



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÀNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA
AÑO 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Bach. JUSVISA PAMELA TÁVARA ORTIZ

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÀNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA
AÑO 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Bach. JUSVISA PAMELA TÁVARA ORTIZ

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth
Chumacero Ancajima
Miembro

Mgr. Carlos David Ramos Rosas
Asesor

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. Víctor Elio Patiño Niño
Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth
Chumacero Ancajima
Miembro

Mgtr. Carlos David Ramos rosas
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios; quien me ha guiado en este duro camino llenándome de luz y sabiduría, brindándome la bendición de poder pasar el obstáculo que se me presento para conseguir este gran logro.

DEDICATORIA

A mi madre Maria Ortiz Diaz, Con todo cariño por brindarme tantos consejos y comprensión. Eres una mujer que simplemente me hace llenar de orgullo, te amo y no va haber manera de devolverte tanto que me has ofrecido. Esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a dudas ha sido en gran parte gracias a ti; no sé en donde me encontraría de no ser por tu ayuda, tu compañía, y tu amor.

Te doy mis sinceras gracias, amada madre.

RESUMEN

La presente investigación titulada “caracterización del financiamiento, y la rentabilidad de las Microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016” tuvo como objetivo general Describir las principales características del financiamiento, y la rentabilidad de las Microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016. Se utilizó la metodología de investigación descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental. Se recopiló información de una muestra de 37 propietarios de las MYPE mencionadas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados: El 78% de los propietarios encuestados indica que su empresa se financia por medio de recursos externos, por otro lado el 59% de los propietarios encuestados indica que recurre entidades no bancarias. Se concluye Respecto al financiamiento en las MYPE de servicio rubro snack estas se financian en su mayoría por medio de recursos externos, dígase también en las entidades no bancarias tales como las Cajas Municipales, EDPYMES, Cajas Rurales, y ,as barreras de financiamiento bancario para estas empresas, son la exigencia de muchos requisitos por parte de las entidades financieras, siendo un obstáculo engorroso para adquirir un crédito, respecto a las características de rentabilidad de las microempresas en este rubro, es medir el rendimiento de las ventas, mantener la liquidez y evaluar las ganancias de las empresas y los factores de rentabilidad de las microempresas snack de Sullana está determinado, al monto de inversión, participación del mercado, calidad del producto, teniendo en cuenta los costos operativos y el movimiento de los mercados.

Palabra clave: Financiamiento y Rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this research, entitled "Characterization of the financing and the profitability of the microenterprises of snack services in the district of Sullana in 2016" was to describe the main characteristics of the financing and the profitability of the microenterprises of snack services in the district of Sullana year 2016. We used the methodology of descriptive research, quantitative level, non-experimental design. Information was collected from a sample of 37 owners of the mentioned MSEs, who were asked a questionnaire of 20 closed questions, obtaining the following results: 78% of the owners surveyed indicates that their company is financed through external resources, On the other hand 59% of the owners surveyed indicated that they are using non-banking entities. It is concluded that with regard to financing in the MSEs of snack service, these are mostly financed by means of external resources, also in non-banking entities such as Municipal Banks, EDPYMES, Rural Banks, and bank financing barriers for These companies are the requirement of many requirements by financial institutions, being a cumbersome obstacle to acquire a credit, regarding the profitability characteristics of microenterprises in this area, is to measure sales performance, maintain liquidity and Evaluating the profits of the companies and the profitability factors of Sullana's micro-snacks is determined by the amount of investment, market share, product quality, taking into account operating costs and the movement of markets.

Keyword: Financing and Profitability.

INDICE GENERAL

JURADO EVALUADOR.....	iii
JURADO EVALUADOR.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
TABLA DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.2. Bases Teóricas.....	27
III. METODOLOGÍA.....	70
3.1 Diseño de la investigación.....	70
3.2 Población y muestra.....	71
3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	73
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	74
3.5. Plan de Análisis.....	75
3.6 Matriz de Consistencia.....	76
3.7 Principios Éticos.....	77

IV. RESULTADOS	77
4.1 Resultados.....	77
4.2 Análisis de resultados.....	98
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
5.1. Conclusiones.....	106
5.2. Recomendaciones.....	107
Aspecto complementario.....	108
Referencias bibliográficas.....	110
Anexos.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Su empresa se financia por medio de recursos.....	77
Tabla 2: A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo....	78
Tabla 3: Al momento que percibió el dinero le dieron el monto que solicitó...	79
Tabla 4: Formas de financiamiento que sea beneficioso para su empresa.....	80
Tabla 5: Al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas.....	81
Tabla 6: Solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja.....	82
Tabla 7: El préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura.....	83
Tabla 8: Para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros.....	84
Tabla 9: Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos.....	85
Tabla 10: Los requisitos para acceder a financiamiento son complicados y engorrosos.....	86
Tabla 11: Las ganancias cubren los intereses para pagar su préstamo.....	87
Tabla 12: Conoce la tasa de interés que paga por su préstamo.....	88
Tabla 13: Es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa....	89
Tabla 14: Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado.....	90
Tabla 15: Es importante evaluar las ganancias de su empresa.....	91
Tabla 16: La rentabilidad económica es una medida para los activos.....	92
Tabla 17: La rentabilidad financiero es una medida del rendimiento del capital propio.....	93
Tabla 18: La inversión que usted realiza está dirigida a su capital de trabajo....	94

Tabla 19: La productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad....	95
Tabla 20: Monitorear su empresa es un factor importante.....	96

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1: Su empresa se financia por medio de recursos.....	78
Grafico 2: A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo...	79
Grafico 3: Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó..	80
Grafico 4: Formas de financiamiento que sea beneficioso para su empresa...	81
Grafico 5: Al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas.....	82
Grafico 6: Solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja.....	83
Grafico 7: El préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura.....	84
Grafico 8: Para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros.....	85
Grafico 9: Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos.....	86
Grafico 10: Los requisitos para acceder a financiamiento son complicados y engorrosos.....	87
Grafico 11: Las ganancias cubren los intereses para pagar su préstamo.....	88
Grafico 12: Conoce la tasa de interés que paga por su préstamo.....	89
Grafico 13: Es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa...	90
Grafico 14: Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado.....	91
Grafico 15: Es importante evaluar las ganancias de su empresa.....	92
Grafico 16: La rentabilidad económica es una medida para los activos.....	93
Grafico 17: La rentabilidad financiero es una medida del rendimiento del capital propio.....	94
Grafico18: La inversión que usted realiza está dirigida a su capital de trabajo..	95

Grafico 19: La productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad..	96
Grafico 20: Monitorear su empresa es un factor importante.....	97

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 01 Matriz de operacionalización de variables.....	73
Cuadro N° 02 Matriz de Consistencia.....	76

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principal propósito de estudio a las microempresas de servicios rubro snack, en el contexto social y empresarial, además analizaremos como obtienen el financiamiento para sus actividades empresarias, y como ha mejorado su rentabilidad económica, y como ha ayudado a mejorar su situación económica, en concreto la investigación que presentare se acoge con la finalidad de establecer una propuesta instructiva (Lobato, 2013).

Hoy en día los países del mundo y en especial de América Latina se encuentran afectados por problemas económicos y sociales, como es el caso de la acentuación de la extrema pobreza, es en este contexto en el cual desde hace varios años atrás que se viene desarrollando este fenómeno de negocio denominados las MYPE, las cuales en su mayoría se sitúan en zonas urbanas y en menor escala en las zonas rurales; y se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la economía. Estas empresas han logrado evolucionar de tal manera que de ser un principio un gran potencial ahora son un pilar importante para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región, especialmente en países como Perú (Xlaiman, 2015).

Las MYPE representan el 98% del total de empresas e iniciativas económicas en el Perú; generan aproximadamente el 75% del empleo y aportan alrededor del 44% de la riqueza generada. Las MYPE exportadoras suman 1,674 de un total de 3,057 empresas, pero por el tamaño de sus ventas su participación es poco significativa, con una participación en las exportaciones de poco menos del 1%. La problemática de las

MYPE demanda romper los paradigmas con los que han venido operando por lo que queremos, dado el nuevo contexto, comprender su naturaleza, establecer nuevos retos y valorar su potencial, a fin de establecer nuevas estrategias, pertinentes y generadoras de valor con responsabilidad social. Por lo que la capacitación y la financiación son importantes para el crecimiento y las ventajas entre ellas, generando un elevado desarrollo y alta rentabilidad (Rubio, 2010).

Además las MYPE en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) tienen gran significación porque aportan con un 40 % al Producto Bruto Interno (PBI) y con el 80 % de la oferta laboral, sin embargo, el desarrollo de dicha empresas se encuentra estancado, por diversos problemas, una de ellas es la falta de liquidez (Sánchez, 2012).

En la economía peruana, las MYPE son las mayores generadoras de empleo, además contribuyen con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno (Louffat, 2012).

Las MYPE en el Perú tienen acceso limitado a los servicios financieros que ofrece el sistema financiero nacional, lo que impide su crecimiento y consolidación empresarial. Los elevados costos que representan los pequeños créditos, y la insuficiencia de garantías reales que respalden las operaciones de financiamiento de las MYPE, conforman el dilema estructural de difícil acceso antes mencionado. La desatención de este amplio sector empresarial, por parte de las instituciones crediticias tradicionales, ha impulsado el desarrollo de instituciones especializadas de crédito

conformadas, principalmente, por las Cajas Municipales, Cajas Rurales, Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (EDPYMES), Cooperativas de Ahorro y Crédito (CAC) y Organismos no Gubernamentales (ONG) que han concentrado sus operaciones en el microcrédito (Sotelo, 2013).

De otro lado también se ha producido un auge en lo que ha sido denominada la banca de consumo, compuesto por bancos y financieras que han centrado sus operaciones en el microcrédito a personas naturales, a pesar de ello, existe aún un gran sector de microempresarios que se encuentran al margen del mercado de crédito formal por lo que siguen acudiendo al mercado informal, donde están sujetos a una serie de condiciones por demás desventajosas y dispuestos a aceptar créditos con altas tasas de interés, muy por encima de la banca formal (Atao, 2011).

Las rentabilidades de las MYPE en Perú pueden llegar a situarse entre 30 y 50 por ciento anual y en algunos casos entre 200 y 400 por ciento (dependiendo del bien que se venda) anualmente en el sector comercio (especialmente en el rubro de alimentos y artículos importados); este hecho las hace muy atractivas para canalizar créditos y ello explica por qué entre el 60 y 70 por ciento de las microempresas en el Perú se dedican al comercio, es decir a la compraventa de bienes por ser el rubro más rentable, ya guarda cierta correlación en la realidad de la Región Piura, en donde se ha logrado determinar que el sector Comercio junto con el de Servicios concentran el 95% de clientes locales, mientras que el 71% de las microempresas que pertenecen al sector comercio, venden menos de S/30000 anuales, y el 4% venden más de S/300000 anuales (Nalda, 2012).

Además con el incremento de la informalidad en los servicios turísticos, el gobierno regional Piura y el ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) implementaron una mesa de coordinación regional para fortalecer las acciones de supervisión y fiscalización de las empresas que brindan estos servicios, y el objetivo principal de esta mesa es fiscalizar a los establecimientos turísticos como de Piura para que cumplan con todos los requisitos necesarios y puedan operar formalmente dentro del rubro turismo, se refirió de esta manera a la informalidad existente en hospedajes, cevicherías, pollería, picanterías, chifas, snack, bar, discoteca, agencias de viaje y transporte turístico (Agencias Peruana de Noticias [APN], 2014)

Por todo ello, se puede observar que hoy en día las instituciones financieras nacionales cada día se dirigen más al sector de la microempresa, debido justamente al potencial económico de este sector empresarial, que a pesar de sus limitaciones. De las distintas formas de financiamiento existentes podemos categorizarlas en: financiación bancaria, no bancaria, privada y estatal. Como se puede determinar no existen estudios que revelen los niveles de rentabilidad de las microempresas de una manera confiable en la Región Piura sobre todo en el sector Servicio específicamente en el rubro snack, mucho menos en la distrito de Sullana (Gomero, 2003).

