, y en algunos casos no solo depende del financiamiento para una mejora de la rentabilidad y como es el caso de este estudio.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Respecto al objetivo específico 1:

La relación existente es positiva moderada entre la eficiencia empresarial y la rentabilidad de las Mypes rubro librería. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las Mypes no es afectada significativamente por la eficiencia empresarial que experimentan.

6.2. Respecto al objetivo específico 2

La relación existente es positiva moderada entre la efectividad empresarial y la rentabilidad de las Mypes rubro librerías del distrito de Amarilis. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las Mypes no es afectada significativamente por la efectividad empresarial que experimentan.

6.3. Respecto al objetivo específico 3

La relación existente es positiva moderada entre el desarrollo empresarial y la rentabilidad de las Mypes rubro librerías del distrito de Amarilis. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las Mypes no es afectada significativamente por el desarrollo empresarial que experimentan.

6.4. Conclusión General:

La relación existente es positiva moderada entre el financiamiento y la rentabilidad de las Mypes rubro librerías del distrito de Amarilis. Esto nos hace evidenciar que la rentabilidad de las Mypes no es afectada significativamente por el financiamiento que experimentan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Interamericano de Desarrollo (2007)**, Glosario de términos. México: BID.
- D'Elía, Gustavo (2011)**. Como hacer indicadores de calidad y Productividad en la empresa. La Coruña: Alsina.
- Dolan, S. L., Valle Cabrera, R., Jackson, S. E., & Shuler, R. S. (2009)**. La gestión de los Recursos Humanos, como atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación. México: Mc Graw Hill.
- Gitman Lawrence J. (1992)**, “Fundamentos de Administración Financiera”, edit. Harla S.A., México.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008)**. Metodología de la Investigación (3era Edición ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Jaramillo, J. (2008)**. Propuesta de un modelo de Rentabilidad Financiera para las Pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2008/jjg/Teorias%20generales%20de%20soporte.htm>
- Olivera da Silva Reinaldo (2002)**, “Teorías de la Administración”, International Thomson Editores S.A., C.V.
- Porter Michael (1985)**, “Ventaja Competitiva”, Editorial Continental, México.
- Rivas Gómez, Víctor (2003)**. El crédito en los bancos comerciales. Lima.

Rodríguez Combeller (1999), La cultura de calidad y productividad en las empresas.

Tlaquepaque, Jalisco, México.

S/A (2017). La rentabilidad de una empresa. Tomado el 27 de marzo del 2017,

disponible en: <http://www.crecenegocios.com/la-rentabilidad-deuna-empresa/>

Sánchez, J. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. Recuperado de

<http://www.5campus.com/leccion/anarenta>.

Universidad del Pacifico (2003), Financiamiento de inversiones. Lima: Editorial

Pacífico.

ANEXOS

ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO A LOS DUEÑOS DEL COMERCIO

El presente cuestionario tiene como finalidad obtener información para el estudio de **EL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO – RUBRO LIBRERÍAS -AMARILIS, 2017.**

Es de aclarar que la información brindada por usted es exclusivamente para dicho trabajo de investigación.

1. ¿Conoce usted, los tipos de financiamiento tales como: Préstamo y crédito, leasing, pagaré, para el otorgamiento de crédito para las empresas de servicios?
a. Si () b. No () c. No sabe ()
2. ¿Es importante conocer el presupuesto de ventas para la producción de su empresa?
a. Si () b. No () c. No sabe ()
3. ¿Tiene usted, conocimientos técnicos sobre las finanzas para las Pymes?
a. Si () b. No () c. No sabe ()
4. ¿Su financiamiento con capital tercero supera el 50 % de su capital propio?
a. Si () b. No () c. No sabe ()
5. ¿Dispone de un capital propio suficiente que le financie el capital de trabajo en el período de crecimiento de ventas?
a. Si () b. No () c. No sabe ()
6. ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?
Aumento de ingresos () Mejora en utilidades () Rendimiento de inversión ()
Medida financiera () No conoce ()

7. ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?
Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
8. ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?
Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
9. ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos o servicios que brinda?
Menos de 15% () 15 – 25 % () Más de 25% ()
10. ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?
Si () No ()
11. ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?
Si () No ()
12. ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?
No usa () Registros contables () VAN () TIR ()
13. ¿Para usted el rubro librerías es rentable?
Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
14. ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro librerías?
Menos del 5% () Entre 5 a 10 % () Entre 10 a 15% () Más del 15% ()
15. ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?
Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los 2 últimos años?
Si () No ()
17. Cree Ud. Que la ganancia de los productos que ofrece es la máxima que puede
Si () No ()
18. ¿Cómo afecta a la rentabilidad de su empresa los créditos que ha solicitado?
Positivo () Negativo ()
19. ¿Cree Ud. que el crecimiento de su negocio se ha visto influenciado por el financiamiento?
Si () No ()
20. ¿Considera que el préstamo que recibió ha sido favorable para su empresa?
Si () No ()