Las ventas de alimentos ultra procesados como la comida rápida y las bebidas azucaradas han aumentado en América Latina, impulsando un incremento de las tasas de obesidad en la región, advirtió la Organización Panamericana de la Salud (OPS): El mayor crecimiento se registró en Uruguay con 146%, seguido de Bolivia (130%) y Perú (107%). Entre los rubros, el principal aumento correspondió a las bebidas azucaradas, Los alimentos ultra procesados y la comida rápida representan una parte

cada vez mayor de lo que las personas comen y beben en América Latina, con resultados muy negativos", Un estudio de la OPS examinó datos sobre bebidas carbonatadas, golosinas, cereales, helados, bebidas energéticas, salsas y pastas para untar y comidas preparadas, y determinó que sus ventas per cápita entre 2000 y 2013 subieron 26,7% en 13 países latinoamericanos, los peruanos entre los mayores consumidores de esos alimentos altamente calóricos pero adictivos (el comercio, 2015)

Los productos elaborados a base de quinua como son los cereales, es especialmente beneficiosa en la dieta de personas ya que no contiene gluten, por su alto contenido en fibra y su mayor aporte proteico respecto a los cereales, este producto viene siendo beneficioso en las MYPE snack en Sullana por su alta demanda, a mayor venta, mayores ganancias por tanto ayuda a mejorar la rentabilidad de estos negocios que ofrecen el producto snack de quinua mantiene las propiedades químicas de la materia prima, emplea menor cantidad de materia prima que otros procesos alternativos y sobre todo es un método rápido. Sin embargo, el proceso de extrusión eleva la temperatura, por lo cual puede degradar los componentes. Por otro lado, el producto final es de buena calidad y de bajo costo Esta alternativa tecnológica nos ofrece la oportunidad de aprovechar de la mejor manera la producción de cereales en las zonas alto andinas de nuestro país; de esta forma se podrá proporcionar un producto con alto valor nutritivo que contribuya a resolver el problema de desnutrición en nuestro país, además de brindar una alternativa comercial para el mercado de golosinas (Pilco, 2011).

En cuanto al ambiente externo o macro ambiente, se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo que es la institución rectora

de la administración del Trabajo y la Promoción del Empleo, con capacidades desarrolladas para liderar la implementación de políticas y programas de generación y mejora del empleo, contribuir al desarrollo de las micro y pequeñas empresas, fomentar la previsión social, promover la formación profesional; así como velar por el cumplimiento de las Normas Legales y la mejora de las condiciones laborales, En la actualidad el Consejo Nacional de Trabajo (CNT) propuso evaluar la propuesta de algunos gremios laborales para incrementar de manera Progresiva la Remuneración Mínima Vital (RMV) en el país, informó el ministro de trabajo y promoción del empleo (Villasante, 2016).

Con respecto al factor económico, se tiene que analizar la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad y la producción y distribución de los bienes y servicios. Así se considerará la evolución de los sueldos y salarios que actúa sobre la capacidad de consumo; la tasa de inflación y su evolución, que suele presionar a la baja sobre las utilidades de las empresas y sobre el poder adquisitivo de las personas; el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión, crecimiento o recesión incide considerablemente en las expectativas de las empresas y en sus proyectos de inversión.

Según el Banco Central de Reserva de Perú, la tasa de inflación es de 2.68% y la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor en Piura es de 0.24 igual al promedio nacional (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2013), otro factor influyente es el tamaño del mercado, el nivel de desarrollo, las telecomunicaciones, el estado de la red vial, las disponibilidades de factores físicos y financieros, la tasa de interés. Con respecto a este último factor, se tiene que la tasa de interés se mantienen desde el 2011 en 4.25% (Banco Central de Reserva de Perú, 2013).

Las medidas de apertura en la economía, flexibilizó las normas laborales, lo que ocasionó la pérdida de fuerza y ulterior desaparición de importantes sindicatos. Ex iste una estabilidad laboral relativa y se ha incrementado el uso de servicios y el sector informal ha experimentado un gran crecimiento. Todos estos factores económicos reflejan aspectos no controlables directamente por la empresa que afectan en diferente grado a las organizaciones.

Según GEM (2005) el Perú es el cuarto país con el ratio empresas nacientes / empresas nuevas más alto después de Francia, Croacia y Eslovia, lo que se explica por la percepción de buenas oportunidades de mercado y la estabilidad económica aumentan la confianza para invertir en la creación de empresas. Así como el alto nivel de desempleo y por consiguiente la mayor necesidad de generación de autoempleo impulsa a los peruanos a generar emprendimientos. Por ello una característica del emprendedor peruano es que tiene una edad promedio de 32 años, no ha terminado la secundaria, se encuentra empleado, pero su nivel de ingresos es bajo, además cree que se quedará sin empleo en los próximos seis meses. Todo ello sugiere que la creación de un negocio es un medio para auto emplearse y subsistir. Por otro lado el 77% de la población peruana refiere que tiene el conocimiento necesario para poner en marcha una empresa. En efecto, existe una fuerte relación entre la percepción positiva de la población sobre sus habilidades, su experiencia o los conocimientos necesarios para conducir una empresa y la generación de actividades emprendedoras. Los expertos, sin embargo consideran que la población peruana no está preparada para poner en marcha y administrar una empresa, opinión que parece corroborarse con el alto porcentaje de cierres empresariales

que se producen en Perú y que evidencian la necesidad de capacitación y de asesoría que potencien el espíritu emprendedor de la población peruana.

Otra característica, según GEM (2005) es que en el ámbito global la inversión promedio para emprender un negocio es de 53 673 dólares y los emprendedores asumen el 65.8% de la inversión inicial. En Perú, la inversión promedio no supera los 4 mil dólares y los emprendedores aportan el 51.6% del monto. Si a esto se añade el que el 57% de emprendedores no desea esperar más de un año para recuperar su inversión, cabría esperar que la mayoría de estas empresas estén destinadas a proporcionar autoempleo y pocas utilidades, lo que no ofrece mayor incentivo al crecimiento ni a la consolidación empresarial.

En el sector servicios para empresas, en Perú se tiene un desarrollo de 2% (oportunidad) y 3% (necesidad), por lo que la competencia no es fuerte, pero este sector exige cada vez mayor valor agregado en la forma de servicios; a su vez, el nivel de educación es más alto en los emprendedores y el avance tecnológico facilitan el creciente interés en la creación de empresa que brinden servicios a otras empresas. Sin embargo, los emprendimientos peruanos, se dedican con gran intensidad al comercio minorista, principalmente a la venta de alimentos, donde no es necesaria mayor inversión en tecnología, o a los servicios de hotelería y restaurantes, donde el conocimiento básico para emprender el negocio proviene con frecuencia del ámbito familiar. Por otro lado, las empresas creadas por oportunidad son significativamente mayores que las creadas por necesidad en el sector de servicios a empresas, probablemente porque corresponden a personas con mayores calificaciones y habilidades. De las empresas creadas por oportunidad en este sector, la mayoría son

negocios nacientes, entre los que destacan los servicios informáticos y otras actividades relacionadas con este rubro (GEM, 2004).

En los factores socio-culturales la Provincia de Sullana es una de las ocho ciudades que conforman la región Piura. Según el INEI tenía 233.615 habitantes en el 2012, el proceso migratorio ha generado colectivos sub-culturales híbridos, sin un proyecto integrador de la cultura local. Ayudado este proceso en parte por la migración rural-andina que configura desde ya una realidad sociocultural nueva dentro de toda la ciudad. Existiendo de esta forma novedosas formas de comer, vestir, hablar y hacer vida social. Apreciándose más lo de fuera que los propios valores. El modismo se presenta desenfrenado. Se exagera en canciones, bailes, usos y costumbres que influyen medios de comunicación (TV, radio, internet); Mientras que sus particularismos se pierden. Estos los hace indefinidos culturalmente. Además la provincia de Sullana es conocida por las muestras de cariño y acogida que se brinda a las personas de fuera. Es por esta razón que las personas suelen visitar constantemente el Distrito o en algunos casos suelen quedarse a vivir aquí.

En cuanto al Factor Tecnológico, se dice que la tecnología en el sector servicio, está sometida a cambios constantes que inciden directamente en la productividad del negocio gastronómico. En la actualidad los cambios son cada vez más profundos y la velocidad de la evolución aumenta de manera exponencial. Dado que los consumidores cada vez son más sofisticados y dependientes de la tecnología en su vida personal y profesional, por lo que también les gustaría contar con estas condiciones en su establecimiento. Los snack están respondiendo mediante la adaptación de sus locales, espacios para reuniones, recibidores y mostradores a los avances tecnológicos de hoy en

día. Lo último de la tecnología se cuenta con el Wifi, esto permite que el consumidor tenga acceso gratuito de internet a alta velocidad.

Así mismo opina que el Perú invierte en innovación empresarial, ciencia y tecnología poco. Más del 0.12% de PBI, cuando en países de América Latina se invierte en promedio 1.75%. Sin embargo para el 2016 se propone incrementar esta 0.7% del PBI. En febrero se aprobó la ley que promueve la inversión en investigación científica, desarrollo e innovación tecnológica.

En cuanto a la Legislación Laboral que es el conjunto de leyes y normas tienen como objetivo regularizar las actividades laborales. La Ley de formación y Promoción Laboral (D.S 002-97-TR), en el Artículo 59. El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio o industria. Guerrero (2016). Por otro lado D.L N° 14222 dice que toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, en este caso percibirá el salario mínimo vital que asciende a S/850.00. Así también contará con una asignación familiar, otro beneficio es la bonificación por tiempo de servicios, también contarán con las gratificaciones otorgadas en fiestas patrias y navidad, así como también una canasta de víveres.

En otra parte se tiene que la Protección Ambiental puede difundir las prácticas de gestión ambiental en todos los sectores del proceso empresarial. En este sentido la educación ambiental, en medios de atención, desarrollada como un proceso permanente y continuo se debe pautar con herramientas capaces de impulsar a los colaboradores y

clientes a reflexionar críticamente sobre su papel en relación a la prevención del impacto ambiental ocasionado por las actividades de atención (Conto, 2013).

En tanto a la integración se tiene a las Alianzas Estratégicas: una alternativa competitiva, la economía que se vive actualmente, junto con el desarrollo tecnológico y la apertura de mercados, hace que las empresas tengan que adaptarse a un entorno dinámico. La competencia y el liderazgo de ventajas competitivas, hacen que día a día la estructura y las estrategias de las empresas se adopten a los mismos, además han surgido nuevas direcciones y encaminamientos para las prácticas gerenciales y organizacionales: la gerencia de recursos, la motivación, la cultura y el liderazgo, entre otros.

En cuanto al ambiente interno o microambiente, se menciona las siguientes condiciones: con respecto al poder de negociación de los compradores, es un punto importante que se debe tener en cuenta pues aquí se tiene que negociar con el cliente, se le ofrece al cliente un producto con precio alto pero que cubra sus necesidades; o económico de acuerdo a su posición social. Estas MYPE ofrecen un precio cómodo de acuerdo al tipo de persona que solicite el alimento, además estas personas tendrán opción de elegir cuál le conviene, así mismo sucede que el cliente solicite varios tipos de alimentos donde pide se le haga rebaja, y el propietario accede, entonces se observa que si existe el poder negociación. Aquí se puede observar que los clientes si tienen poder de negociación, pues en algunos casos el propietario ha accedido a bajar el precio de los snack, por que el cliente ha requerido varios productos.

Por otro lado la amenaza de Productos Sustitutos es un punto clave donde se estudia a la competencia, puesto que ellos ofrecen un servicio similar. Este sector es demasiado rentable siempre y cuando se administre adecuadamente para no decaer. Analizar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades existentes, dentro y fuera de la organización, permitirá crear estrategias para llegar al éxito. La competencia disputará la rentabilidad de su empresa, según la atención brindada, así como el precio y otros factores, lo cual determinará el nivel de competitividad de cada una de estas. Aquí también se encuentran los restaurantes que ofrecen productos alternativos, en este caso los propietarios ofrecen productos saludables.

Algunas MYPE cuentan con las características antes mencionadas, sin embargo otras por ser precarias o falta de financiamiento, entre otros factores importantes carecen de ellas. También se debe tener en cuenta que ciertas empresas decaen por la falta de asesoramiento o su nivel de profesionalismo en el negocio por parte de los propietarios o encargados de los establecimientos. También la competencia juega un papel importante en este rubro, puesto que si el servicio es mejor obtendrán mayor afluencia de público y por lo consiguiente la rentabilidad será mejor. En cuanto a los aspectos financieros y contables, las MYPE fracasan debido a la falta de preparación y a la informalidad de sus operaciones. Cabe mencionar que el Snack más antigua en Sullana es: Snack Carolina II, el cual viene brindando productos de calidad con personal capacitado en atención al cliente, teniendo una gama de clientes.

Los propietarios de comida rápida manifiestan que hoy en día es una comida muy consumida gracias a sus intensos sabores, su palatabilidad, y su facilidad para adquirirla, si bien este tipo de alimento conlleva una serie de características

nutricionales, que hacen que no sea aconsejable su consumo habitual. Entre estas características destaca su abundancia en grasas saturadas y colesterol. Además estos alimentos son tan aceptada y consumida en nuestra sociedad y debe tomarse de forma muy moderada. Además indican que los productos más vendidos son y que puede consumirse sin el empleo de cubiertos, algunos son pizza, hamburguesas, pollo frito, tacos, sándwiches, patatas fritas, aros de cebolla, que puede consumirse sin el empleo de cubiertos (Moliní, 2007).

Las MYPE rubro Snack donde mayormente venden productos chatarras se puede implementar por productos saludables como son los productos en base de quinua, cereal, arroz, maíz etc. ya que hoy en día tienen acogida a nivel nacional y están dando resultados con el incremento de rentabilidad en sus empresas, y también aumentara el PEA ya que brindaran empleo. Es por ello que ante este panorama que constituye en una gran ventana de oportunidades para las Microempresas, se podrá determinar a través de esta investigación, hasta qué punto las Microempresas del sector servicios, rubro snack del distrito de Sullana, están preparadas para aprovechar las oportunidades de financiamiento que se les presentan, y si estas oportunidades al ser aprovechadas, influyen de alguna manera en su rentabilidad (Vives, 2011).

Estas MYPE rubro snack en Sullana presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo, el escaso financiamiento de la MYPE, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores que son los restaurantes, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración al

financiamiento y desarrollo empresarial, además consideran que sus negocios son muy pequeños y no son tan rentables para solicitar préstamos a entidades financieras que tienen altas tasas de interés y sobre todo solicitan muchos requisitos para brindar préstamos.

En Sullana, donde se desarrolla la investigación nos permite determinar el siguiente enunciado. ¿Cuáles son las principales Características del financiamiento y la rentabilidad de las microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016?. Para dar respuesta a esta interrogante se planteó el siguiente objetivo general: describir las principales características del financiamiento, y la rentabilidad de las Microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016.

Así también para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son: (a) describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016; (b) identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016; (c) determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016; (d) detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

La presente investigación, se justifica en forma teórico porque se permitirá tener un conocimiento más realista acerca de las características del financiamiento y la rentabilidad en las MYPE del rubro snack en el distrito de Sullana, departamento de

Piura, que las mismas han utilizado para el crecimiento y desarrollo de sus negocios, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal, además sirve como formación inicial para futuros emprendedores basada en una referencia, y sobre todo como antecedente para investigaciones posteriores relacionadas al tema desarrollado, contribuyendo de esta manera en la formación de profesionales de nuestra institución como de las de afuera, generando una actitud de mejora en la investigación que conlleve a los estudiantes a, buscar, analizar y evaluar la información necesaria; ampliando su gusto e interés por la investigación.

De igual forma se justifica en lo práctico porque contribuye con datos estadístico concretos sobre las principales características del financiamiento y la rentabilidad en el crecimiento y desarrollo de las MYPE del ámbito en estudio.

Se justifica de forma metodológico porque en la investigación no se inventan los resultados, ya que se utiliza diferentes fuentes para el recojo de datos, por lo consiguiente se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha elaborado un cuestionario aplicado a las personas indicadas para la obtención de la información.

Del mismo se justifica en forma social porque de este modo se beneficia también al desarrollo económico y social del Distrito, permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPES.

Esta investigación servirá como un aporte profesional; como estudiantes y futuros profesionales, el realizar este tipo de investigaciones nos permite involucrarnos a fondo en ello, ampliando no sólo nuestros conocimientos, sino desarrollar nuestras habilidades, generando actitudes positivas hacia la investigación; que a la larga nos servirá en nuestro desarrollo como profesionales ya formados.

Por último, el presente estudio será un aporte institucional porque se justifica en la medida que su difusión, a través de eventos académicos, medios de comunicación masivos, foros de discusión, se traduzcan en políticas públicas, tanto a nivel local, regional y nacional; así mismo, es importante que a través de los resultados a los que llega el presente estudio; se pueda dar a conocer a los micro y pequeños empresarios.

Para lo cual se empleara la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte trasversal. Se empleara como técnica de recojo de datos a la encuesta, siendo el instrumento el cuestionario estructurado. La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables rentabilidad y financiamiento en las MYPE de Sullana 2016. Desde el área geográfica distrito de Sullana; microempresas y delimitación temporal año 2016.

Respecto a los resultados: El 78% de los propietarios encuestados indica que su empresa se financia por medio de recursos externos, por otro lado el 59% de los propietarios encuestados indica que recurre entidades no bancarias, asimismo el 62% de los propietarios encuestados indica que para brindarle el préstamo le solicitaron muchos

requisitos, finalmente el 59% de los propietarios encuestados indica que es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa. Se concluye Respecto al financiamiento en las MYPE de servicio rubro snack se financian por medio de recursos externos, en las entidades no bancarias, y estas entidades brindaron el monto que solicito al momento que percibió el dinero, además al momento de buscar formas de financiamiento decidieron solicitar préstamo a corto plazo considerándoles como una ventaja. Respecto a las principales características de rentabilidad de las microempresas en este rubro es medir el rendimiento de las ventas, mantener la liquidez, evaluar las ganancias de las empresas mediante los factores de la rentabilidad económica que mide los activos de la empresa y la rentabilidad financiera obtenida del capital de trabajo por la inversión realizada, para el monitoreo de las ventas y el aumento de la productividad de estas empresas; con la finalidad de verificar si vienen obteniendo ganancias.

Además este trabajo de investigación está dividido en tres partes los cuales constan en: La primera parte la revisión de la literatura, donde se desarrolla los antecedentes de la investigación y las bases teóricas. La segunda parte se encuentra la metodología, en el cual se desarrolla el diseño, tipo, nivel de investigación; la técnica, el instrumento, plan de análisis, principios éticos, la matriz de consistencia y cuadros de operacionalización. La tercera parte está los resultados de la investigación, el análisis de los resultados, las conclusiones y recomendaciones, además se incluirán las referencias bibliográficas y anexos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Financiamiento

2.1.1.1. Nivel Internacional

– Echavarría (2011) en su tesis de investigación titulada “Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas”, para optar el título de magister en Finanzas de los Negocios en la Universidad Yucambo de México, llegando a la conclusión que se deben emprender acciones encaminadas a mejorar la condición y circunstancia de las MYPE, ofreciendo en forma viable, alternativas de financiamiento, capacitación técnica y asesoría administrativa, tal y como lo hacen en otros países más desarrollados. Para lo que es necesario que el sector educativo se vincule fuertemente al sector productivo. Por una parte, promover una cultura de emprendedores creadores de empleos entre los estudiantes, y por otra parte; ofreciendo cursos entre los empresarios para capacitarlos en las áreas administrativas, técnicas y proporcionando información acerca de los programas de apoyo del sistema financiero mexicano. Estos cursos deben ser modificadores de conducta de los empresarios, con un enfoque innovador y tecnológico que optimice sus recursos.

– Gonzales (2013) en su tesis de investigación “El Impacto del Financiamiento a Largo Plazo como Factor de Rentabilidad de la MIPYMES en el Sector Comercio en el municipio de Querétaro”, para optar el título de Maestro en Administración, realizada en la Universidad Autónoma de Querétaro, su objetivo general fue conocer el impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de la MIPYMES en el sector comercio en el municipio de Querétaro, y

cuyo tipo de investigación fue cuantitativo, y el nivel de investigación fue descriptivo, obteniendo las siguientes conclusiones el 98% de cada comerciante utilizan el crédito a largo plazo con la su negocio mejora, y el acceso al financiamiento a largo plazo es el adecuado para el incremento de la rentabilidad de MIPYMES debido a las proyecciones de caja futuras que se planean y permiten no comprometer a la empresa, se pueden aprovechar las ventajas del apalancamiento financiero, es así que desde la perspectiva teórica del uso del crédito a largo plazo y desde las diferentes opciones del financiamiento.

2.1.1.2.Nivel Nacional

– Rengifo (2010) en su Tesis Titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”, ULADECH; el cual tuvo como objetivo general describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo las siguientes conclusiones Respecto a los empresarios y las MYPES Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene secundaria completa. Así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 71% tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento Los

empresarios encuestados manifestaron que: el 86% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 33% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% no recibió capacitación antes del otorgamiento de préstamos, el 7% si recibió capacitación y el 71% recibió un sólo curso de capacitación. Respecto a la Rentabilidad el 93% afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 57% comenta que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas y el 57% afirmó que el año 2010 fue mejor que el año anterior.

– Linares y Santos, (2011) en su investigación denominada “La informalidad y su influencia en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro granos y menestras del mercado Moshoqueque 2010”, para la cual se determinó el siguiente objetivo general analizar cómo influye la informalidad en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro de granos y menestras del mercado de Moshoqueque ; y el tipo de la investigación elegido fue el descriptivo analítico, así como un diseño no experimental transversal; llegaron a las siguientes conclusiones: la mayoría de microempresarios financian con recursos propios o de prestamistas particulares, no existiendo formalidad en la obtención de créditos; siendo las entidades bancarias quienes son menos requeridas en la obtención de un crédito, por las exigencias de ciertos requisitos que el empresario no cumple. El ser informal es una gran limitante para el microempresario, no solo en la obtención de créditos financieros, sino también en la búsqueda de nuevos mercados y el desarrollo de la microempresa, ya que no aparece en el mercado como alguien que actúa ordenada y cotidianamente; es por ello que las entidades financieras consideran poco rentable y sobretodo de alto riesgo el facilitar créditos a microempresarios informales. Visto de

otro lado, el microempresario por falta de conocimiento no confía en las entidades financieras por las altas tasas de interés, cumplimiento de requisitos, entre otras cosas.

2.1.1.3. Nivel Regional

– Bayona y Talledo, (2011) en su investigación denominada “Análisis económico de las barreras de entrada al mercado crediticio en los pequeños comerciantes del mercado de La Unión”, cuyo objetivo general fue identificar Las Barreras de entrada al Mercado Crediticio de los pequeños comerciantes del Mercado De La Unión, para lo cual se llevó a cabo un estudio Descriptivo basado en el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a comerciantes, obteniendo las siguientes conclusiones: Existe un gran número de comerciantes que actualmente tiene deudas, su principal fuente de financiamiento son los prestamistas informales dado que le es más fácil y rápido obtener un crédito sin importarles las altas tasas de interés a las que están sujetos dichos créditos, en segundo motivo por el cual prestan de estas fuentes es porque no son sujetas de crédito dado que están mal calificados en las centrales de Riesgo es decir por tener antecedentes crediticios negativos.

– Riofrío (2016) en su investigación denominada “El financiamiento y su incidencia en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio agroindustrial del valle del alto Piura en el 2015”, en la ULADECH - PIURA. La investigación, tuvo como objetivo, describir las principales características de. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, la población representó las empresas del sector Agroindustrial del valle del alto Piura, la

muestra no aleatoria por conveniencia correspondió a 10 empresas del sector en estudio. La técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario pre estructurado con 20 preguntas, relacionadas a la investigación, obteniendo las siguientes conclusiones: El 20% accedió a crédito bancario, el 30% en Cajas Municipales y el 50% hace uso de préstamos en el mercado informal (prestamistas y usureros). Los encuestados manifestaron que entre los factores que limitan la obtención del crédito al sector Agroindustrial está la documentación incompleta 40%, deudas anteriores no cumplidas 30% y no contar con las garantías necesarias para acceder al crédito 30%.

2.1.1.4. Nivel Local

– Chamba (2015) en su investigación titulada “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013”, se estableció como objetivo determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE rubro restaurantes, ciudad Sullana, año 2013. Es una investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo; diseño no experimental; para lo cual se escogió a 15 MYPE de la ciudad de Sullana, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas a los dueños o encargados de las MYPE y un cuestionario de 6 preguntas a los trabajadores de las MYPE, contando para la realización del mismo con un total de 45 personas, se utilizó la técnica de la encuesta. Entre las conclusiones más relevantes tenemos: Respecto al tiempo de funcionamiento de las MYPE que el 40%, cuenta con más de 4 años de funcionamiento, mientras que el 60% de 1 a 4 años de funcionamiento, por otro lado se obtuvo que el 80% de los empresarios encuesta-dos solicitaron financiamiento y el 66.67 % obtuvo la cantidad solicitada, también se observó que el 73.33 % recibieron crédito del sistema bancario; han mejorado la rentabilidad de su empresa con el financiamiento y capacitación. El 100 % indica que el

desempeño de los trabajadores es bueno después de la capacitación, el 80 % de las MYPE encuestadas considera la capacitación como inversión. Por otro lado el 66.67 % de los trabajadores recibió capacitación y el 100 % de los trabajadores encuestados aplica en la empresa los conocimientos recibidos.

2.1.2. Variable Rentabilidad

2.1.2.1. Nivel Internacional

– Días (2013) en su tesis de investigación denominada “producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (*citrus aurantium*) y su relación con la economía del cantón la maná y su zona de influencia, año 2011”, para optar el título de Ingeniero Comercial, realizada en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador; cuyo objetivo general fue desarrollar adecuadamente la investigación de la producción comercialización y rentabilidad de la naranja en el Cantón La Maná, llegando a la conclusión por medios de la exploración de los indicadores financieros, análisis de los estados financieros y el flujo comercial de la naranja, para poder identificar sus ingresos y egresos reales de la producción y la rentabilidad de la naranja, para lo cual se aplicó los métodos no experimental, inducción para la recopilación de información donde fue necesario aplicar las encuestas dirigida a los productores, comerciantes y consumidores, en la cual concluyó como la no existencia de un control contable adecuado y apropiado de los gastos e ingresos que genera esta actividad productiva, de manera que no saben cuánto ganan o pierden, para la toma de decisiones se efectuó Estados Financieros y Económicos con la información recopilada y mediante la evaluación del VAN y la TIR

y la rentabilidad es de 55.67% por venta de naranja por la cual no es satisfactoria para el productor.

2.1.2.2.Nivel Nacional

– Rengifo (2011) en su investigación denominada “El Crédito y la Rentabilidad de las Microempresas Comerciales del Distrito de Tarapoto”, cuyo objetivo fue Analizar la incidencia del crédito en la rentabilidad de las microempresas comerciales en el distrito de Tarapoto, en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, 2011. El estudio es de tipo transversal, orientado a la comprobación de la hipótesis causal, se investigó los factores que interactúan sobre la rentabilidad en los diferentes tipos de microempresas comerciales del distrito de Tarapoto. Para la discusión de resultados se utilizó los métodos sintético, inductivo y correlacional. La información que recopiló directamente de fuentes primarias como son los microempresarios comerciales a nivel del distrito de Tarapoto entre las principales conclusiones encontrados podemos citar: Primero, el 61% de las microempresas no tiene personería jurídica y el 78% se encuentran comprendidas en los regímenes simplificado y especial del Régimen General del Registro Único del Contribuyente, exhibiendo un bajo nivel de gestión empresarial que las impide acceder a los créditos que ofrece la banca formal y de segundo piso. En segundo lugar, el 73.7% de los microempresarios comerciales manifiestan que su rentabilidad incremento en los últimos años y el 37.3% no hace uso de medio de publicidad alguna, deduciéndose una falta de visión empresarial tanto para crecer y desarrollarse.

2.1.2.3.Nivel Regional

– Álvarez (2015) en su tesis “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales rubro panaderías del distrito de Sullana periodo 2014” como objetivo general describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales rubro panaderías del distrito de Sullana, periodo 2014; la investigación llevada a cabo fue naturaleza cuantitativa, descriptiva. Para el proceso de la recopilación de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 13 microempresas dedicadas al rubro de las panaderías; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 26 preguntas con escala ordinal y nominal. Esta investigación permitió obtener las siguientes conclusiones el 46% de los mismos tienen una edad comprendida entre los 31 a 45 años, siendo este el mayor rango de edad; el 69% de los empresarios pertenecen al género masculino; el 56% de microempresarios encuestados decidió iniciarse en el negocio de las panaderías principalmente para generar ingresos para el hogar, ante situaciones como el desempleo o subempleo; el 62% de microempresarios encuestados ha recurrido al financiamiento a través de terceros (entidades financieras), mientras que el 31% ha podido autofinanciarse; además del porcentaje de microempresarios que recurren a las entidades financieras no bancarias el 69% se inclina por recurrir a la CMAC- Sullana. En conclusión; los microempresarios, están mostrando una mayor tendencia a recurrir al financiamiento de terceros, especialmente a entidades financieras no bancarias, considerándose el financiamiento el principal motivo del incremento de la rentabilidad de las mismas.

2.1.2.4.Nivel Local

– Reyes (2015) en su trabajo de investigación “características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes, distrito de Sullana, año 2014”; se ha desarrollado en el marco metodológico con un tipo de investigación descriptivo; nivel de la investigación cuantitativo y con un diseño de investigación no experimental, transversal y descriptivo; el universo muestra o población estuvo constituido por 30 MYPE dedicados al sector servicio, rubro restaurantes. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento que se aplicó es un cuestionario con 22 preguntas teniendo en cuenta las variables de financiamiento y rentabilidad y obteniendo las siguientes conclusiones Respecto al financiamiento el 33.33% recibieron financiamiento bancario, el 10% que recibieron financiamiento a corto plazo, el 40 % por las experiencias obtenidas en solicitar y obtener crédito se animaron a solicitar otro. Respecto a la rentabilidad: el 40% consideró que el financiamiento otorgado les mejoró la rentabilidad de su empresa, un 6.67% cree que la rentabilidad de su empresa disminuyó en este último año. En conclusión se tiene que el financiamiento a la MYPE, generó una buena rentabilidad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Snack

2.2.1.1. Definición de Snack

Es un establecimiento donde se sirven aperitivos y comidas ligeras.

2.2.1.2. Tipos de Snack

Existen muchas soluciones rápidas y sanas para comer entre horas, porque el problema no es picar algo fuera del horario establecido, sino la selección que se haga de los alimentos y la cantidad que se tome.

Los tipos de snack son:

- ✓ Snack de Jugueria
- ✓ Snack Cafetería
- ✓ Snack Bar
- ✓ Snack de comida Rápida

2.2.2. Micro y Pequeña Empresa

2.2.2.1. Definición de MYPE

Las MYPE son organizaciones constituidas por personas naturales o jurídicas con fines de lucro, pueden ser de comercialización, servicios producción, etc.

Según Olivares, (s.f.) la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la MYPE son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Además Mendiola y Chuica, (2014) afirma Acerca de lo que es una MYPE, existen opiniones y definiciones muy diferentes, puesto que cada grupo de interés plantea su propio enfoque y la define de acuerdo con los objetivos que persigue. Algunos ven en ellas pequeñas grandes empresas, con mucho potencial de crecimiento por sí mismas; otros, en cambio, las conciben simplemente como aquellas que solo pueden evolucionar remolcadas por grandes empresas.

2.2.2.2. Conceptualización de la MYPE

Las MYPE son unidades económicas con personería jurídica o natural, estas organizaciones hoy en día son medidos por las ventas, además estas empresas se crean o constituyen con la finalidad de generar autoempleo, solvencia económica, etc.

Según Fidat, (2012) no hay unidad de criterio con respecto a la conceptualista de la Micro y Pequeña Empresa, pues las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque. Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico - tecnológico (Pequeña Empresa precaria de subsistencia, Pequeña Empresa Productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal a pequeña unidad productiva con alta tecnología a). Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Micro y Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa.

2.2.2.3. Características de las MYPE

Según Fernando Cillóniz (2009) las MYPES deben reunir las siguientes características:

Las características de las MYPE según (Castillo, 2016) hace notar que, conforme a lo dispuesto en la Tercera Disposición Complementaria Transitoria de la Ley N° 30056, recogida, a su vez, como la Segunda Disposición Complementaria Transitoria de la Ley MIPYME, las empresas constituidas antes de la entrada en vigencia de la Ley N° 30056 se rigen por los requisitos de acogimiento al régimen de las micro y pequeñas empresas regulados en el Decreto Legislativo N° 1086. De ahí que sea necesario

referirnos a los requisitos de acogimiento al RLE de la MYPE regulados en la Ley MYPE y en la Ley MIPYME, respectivamente y son:

La microempresa: Hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

La pequeña empresa: Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT [S/.6'715,000] y hasta el monto máximo de 2300 (UIT).

Todas las personas pueden constituir una MYPE. Aunque se suele creer que son creadas solo por aquellas personas de bajos recursos, lo cierto es que cualquier individuo con una idea de negocio y espíritu emprendedor puede apostar por constituir una MYPE que podrá incrementar sus ingresos en el futuro. (Cillóniz, 2009).

2.2.2.4.Importancia de las MYPE en la economía del país

Según datos del Ministerio de Trabajo (2010), las MYPE brindan empleo a más de 80 por ciento de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 por ciento del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

2.2.3. Financiamiento

2.2.3.1. Concepto de Financiamiento

El financiamiento son los recursos monetarios que adquieren una empresa o gobierno, pueden ser internas o externas para invertir en un determinado negocio o actividad, pueden acceder a fuentes de financiamiento distinto puede ser a corto o largo plazo para la devolución, con garantías si la institución le solicitada y este recurso con una tasa de interés de acuerdo al tiempo.

Según Nunes, (2016) indica que el financiamiento es el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, variabilidad plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento. Dentro de las cuales menciona fuentes de financiamiento disponibles: (a). Autofinanciamiento: corresponde a los fondos liberados por la actividad financiera de la empresa; (b). Equidad:

corresponde con el aumento de capital de la sociedad por nuevos capitales por parte de los socios o accionistas existentes o nuevos; (c). Capital de deuda: corresponde con el uso de entidades externas para obtener el capital necesario para llevar a cabo inversiones tales como: créditos bancarios, leasing, crédito de los proveedores de inmovilizado, los socios de suministro, entre muchos otros; (d). Incentivos financieros para la inversión: corresponde a los distintos programas de apoyo creados por el Estado para fomentar la inversión y la competitividad.

Además Gitman, (2010) indica que sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el “precio del dinero en el mercado financiero”. En términos generales, la tasa de interés (expresada en términos de porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. Otra característica es el plazo ofrecido para la cancelación del financiamiento y las garantías para avalar los financiamientos que van determinados de acuerdo a cada ente crediticio que lo ofrece, porque establecen el plazo de cancelación y las garantías exigidas según la fuente de financiamiento a utilizar.

2.2.3.2. Teorías del Financiamiento

Las teorías del financiamiento son un aporte importante porque afirman la existencia de una estructura óptima de capital, que resulta entre las economías impositivas relacionadas a la deducción de los gastos financieros y a los riesgos de quiebra y está fundamentada por la corriente contractual.

Teóricamente, el comportamiento de las empresas en materia de financiamiento a dado lugar a diversas explicaciones siendo incluso a veces contradictorios. Durante mucho tiempo, la metodología consistió en el apalancamiento basado en las hipótesis fundamentales de Modigliani y Miller (2011). Donde los últimos son los únicos que afirman la ausencia del impacto del financiamiento sobre el valor de la firma, después muchos autores explican teóricamente el caso contrario. La primera explicación está dada por las teorías tradicionales al comienzo de los años sesenta, las cuales afirman la existencia de una estructura óptima de capital, que resulta de un arbitraje entre las economías impositivas relacionadas a la deducción de los gastos financieros y a los riesgos de quiebra: en estos aspectos fue donde avanzaron los teóricos al demostrar la existencia de un equilibrio entre costos y las ventajas del endeudamiento. Y la teoría jerárquico de Myers y Majluf, es una teoría tradicional, muy innovadoras que ayuda a resolver por un juego de dos agentes generalizándose a varios agentes.

La segunda explicación está fundamentada por la corriente contractual, donde la teoría de los costos de agencia propone los medios específicos para minimizar los costos

de adquisición de fondos. Estos tratan de reducir el conflicto de intereses susceptibles de aparecer entre los diferentes actores de la firma a saber: el directivo, el accionario y el acreedor. (Jensen y Meckling, 2012) identifican dos tipos de conflictos: el primero de naturaleza interna, concerniente entre los dirigentes y los accionistas y el segundo en lo que respecta a los accionistas y los acreedores. Estas divergencias de intereses son la base de ciertas ineficiencias en materia de gestión tales como la imperfección de la asignación de recursos de las 4 firmas o el consumo excesivo de los directivos (la tesis del despilfarro de recursos de la empresa que son suntuarios cuando existen flujos de caja libre o excedentes de tesorería).

Paralelamente a la teoría de la agencia se desarrolló el fundamento sobre la asimetría de información. Los avances de la teoría de las asimetrías en el entorno del financiamiento de las firmas ofrece una tercera explicación complementaria diferente a las dos anteriores: los recursos de financiamiento son jerárquicos. Dentro del contexto de la asimetría de información, donde los dirigentes respetan el mandato de los accionistas, la mejor selección es el autofinanciamiento. Los que la empresa no se puede beneficiar de esta posibilidad para asegurar el crecimiento, la emisión de una deudas es preferible al aumento de capital.

La teoría del financiamiento jerárquico o Pecking Order Theory (POT) desarrollada por (Myers y Majluf, 2010). Esta es aparentemente en relación a las teorías tradicionales, muy innovadoras y más próximas a la realidad. Dicha teoría ha sido muy controvertida. Esto ofrece un método de resolver por un juego de dos agentes generalizándose a varios agentes (Nash, (2012) y en definitiva el equilibrio de Nash

como una solución de juegos donde cada uno de los jugadores maximiza su ganancia teniendo en cuenta la selección de los otros agentes.

2.2.3.3. Características del Acceso al Financiamiento Bancario

- Se parte de la hipótesis de que si bien las entidades bancarias tienen líneas específicas de crédito, la operatoria crediticia determina que las mismas no constituyen una fuente de recursos con identidad propia para consolidar y potenciar el proceso de inserción externa de este segmento de firmas. Es decir, las Pymes no acceden en forma directa a esas líneas, por el contrario, el acceso de las Pymes a esos recursos depende de la clasificación de riesgo global que efectúa el banco y, por ende, del límite crediticio otorgado a la firma más allá del tipo y monto del crédito solicitado para el comercio exterior. En consecuencia, el análisis del financiamiento de estas empresas debe efectuarse en el marco general de la estrategia global de financiamiento y de la política crediticia de los bancos y de las regulaciones impuestas por las autoridades monetarias.
- Y en información recabada a un conjunto de informantes calificados de bancos de primera línea.
- Dicho relevamiento tuvo como objetivo central indagar sobre diversos aspectos vinculados al financiamiento bancario de este segmento de empresas, poniendo especial énfasis en la vinculación firma-banco y su incidencia en el comportamiento reciente de las firmas.

- En la selección del panel de firmas encuestadas se tomó en cuenta la marcada heterogeneidad que caracteriza al segmento en términos de grado de inserción externa alcanzado.

2.2.3.4.Fuentes de Financiamiento

Para efectos de la presente investigación, la importancia de la definición de las fuentes de financiamiento en primera instancia una condición de ubicación en el tema que se investiga. Al respecto, (Brigham, 2012), expresa que estas son consideradas como el mecanismo y/o alternativas para conseguir recursos monetarios para la operatividad de las organizaciones, así mismo estas fuentes permiten lograr el desarrollo en inversión de una empresa para un tiempo determinado, de igual manera señala también, que los financiamientos a corto plazo son por lo general, más riesgosos que los financiamientos a largo plazo, e incluso de ordinario menos costosos, pudiendo obtenerse con mayor rapidez y bajo términos más flexibles, las cuales son:

a) Las Fuente de Financiamiento a Corto Plazo

Las fuentes de financiamiento a corto plazo consisten en las obligaciones menores a un año que el prestamista tiene que cancelar, al respecto. (Domínguez y Crestelo, 2013) manifiesta que la empresa u organización que van en crecimiento tiene que basarse y sustentarse en su organización, ya que es de s prioridad la gestión, proyección de sus planes, objetivos y adquisición de activos.

– **Cuentas por Pagar:** son fuentes de financiamiento que las MYPES adquieren con mayor facilidad, mediante estilos formados existentes y de cumplimiento en determinado tiempo. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Pasivos Acumulados:** Comprenden todas las obligaciones adquiridas con personal, proveedores, entidades bancarias que sin embargo puede utilizar de cierta forma el almacenamiento de los salarios (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Línea de crédito:** Es un financiamiento seguro y rápido porque el prestatario cuenta con historial crediticio, además solo le ampliarán el préstamo al respecto (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Convenio de crédito revolvente:** Es un tipo de financiamiento a MYPES formales y constituidas legalmente donde deben apoyarse de manera significativa con un contrato de crédito revolvente. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Documentos negociables:** Este financiamiento no necesita garantías, pero el requisito indispensable es tener un buen historial crediticio. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Préstamos privados:** Este financiamiento consiste en que los accionistas con mayor capacidad prestan a la empresa para no tener que solicitar en una entidad financiera (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Gravamen abierto:** Consiste en poner bienes de la institución en garantía, específicamente los inventarios. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Los Préstamos con codeudor:** Validan con el aval o garantía de una tercera persona, que de manera indirecta asume responsabilidad frente al incumpliendo del deudor. (Domínguez y Crestelo, 2013).

b) **Financiamiento a Largo Plazo**

Es un pacto formal para proveer fondos por más de un año con respaldo de los inventarios, hipotecas o fondos del titular que tenga depositados como ahorro a plazo fijo (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Crédito Refaccionario:** Es la transacción de crédito por medio de la cual una empresa u organización faculta con el fin de elevar o mejorar la producción de la empresa en el desarrollo de actividades propias del negocio (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Crédito Hipotecario:** Son contratos con entidades de crédito, siendo entidades al surgimiento de la expansión de capacidad productiva, reubicaciones modernizaciones de plantas o proyectos para nuevos productos en la empresa (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Arrendamiento Financiero:** En este financiamiento la empresa actúa con tres actores , el vendedor , el comprador y el sistema bancario, que dispone del dinero para abonar al vendedor, es conocido además como leasing. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Arrendamiento Operativo:** Es todo aquel que se obtiene para atender obligaciones de arrendamiento de forma periódica, a mediano y largo plazo. (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **Las Aportaciones de capital:** Apoyarse en los capitales que suministran los dueños a la empresa u organización y este tiene tres fuentes principales de obtención de recursos las acciones preferentes, las acciones comunes y las utilidades retenidas de la empresa, cada una con un monto diferente y asociado con cada una de ellas (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Capital social común:** Es otorgado por empresarios y fundadores, pueden administrar la organización directa o indirectamente respetando los términos de la constitución (Domínguez y Crestelo, 2013).

– **El Capital social preferente:** Es aportado por aquellos empresarios que a la organización suministran financiamiento en la diversificación de modalidades a corto, mediano y largo plazo. (Domínguez y Crestelo, 2013).

2.2.3.5. Requisitos Para un Préstamo: Son documentos indispensables que solicitan las entidades financieras con la finalidad de tener garantía y saber a qué tipo de empresa personal o jurídica están brindando el préstamo.

Según (Mendiola y Aguirre, 2014) manifiesta que existen los siguientes requisitos para el otorgamiento de un préstamo y son:

- Garantía real constituida por hipoteca a favor de la entidad financiera, con lo cual se obtiene una cobertura al 80%.
- Demostrar solvencia económica.
- Presentar los estados financieros (balance general, estado de ganancias y pérdidas, estado de cambios en el patrimonio neto, estado de flujo de efectivo) y notas a los estados financieros del último año. Esta información debe ser actualizada cada seis meses.
- Declaración del impuesto a la renta de los dos últimos años.

a) Procedimiento para otorgar créditos

Comprende un conjunto de procedimientos previos (recolección y análisis de información de los potenciales prestatarios) y posteriores (cobranza y monitoreo) al otorgamiento del crédito. Tienen por finalidad estimar la capacidad y la voluntad de pago del prestatario. Toma en cuenta los siguientes aspectos metodológicos:

b) Evaluación y otorgamiento de crédito. Analiza lo siguiente:

- El perfil del cliente respecto de su capacidad técnica, valores, cultura y experiencia.
- El capital y el proceso de acumulación del empresario.
- Las condiciones del entorno de la actividad económica.
- La verificación in situ de la unidad económica: familia y empresa.
- La comprobación de la información dada por el prestatario.
- El riesgo de crédito, tanto cualitativo como cuantitativo (situación financiera y operación del negocio).
- La diversificación de cartera (monto, cliente, actividad económica y área geográfica).
- También se suele emplear el scoring cuando se dispone de información.
- Historia crediticia de clientes con similares características.

c) Recuperaciones y relaciones de largo plazo. Comprende:

- El seguimiento preventivo y oportuno que identifique los potenciales riesgos.
- Monitoreo y negociación.
- El mantenimiento de una relación de largo plazo con el sujeto de crédito.

d) El flujo del proceso de evaluación del crédito se resume en:

- Realizar una exposición ante un comité de crédito integrado por un grupo de analistas comerciales. Este procedimiento tarda aproximadamente tres días.
- El analista evaluará cuáles son las garantías que respaldan al solicitante, cuál es su capacidad de endeudamiento, cuál es su liquidez.

e) Esto puede llevar tres días.

- Análisis por el área de riesgos, para aprobación. Tarda dos días.
- Firma de declaración de salud mediante un examen médico.
- Se eleva el contrato y el testimonio a registros públicos.
- Todo el proceso suma alrededor de siete días hábiles.

Actualmente, las fuentes de financiamiento de las MYPE se basan en fondos propios, créditos de proveedores y de bancos.

Las entidades del sistema financiero reúnen información relevante para la evaluación de riesgo crediticio del solicitante; lo hacen a través de diferentes fuentes de información cualitativa y cuantitativa, como centrales de riesgo, proveedores, el sistema financiero.

2.2.3.6.Póliza de créditos

Es un financiamiento consiste que los bancos dan una cierta cantidad de dinero a las MYPE y solo pueden disponer de esos monto al respecto Portolés, (2013) manifiesta que es una forma de financiación inmediata que permite hacer frente a las necesidades económicas derivadas de la actividad de un negocio, cubriendo los desfases de los flujos de cobros y pagos. La entidad financiera pone a disposición cierta cantidad de dinero, de la cual se podrá disponer hasta ese límite, de forma que sólo se pagarán los intereses por las cantidades efectivamente dispuestas y no por la totalidad del crédito concedido.

En otras palabras, es un préstamo pero con vencimiento a tiempo determinado y con disposición del capital prestado de manera aleatoria, en función de las necesidades del propio cliente. Es una fórmula de financiación muy usada entre las empresas, pero para sacarle la mayor rentabilidad, debe utilizarse de forma puntual y no como vía de financiación permanente, lo cual es uno de los errores más cometidos por los usuarios.

Tal y como podemos ver, los elementos que tiene una póliza de crédito son:

- **Capital máximo disponible o límite.** Que es el importe máximo de préstamo que podemos disponer en la póliza de crédito.
- **Vencimiento.** Las pólizas de crédito tienen duración determinada. Normalmente a un año, aunque pueden tener mayor duración en función de las condiciones pactadas.
- **Comisiones aplicables y tipos de interés.** Como cualquier producto financiero, en una póliza de crédito vamos a encontrar costes por comisiones y por supuesto intereses.

Al fin y al cabo, la póliza de crédito es un préstamo de disposición voluntaria y variable con límite superior de crédito y vencimiento pactado previamente.

2.2.3.7.Cómo funciona una póliza de crédito

Según Cernadas, (2014) Una póliza de crédito es como un "self service" de combustible, si nos quedamos cortos puede que no llegemos a nuestro destino y nos quedemos sin cubrir nuestras necesidades financieras y si nos pasamos surtiéndonos nos rebosaría la gasolina, despilfarrando recursos y pagando por una financiación que no utilizaremos, debemos saber que suelen tener aparejadas comisiones de apertura y/o de estudio. Todas las pólizas de crédito tienen una cuenta corriente asociada, aunque si bien es posible su uso como si de una cuenta corriente se tratase, lo cual otorga una gran comodidad a las empresas que las utilizan; su uso suele ser principalmente a corto plazo, con vencimientos que suelen oscilar entre los seis meses y dos años, aunque en ocasiones acaban transformándose en la práctica en operaciones a largo plazo con vencimientos prorrogados tácitamente. El pago de intereses suele ser trimestral, aplicando el interés pactado sobre el saldo medio deudor del periodo, y en su caso el correspondiente sobre el saldo acreedor y también suele haber comisiones por los importes no dispuestos. Además es conveniente vigilar de cerca que no se produzcan excedidos en la disposición, ya que en caso de estar autorizados devengarán comisiones y tipos de interés más elevados.

2.2.3.8.Renovación de la póliza de crédito

Según Cernadas, (2014) la renovación de una póliza de crédito es un tema de extremada delicadeza, ya que en primer lugar hace suponer que no se le ha dado un uso correcto. Una cuestión que debemos de plantearnos antes de renovar una póliza es la

siguiente, ¿será mejor contratar un préstamo para sustituir a la póliza de crédito? Y es que llegado el vencimiento, la entidad financiera no tiene obligación alguna de renovar las pólizas, máxime si la situación financiera de la empresa se ha deteriorado, sin embargo, la no renovación de pólizas de crédito supone en muchos casos una condena a muerte a muchas empresas, ya que se encuentran con las pólizas totalmente dispuestas y en una situación en la cual sus deterioradas cuentas impiden la obtención de nuevos créditos. Destacar a este respecto, que el pasado 28 de febrero el Consejo de Ministros aprobó el Anteproyecto de Ley de fomento de la financiación empresarial, que a los tres meses de su publicación en el BOE obligará a las entidades de crédito a notificar por escrito y con una antelación mínima de 3 meses su intención de no prorrogar el flujo de financiación que vengán concediendo a una pyme o de disminuirlo en una cuantía igual o superior al 35 por ciento. El plazo de 3 meses se computará atendiendo a la fecha de vencimiento del contrato de crédito de mayor relevancia económica de los que componen el flujo de financiación. Este preaviso será el banderazo de salida para una carrera desenfundada cuya meta será la prolongación de la actividad de la empresa. Por lo tanto, evitemos participar en esta carrera y demos un uso correcto a las pólizas de crédito.

2.2.3.9.Cálculo de comisiones e intereses en las pólizas de crédito

Según Portolés, (2013) en una póliza de crédito nos encontramos normalmente con un amplio lote de comisiones y tipos distintos de tipos de interés a pagar. Estos suelen ser:

- a) **Comisión de apertura:** Se trata de un préstamo, sólo que variable, representando un porcentaje sobre el total del límite de crédito que tengamos disponible. Normalmente, entre el 0,25% y el 2% sobre el total, en función de las entidades financieras, condiciones crediticias del prestatario y límite de la póliza (Portolés, 2013).
- b) **Comisión de disponibilidad:** Es un porcentaje de la cantidad que podemos disponer en el momento de la liquidación de intereses, suele ser muy pequeño, normalmente un 0,1% sobre la suma de los números comerciales de la póliza de crédito, o bien el 0,1% sobre el capital no dispuesto en la póliza de crédito, (Portolés, 2013).
- c) **Interés por saldo dispuesto:** El interés que pagamos por el saldo medio dispuesto. Este tipo de interés se calcula mediante el método hamburgués, procedimiento que considera cada operación en la póliza de crédito como una disposición o cancelación propia del préstamo. En este artículo, podemos ver el detalle de cálculo del tipo de intereses en una póliza de crédito (Portolés, 2013).
- d) **Interés por saldo no dispuesto:** en algunas pólizas de crédito, se aplica también un tipo de interés a pagar por las cantidades de crédito que no hemos usado durante el periodo de liquidación de intereses (Portolés, 2013).

e) **Interés de excedido:** En caso de que nos excedamos de la cantidad acordada hay que pagar un excedido sobre la cantidad que nos hemos excedido. Será sensiblemente más alto que el interés de dispuesto equivalente a los intereses de demora (Portolés, 2013).

2.2.3.10. Ventajas y Desventajas

Según Hervás, (2013) la ventaja fundamental de la póliza es que el tipo de financiación se adapta a nuestras necesidades. Como podemos hacer tanto disposiciones como imposiciones, en realidad estamos pagando por la financiación que realmente necesitamos en cada momento, y no por todo el capital disponible, como ocurriría en los préstamos.

Otra ventaja es que, por regla general, las pólizas de crédito se renuevan anualmente, mientras que los préstamos no pueden ser renovados, teniendo que volver a constituir otro.

La principal ventaja es la flexibilidad de la operación, que te permite hacer uso o no del límite del crédito a tu conveniencia.

El abono de intereses solamente lo realizarás por la parte del dinero de la que vayas disponiendo.

Al funcionar como una cuenta corriente, es un producto pensado para el día a día de tu empresa, que te permite canalizar la operativa habitual de cobros y pagos.

Entre las desventajas más significativas están los tipos de interés y los gastos por comisiones, que suelen ser más elevados en la póliza de crédito que en el préstamo. También el procedimiento de tramitación, que es más complicado en cuanto a la aprobación de la operación y la aportación de garantías adicionales.

Es una financiación difícil de conseguir sin la aportación de garantías que avalen el dinero, sobre todo para las empresas más nuevas o con una estructura de balance más débil.

Suelen incluir una comisión por disponibilidad que te obligará a planificar con una mayor precisión la necesidad de crédito durante el período. La denominación de esta comisión no debe llevarte al equívoco; la entidad financiera te la cobra por solicitar unos fondos y “no disponer” de ellos, por lo que realmente lo que hace es compensar su coste de oportunidad (si el dinero está disponible para ti, aunque no lo uses, no puede prestárselo a otro cliente).

2.2.3.11. Barreras del financiamiento bancario

Las barreras del financiamiento bancario son la exigencia de muchos requisitos por las instituciones financieras siendo un obstáculo para adquirir un crédito ya que las

entidades solicitan los estados financieros, solvencia patrimonial, credibilidad y garantías, al respecto (Ferrero y Goldstein, 2011) indica que es la baja participación de las empresas de menor tamaño en el crédito al sector privado es un problema que aqueja a todas las economías modernas desde hace muchos años. Las argumentaciones que suelen esgrimirse para explicar esta baja participación son de diversa índole. Una de las principales se basa en la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de créditos, esencialmente, por la insuficiente información con que cuentan los bancos para realizar las evaluaciones de riesgo. La cantidad de recursos canalizados, también se ve influida por el método de selección de beneficiarios predominante; este depende, por un lado, de la información que se encuentra disponible, y, por el otro, de las características de las entidades que operan en el mercado. La experiencia indica que las empresas pequeñas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento cuando: predominan los bancos públicos, la banca privada es de capital nacional, existen instituciones más chicas y con mayor flexibilidad y se dispone de un banco nacional de desarrollo.

Por tanto, la escasa utilización del crédito bancario por parte de las pymes se adjudica, principalmente, a la insuficiencia de información y a los altos riesgos atribuidos a su financiamiento, lo que genera reticencia en las entidades bancarias a otorgarles préstamos; pero también se debe a los elevados costos del financiamiento, a las exigencias de los bancos y a la insuficiencia de garantías de las empresas. Los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países, y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas, no sólo a las que se encuentran en actividad sino también a las que están por crearse. La importancia de esto justifica la intervención de los gobiernos

para atenuar las fallas en los mercados y potenciar el desarrollo productivo mediante el fortalecimiento de este tipo de agentes.

- a) **Programas de créditos:** Las instituciones que proveen préstamos a las empresas de menor tamaño, habitualmente lo hacen mediante líneas que apuntan a atender diferentes propósitos. Los destinos más frecuentes del financiamiento son bienes de capital, capital de trabajo y proyectos de inversión. En tiempos más recientes se han dispuesto líneas para financiar innovaciones, modernización de los procesos de gestión, exportaciones e inversiones para introducir mejoras en términos ambientales. Adicionalmente, se ha incrementado la canalización de financiamiento para impulsar el desarrollo local y la asociatividad empresarial.

- b) **Sistemas de Garantías:** Uno de los factores que más dificulta el acceso al crédito de las empresas de menor tamaño es la falta de capacidad para responder a las garantías exigidas por los agentes financieros. Estos, para reducir los problemas de escasez y asimetría de información, demandan la cobertura parcial o total de la deuda, generalmente con activos (muebles o inmuebles) que, en caso de incumplimiento, son transferidos como forma de pago del préstamo. La solicitud de garantías hace posible realizar, en forma ágil, la selección de deudores aunque, por otro lado, deja afuera a muchas empresas que no pueden satisfacer este requisito.

- c) **Programas de “financiamiento temprano” y programas de capital emprendedor:** La característica esencial de esta clase de emprendimiento es el

alto riesgo de fracaso combinado con una gran potencialidad de crecimiento en caso de éxito. El riesgo implícito explica la fuerte dependencia de estas empresas de sus propios ahorros y del apoyo de familiares y amigos en las etapas tempranas de formación, y el débil acceso a fuentes de financiamiento externo (inversionistas privados o capital de riesgo). Una estrategia de financiamiento debe suministrar apoyos para atender las diferentes etapas por las que transitan las empresas, comenzando con programas de incubadoras, siguiendo con subsidios de capital semilla, capitalistas ángeles, capital de riesgo y, por último, programas de financiamiento y garantías. Las medidas implementadas por los gobiernos para apoyar a los emprendedores se pueden clasificar sintéticamente entre las que brindan asistencia técnica y las que ofrecen capital (o financiamiento).

2.2.4. Rentabilidad

2.2.4.1. Concepto de Rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión, es la medida que permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a las ventas, por tanto es importante tener un indicador para medir la rentabilidad de la empresa puede ser por medio de la rentabilidad económica o financiera.

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. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad (Gitman, (2010)

De acuerdo con Baca (2011), “desde el punto de vista de la inversión de capital, la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto”. Que le ayudara a medir sus ganancias con respecto a las ventas o inversión efectuada, con la cual podrá saber si su empresa es rentable para seguir en el mercado.

2.2.4.2. Características a considerar sobre la rentabilidad

- Estos analizan las ganancias en relación a la inversión que las origino. Por tanto es necesario que las empresas u organización produzcan ganancias al término de una actividad económica. Los índices de rentabilidad se ejecutan para juzgar cuán eficientes son las empresas u organizaciones en el uso de sus capitales. Existen ciertos autores que tienen sus reservas a la hora de establecer un cociente de rentabilidad. Dicen que hay ciertos factores que tendrán que ser especialmente tenidos en cuenta si queremos formular un cociente o ratio de rentabilidad financiera con significado. Tenemos que tener en cuenta, por un lado, que las dimensiones cuyo cociente es el indicador de rentabilidad sean

susceptibles de ser analizadas en forma monetaria y también debe existir, si es posible en una relación causal entre los recursos de ganancias que serán analizados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados (Suárez, 2008).

- Al determinar la cuantía de los recursos alterados tendremos que considerar el promedio del período y allí mientras el resultado es una variable de flujo se calcula en base a un determinado período la base de un examen que está constituida por la inversión es una variable stock y esto quiere decir que solamente informa sobre un capital que existe en un momento determinado de tiempo y de esta manera, para incrementar la representatividad de los recursos invertidos, será necesario asegurar el promedio del período determinado (Suárez, 2008).

- Por último es considerable medir la rentabilidad financiera con algunos factores importantes para poder obtener un coeficiente de rentabilidad adecuado a lo que queremos medir. Si utilizamos solamente las fórmulas para calcular esta medida, sin tener en cuenta la circunstancias bajo las cuales lo hacemos, lo más probable es que terminemos obteniendo datos que no reflejan de manera fiel la realidad de la empresa que estamos tratando de evaluar. Por eso es necesario realizar el análisis de rentabilidad financiera disponiendo de tiempo de manera de poder contemplar todos los factores que puedan traer variaciones susceptibles en los resultados de nuestro análisis (Suárez, 2008).

2.2.4.3.La Rentabilidad y Sus Componentes

La rentabilidad es toda acción que ayuda a medir en todo los aspectos a la empresa, según (Sánchez, 2012) la rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural.

Sánchez, (2012) la disociación entre recursos económicos y recursos financieros constituye la base fundamental sobre la que se establece la correspondiente distinción entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Es por ello que la rentabilidad puede definirse, ya en términos concretos como la relación existente entre el resultado obtenido y los medios empleados para su consecución, debiéndose matizar que estos medios vienen referidos a los capitales económicos o financieros empleados. Es por ello que existe una gran diversidad de puntos de vista de la rentabilidad dependiendo de los objetivos perseguidos.

Aun cuando se puede establecer que frecuentemente la rentabilidad se calcula de la forma: resultado o excedente / inversión, cabe señalar que, dependiendo de los diferentes conceptos que aparezcan en el numerador y denominador se pueden llegar a establecer diferentes conceptos de rentabilidad. En relación a la magnitud que aparece

recogida bajo la noción genérica de resultado, podrían incorporarse alternativamente una serie varia de conceptos como los siguientes: (a) valor añadido; (b) resultado de la explotación; (c) cash-flow bruto; (d) beneficio procedente de actividades ordinarias; (e) beneficio neto (después de impuestos); (f) dividendos.

En lo que respecta al denominador, esto es las inversiones, éstas podrían conceptuarse de formas tan diversas como las que siguen: (a) Activo total; (b) Activo fijo bruto; (c) Activo fijo neto; (d) fondos propios; (e) Pasivo fijo (fondos propios + deudas a largo plazo); (f) capitalización bursátil (valor de mercado). En relación a unos y otros componentes, cabría mencionar, por tanto, que la rentabilidad es una variable compleja que aglutina elementos técnicos, económicos y financieros, lo que lleva a que sea difícil identificar a primera vista cuáles son las causas que hubieran podido ocasionar una variación de los niveles de rentabilidad, tal y como vamos a comprobar en los siguientes epígrafes (Álvarez, 2014).

2.2.4.4.Evaluación de la Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica ayudara a medir los recursos de la empresa, al respecto (Cuervo y Rivero, 2011) es la forma en que se determina la rentabilidad económica consiste en comparar el resultado alcanzado por la empresa y ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados, en relación con los activos empleados para el logro de tal resultado. Así pues:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Resultado del periodo}}{\text{Activo total}}$$

Por otra parte, este ratio puede descomponerse en otros elementos que permitan comprender e identificar la forma en que se han obtenido estos niveles de rentabilidad. El primer elemento o variable que permite evaluar la procedencia de la rentabilidad es el ratio de margen de beneficio, calculado como:

$$\text{Margen de Beneficio} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Ventas netas}}$$

Este ratio evalúa la aportación que ha realizado el nivel de actividad alcanzado en la propia generación del beneficio. Otra variante del ratio consistiría en hacer constar en su denominador la cifra de producción, en lugar de la de ventas. La segunda variable que incide en el nivel de rentabilidad es el ratio de rotación de los activos empleados, que se determina del modo:

$$\text{Rotación de los Activos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo Total}}$$

Mediante este ratio se evalúa la capacidad de los activos de desarrollar un determinado nivel de actividad. Cuanto mayor sea este ratio, mejor aprovechamiento o rendimiento obtiene la empresa de sus inversiones, lo que redundará en un incremento de la rentabilidad. Los dos ratios antes mencionados están estrechamente relacionados, puesto que cuanto mayor sea el margen de beneficio, y más alta sea la rotación, la rentabilidad de las inversiones o económica será, asimismo, mayor. Por tanto:

$$\frac{\text{Resultado explotación}}{\text{Activo total}} = \frac{\text{Resultado explotación}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo total}}$$

RENTABILIDAD	MARGEN	ROTACION DE
ECONÓMICA	DE BENEFICIO	LOS ACTIVOS

Por tanto, se puede afirmar que un incremento de la rentabilidad económica puede venir originado por un aumento del margen de beneficio mediante una reducción de los costes, o aumento del precio de venta, o por un incremento de la rotación de los activos aumentando la cifra de ventas, o bien disminuyendo el conjunto de activos implicados.

Cuervo y Rivero, (2011) en cuanto a los argumentos para tomar como variable de cálculo el resultado de explotación, en lugar del resultado final, una razón puede radicar en el hecho que el resultado de explotación, al tomar en consideración únicamente las operaciones relacionadas con su actividad principal, permite identificar qué incidencia tiene, en el nivel de actividad, el volumen o nivel de inversiones o activos afectos a esta actividad principal. Si se incorporara el resultado neto o líquido, no sería posible conocer esta repercusión, dado que en este resultado se integran los efectos derivados de la política financiera de la empresa resultado financiero, y de las operaciones extraordinarias. Por otra parte, una razón de peso para elegir el resultado final es la mayor disponibilidad de este dato de cara a un análisis externo, y la mayor objetividad o grado de acuerdo en la delimitación de esta magnitud.

Por otro lado, y en lo que respecta a la medición de los activos, hay posturas que sostiene la inclusión, en el cálculo de la rentabilidad económica, únicamente de los activos afectos a la actividad principal de la empresa, por coherencia con el numerador,

que incluye únicamente los resultados derivados de la actividad principal. Ello supone la eliminación de los activos ajenos a la actividad principal de la empresa, tales como inversiones financieras, inmovilizados inmateriales, en definitiva, todos aquellos activos tanto circulantes como fijos que no estuvieran vinculados al negocio de la empresa (Sánchez, 2012).

Cabe señalar, en ese sentido que el cálculo de la rentabilidad económica basado en la totalidad de los activos de la empresa podría quedar algo desvirtuado en aquellos supuestos en los que la empresa mantuviese cuantiosas inversiones o activos extra funcionales.

2.2.4.5. Evaluación de la Rentabilidad Financiera

Con la rentabilidad financiera se podrá medir los activos de la empresa, para (Cuervo y Rivero, 2011) la rentabilidad económica tomaba en consideración los activos utilizados por la empresa, bien la totalidad de ellos o bien los activos o inversiones afectos a la explotación; pues bien, la rentabilidad financiera, que ahora nos ocupa, incorpora en su cálculo, dentro del denominador, la cuantía de los fondos propios, por lo cual esta rentabilidad constituye un test de rendimiento o de rentabilidad para el accionista o propietario de la empresa.

Contablemente, el resultado atribuible a los accionistas viene reflejado en la cifra del resultado neto o líquido, esto es, el resultado después de impuestos, incluyéndose a estos efectos incluso los resultados extraordinarios. Por su parte, en lo que respecta a las inversiones efectuadas en la empresa por los propietarios, éstas vendrán medidas por la

suma total de los fondos propios existentes al final del ejercicio, por lo que la rentabilidad financiera aparece definida como:

$$\text{RENTABILIDAD FINANCIERA} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}}$$

Al igual que ocurría en el caso de la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera puede descomponerse en otros dos ratios que permitan identificar las causas que pudieran haber originado alteraciones en los niveles de rentabilidad alcanzados en ejercicios consecutivos; así pues, el análisis de la rentabilidad financiera puede efectuarse a través de la determinación del margen de beneficio alcanzado, y por otra parte, evaluando la rotación alcanzada con los fondos propios, tal y como se recoge en la siguiente expresión:

$$\frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Fondos propios}}$$

RENTABILIDAD FINANCIERA
MARGEN DE BENEFICIO
ROTACION DE LOS FONDOS PROPIOS

De esta forma, el margen o tasa de beneficio mide el rendimiento de la actividad global de la empresa a través del resultado final alcanzado, mientras que la rotación evalúa la eficiencia de los capitales propios, comparando la proporción existente entre éstos y la cifra de negocio alcanzada.

Por otra parte, para juzgar la rentabilidad financiera, se pueden utilizar ratios destinados a valorar la rentabilidad de las inversiones desde el punto de vista del inversor o accionista. Los inversores obtienen un rendimiento de sus inversiones por medio de los potenciales incrementos de valor que puedan experimentar sus títulos en el mercado de capitales, así como mediante los dividendos. Es por ello que el mercado de capitales se centra fundamentalmente en estos dos aspectos valor de las acciones y dividendos, e incluye en su análisis ratios como: beneficio por acción, precio beneficio (PER), dividendo por acción, rentabilidad de las acciones, cobertura del dividendo, valor contable de las acciones, entre otros. De forma complementaria se suelen analizar otros ratios relacionados con el riesgo del mercado, mediante los cuales se evalúa la volatilidad del precio o valor de las acciones en relación a otros títulos; este riesgo se analiza dividiendo el cambio específico que ha experimentado el valor de un título frente al cambio promedio mostrado por el mercado (Álvarez, 2014).

En general, los ratios que determinan el valor por cada acción en relación a variables tales como: beneficio, o cash-flow, y que suelen analizarse en un intervalo temporal, emplean como referencia el número de acciones promedio en circulación; mientras que los ratios que vienen referidos a variables contenidas en el balance de la empresa, emplearán como referencia el número de títulos en circulación en la fecha de presentación del Balance.

Además existen otros ratios con el cual se puede medir la rentabilidad de una empresa. A continuación efectuamos algunas observaciones acerca de los ratios antes aludidos:

a) **Beneficio por acción:** Este es un ratio ampliamente utilizado por los analistas de inversiones, además es uno de los más habituales en la prensa financiera. Los inversores tanto actuales como potenciales son los usuarios más interesados en el conocimiento de este ratio que le permite conocer qué beneficio les corresponde obtener por título. Conocer la parte del beneficio que le corresponde por acción permite al accionista valorar la rentabilidad de su propia inversión, así como la cuantía del dividendo que presumiblemente puede llegar a percibir (Álvarez, 2014).

b) **Precio Beneficio (PER):** (Álvarez, 2014), Este ratio es especialmente útil, para efectuar comparaciones entre empresas que tienen el mismo tamaño, o que operan en la misma actividad o zona geográfica. Este ratio suele venir publicado por las propias Bolsas de Valores a fin de facilitar decisiones acerca de si un título está sobrevalorado, o en su caso infravalorado, en un determinado mercado. Este ratio suele reflejar las expectativas del inversor, de forma que si el inversor espera que aumenten tanto los dividendos como los beneficios de la empresa, esta circunstancia provocará que aumente el valor de mercado de los títulos. Sin embargo existen una serie de limitaciones al utilizar este ratio como son:

En ocasiones no constituye una adecuada referencia para efectuar comparaciones dado que un PER elevado en ocasiones implica inversiones también con elevado riesgo. El valor de mercado de los títulos puede variar de forma muy significativa en un intervalo temporal que se tome en consideración, e incluso a lo largo de un ejercicio económico, lo que origina importantes alteraciones en el valor de este ratio. Para que sea significativo, el valor de mercado promedio debe ser comparado con el beneficio promedio, a lo largo de un intervalo temporal que se considere suficientemente representativo; este ratio carece de significación cuando la empresa obtiene pérdidas (Álvarez, 2014).

- c) **Dividendo por acción:** (Álvarez, 2014) Es un ratio que reviste especial interés para los inversores dado que mide la rentabilidad en términos de liquidez (caja) que percibe el accionista por acción. No es relevante efectuar comparaciones con otras empresas dado que depende de la política de dividendos establecida por cada empresa, la cual no suele depender ni del sector en que se opere, ni del tamaño.

- d) **Rentabilidad de las acciones o también denominado rentabilidad del dividendo:** Este ratio suele ser comparado con otras alternativas de inversión, de forma que una baja rentabilidad puede ser aceptable por el inversionista siempre que la dirección reinvierta los beneficios en la entidad con la expectativa de que en un futuro aumenten de forma considerable tanto los beneficios como los dividendos que puede percibir. Existen algunas limitaciones para emplear este ratio como son:

Álvarez, (2014) la rentabilidad del dividendo representa parte del rendimiento de las acciones, dado que también deben tenerse en cuenta las revalorizaciones o incrementos de valor que pueden experimentar los títulos en el mercado de capitales cuando se pretende evaluar la rentabilidad global de la inversión en acciones. En ocasiones no resulta muy acertado efectuar comparaciones porque en el caso de empresas que están sometidas a un proceso de crecimiento muy acusado, suelen mostrar un rendimiento por acción relativamente pequeño, al tener que destinar gran parte de los beneficios a potenciar su propia expansión.

Este ratio representa una forma muy superficial de efectuar comparaciones entre títulos pertenecientes a diferentes entidades; en efecto, este ratio no establece diferencias derivadas de: la calidad en la gestión de la empresa, la proporción de beneficios reinvertidos, etc. Por lo que estos son factores a tomar en consideración sobre todo cuando se pretende adoptar decisiones de inversión.

- e) **Política de dividendos (pay out):** (Álvarez, 2014), En este caso resulta especialmente significativo analizar la evolución de este ratio, puesto que cuanto más estable sea mejores garantías ofrecerá a los inversores; dicho de otro modo, cuantas más oscilaciones o variaciones muestre, los resultados inequívocamente también pueden estar sometidos a importantes variaciones, lo que significa un elevado nivel de riesgo. No existe una referencia genérica para este ratio, pero la política de dividendos suele ser muy similar entre las empresas pertenecientes a un mismo sector de actividad.

f) **Valor contable de las acciones:** Aunque este ratio es muchas veces empleado como medidor del valor de una empresa, lo cierto es que existe muy poca relación entre el valor contable de una acción y su valor de mercado. Algunas acciones son vendidas por un precio inferior al valor contable, mientras que otras alcanzan valores de mercado sensiblemente superiores al valor neto contable. La disparidad que pueden mostrar estas dos valoraciones suele estar muy vinculada con la capacidad de generación de beneficios, actual o potencial, de una empresa, de forma que cuanto mayor capacidad de generación de beneficios el precio de mercado sube sensiblemente (Álvarez, 2014).

2.2.4.6. Factores de la Rentabilidad

Los factores de la rentabilidad son puntos estratégicos con los cuales se tiene que tomar en cuenta para mejorar o incrementar las ganancias de una determinada inversión y son los siguientes:

a) **Intensidad de La Inversión:** Según (Martínez, 2013) Es exigible como mínimo dos actores para generar inversión , el inversionista y el cliente , a partir de aquí se da algo a alguien a cambio de poder adquirir lo que satisfaga una necesidad, conllevando a la mejor calidad de vida , mediante al flujo de acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio. Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro,

ya sea, por la realización de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

b) La Productividad: Según (Martínez, 2013) generar utilidades es aumentando su productividad. El instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios. La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso (Martínez, 2013).

c) Participación de Mercado: Según (Martínez, 2013) incrementar el peso que tiene una empresa u organización o marca en el mercado y se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios, además estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales. De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente

negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales (por ejemplo: educación, ciertas unidades de negocios de las telecomunicaciones, entretenimiento, etc.)

d) El Desarrollo De Nuevos Productos O Diferenciación De Los Competidores:

Según (Martínez, 2013) el producto nuevo obtiene formas diferentes, traduce en un nuevo artículo y/o servicio por los simples cambios lo transforman en otro "nuevo". La actual económica liberal es exigente en lo que respecta a la competitividad por ello es preciso la innovación y la calidad del producto y servicio.

e) La Calidad De Producto Servicio: Según (Martínez, 2013) la razón de comprar múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

f) La Tasa De Crecimiento Del Mercado: Según (Martínez, 2013) constituye que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

g) Los Costos Operativos: Según (Martínez, 2013) los costos en que comete un sistema ya establecido o adquirido, durante su vida útil con objetos de realizarse

los procedimientos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema y dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

A) Los gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que personifica la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa u organización, tales como los jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos.

B) Los alquileres y depreciaciones. Son aquellos egresos por conceptos de productos muebles e inmuebles así como los servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas en la empresa, técnicas y administrativas de una empresa u organización, tales como son las rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos.

C) Las obligaciones y seguros. Son aquellos egresos obligatorios para la operación de la empresa u organización y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una repentina descapitalización por siniestros y entre estos podemos enumerar inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida.

D) Los materiales de consumo. Son aquellos egresos en materiales de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa u organización, tales como combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina.

E) La capacitación y Promoción. Todo personal tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga en esa misma medida o mayor aún, la

empresa u organización mejorará su productividad y entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar los cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas.

Los costos de operación son los indispensables a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta en la empresa, de manera que se gane de éste los productos esperados, en las restricciones previstas durante la etapa de investigación y diseño.

2.2.4.7.Cualidad Rentable

Es la liquidez de los activos con los que cuenta una empresa, al respecto (García, 2011) en economía se conoce como liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero más líquido se dice que es. A título de ejemplo un activo muy líquido es un depósito en un banco que su titular en cualquier momento puede acudir a su entidad y retirar el mismo o incluso también puede hacerlo a través de un cajero automático. Por el contrario un bien o activo poco líquido puede ser un inmueble en el que desde que se decide venderlo o transformarlo en dinero hasta que efectivamente se obtiene el dinero por su venta puede haber transcurrido un tiempo prolongado.

a) Elementos que conforman la liquidez

Según García, (2011) El término liquidez también se emplea en macroeconomía para señalar la cantidad de dinero circulante o en poder del público. Para manejar todo lo

concerniente al empleo práctico de estos recursos, existen los denominados agregados monetarios, instrumentos financieros que pueden considerarse como dinero, por lo que se incluyen al momento de establecer el volumen de activos líquidos. Son parte de los mecanismos de control de los Bancos Centrales y constituyen la suma total de dinero en circulación dentro de una economía. Estos son:

- Lm: efectivo, monedas y billetes de curso legal en manos del público
- M1: es el efectivo más depósitos a la vista en entidades de crédito
- M2: M1 más depósitos de ahorro; incluye los depósitos a plazo hasta dos años
- M3: M2 más depósitos a plazo y otros pasivos bancarios
- ALP: M3 más otros componentes como Letras del Tesoro y pagarés empresariales

b) Importancia de la liquidez

Ya sea en las finanzas personales o públicas, la falta de liquidez puede generar atraso en el cumplimiento de los compromisos, aumento de intereses de mora, embargos y hasta el cierre de un negocio. En el ámbito público, esta falta trae consecuencias fiscales y políticas negativas como la imposibilidad de acceder al financiamiento de programas y proyectos, y elevados costos en multas e intereses para una nación, con el consiguiente costo político, Contar con buenos activos garantiza la tranquilidad de una sólida solvencia económica que permite adquirir nuevos compromisos para alcanzar el desarrollo esperado. La liquidez personal, empresarial y pública, es la carta de presentación para cualquier operación financiera (García, 2011).

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la Investigación

El tipo de investigación es descriptiva porque detalla, especifica y enumera el comportamiento como son observados de dos variables. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar las características del financiamiento y la rentabilidad de las microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016 (Briones, 2012).

El nivel de la investigación es de tipo cuantitativo porque examinará los datos de manera científica. En forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de una manera objetiva así los resultados de las variables en estudio se pueden generalizar (Hernández, Fernández y Baptista, 2013).

El diseño es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural para después analizarlos (Fernández, 2010) También es de corte transversal porque se medirá a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado (Phillips, 2014).

M O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Microempresas encuestadas.

O = Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.

3.2.Población y Muestra

La población de esta investigación está conformada por el total de 37 MYPE de servicios rubro snack, las mismas que se encuentran ubicados en el Distrito de Sullana, las cuales están inscritas en la municipalidad y cuentan con licencia de funcionamiento, además según (Hernández, Fernández y Batista, 2010), precisa que si la población es menor que cincuenta no se aplica la formula estadística.

Con relación a las variables, financiamiento y rentabilidad se orientan solo a gerentes por su propia naturaleza siendo de dominio exclusivo de ellos, entonces se toma la población de 37.

La muestra utilizada para la presente investigación en ambas variables en estudio, se está incluyendo a las microempresas que cuentan con licencia activa según la municipalidad de Sullana, el cual consta de 37 microempresas, además según (Sampieri, 2010) precisa que es de juicio determinar si la muestra es igual a la población, por lo tanto en esta investigación se ha decidido que la muestra es de 37.

$$n = M = 37$$

Criterios de inclusión:

Para la variable financiamiento y rentabilidad se ha considerado a los gerentes de ambos géneros mayores de 18 años, de las MYPE snack en Sullana.

Criterios de exclusión:

Para la variable financiamiento y rentabilidad se excluye a los gerentes de las MYPE snack en Sullana que no están vinculados con las unidades de investigación. Se trabaja solo con los gerentes y/o dueños es decir 37 personas.

Nombres y ubicaciones de MYPE en estudio

N°	MYPE	DIRECCIÓN
1	SNACK CAROLINA II	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN-, 823
2	SANCK BAR HUGO'S	CENTRO DE SULLANA- GRAU 768 INT. LIC.C -764
3	SNACK DEL MAESTRO	AV. SANCHEZ CERRO N° 100 MZ. A2, LOTE 01 - AH SANTA TERESITA SULLANA
4	SORBETINES 21	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 889
5	SNACK ECCOS	CENTRO DE SULLANA- SANTA ROSA 282
6	SNACK 2P.M	TRANSV. LIMA N° 630 - SULLANA
7	SNACK V & P	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 507 MZ 22 L9A
8	SNACK JUGUERIA MI DANITA	URB.SANTA ROSA- PANAMERICANA 931
9	SNACK RESTAURANT CEVICHERIA JANY'S	TRANSV. LIMA N° 423 - CENTRO SULLANA
10	SNACK PANAMERICANA	URB.SANTA ROSA- PANAMERICANA 1085
11	SNACK EL AGUILA	CENTRO DE SULLANA- QUEBRADA,LA 301
12	SNACK	MZA. L-4, LOTE 25 - URB. POP. LOS OLIVOS - SULLANA
13	SNACK	CENTRO DE SULLANA- LA MAR 488
14	C.ROBERT	CENTRO DE SULLANA- PALACIOS,ENRIQUE 503 INT. 545 -517-531-
15	SNACK JAYRO	URB.SANTA ROSA- EL ALTO 702
16	EL D'LCIAS SNACK RESTAURANT AL PASO	CENTRO DE SULLANA- BOLIVAR 375
17	SNACK LIGHT	AV. CHAMPAGNATH #310 INT. A - SULLANA
18	TODO RICO	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 780
19	SNACK CAROLINA I	CENT.POB.BARRIO LETICIA- BALTA 0 500 A
20	SNACKCHIRA	CENTRO DE SULLANA- ARICA 862
21	SNACK LA ROSA	URB.SANTA ROSA- MARCELINO CHAMPAGNAT 0 MZ A LT 01
22	SNACK MAMMA MIA	URB.SANTA ROSA- MARCELINO CHAMPAGNAT 600
23	SNACK EL GUAAARIKE	TRANV. SANTA CECILIA MZA B LOTE 16 URB. SANTA ROPS SULLANA
24	FRUTA FUENTE DE SODA	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 838
25	SNACK SABOR NORTEÑO	A.H.EL OBRERO- LAS LOMAS 106 MZ A L20
26	SNACK DULCES TRUCOS	A.H.NUEVE DE OCTUBRE- SAN PEDRO 252
27	SANCK HAMBURGUESERIA MATT BURGUER	CENTRO DE SULLANA- GRAU 827 SUB LT B
28	SNACK AILU	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 523
29	DOLCE CAPRICCIO	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN- 901
30	SNACK LE FRANCAIS	URB.SANTA ROSA- DE LAMA,JOSE 1192 - SULLANA
31	SNACK	CENTRO DE SULLANA- PLAZA DE ARMAS 115
32	SNACK	CENTRO DE SULLANA- ALFONSO UGARTE 944 SULLANA
33	SNACK	AV. LOS TALLANES MZA E LOTE 06 URB. POP. NUEVA SULLANA- SULLANA
34	SNACK HUELLAS DEL PARCE	CARRETERA SULLANA TAMBOGRANDE MZ. A-1 LOTE 20 A.H. JESUS MARIA- SULLANA
35	PEÑA GARCIA SARITA	SANTA ANA N° 350 URB.SANTA ROSA - SULLANA
36	SNACK	CALLE LAS MADRES SELVA MZ. F2 L-18 URB.JARDIN II ETAPA- SULLANA
37	SKINADOS	CENTRO DE SULLANA- VASQUEZ,EDUARDO 612

3.3. Definición y operacionalización de las variables

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Items	Alternativas de Respuesta
Financiamiento	es el conjunto de recurso interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente y forma de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, variabilidad plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento (Nunes, 2016).	Características	La dimensión de las características se medirá con su indicador es: financiamiento, institución, dinero, formas, ventaja. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.	Financiamiento	¿Su empresa se financia por medio de recursos internos o externos?	Internos Externos
				Institución	¿A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo?	Bancarias No Bancarias
				Dinero	¿Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó?	Sí No
				Formas	¿Cuál de estas formas de financiamiento considera que sea beneficioso para su empresa?	Corto plazo Largo plazo
				Formas	¿Al decidir que forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades?	Sí No
				Ventaja	¿Solicitar préstamo a una entidad financiera considera que sea una ventaja?	Sí No
		Barreras de Financiamiento	La dimensión de las barreras de financiamiento se medirá con su indicador es: gastos, evaluaron, requisitos, interés. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.	Gastos	¿Considera que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura de su negocio?	Sí No
				Evaluaron	¿Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros?	Sí No
				Requisitos	¿Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos?	Sí No
					¿Considera que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos?	Sí No
				Interés	¿Las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo?	Sí No
					¿Usted conoce la tasa de interés que paga por su préstamo?	Sí No

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Items	Alternativas de Respuesta
R e n t a b i l i d a d	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. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad (Gitman, (2010).	Características	La dimensión de las características se medirá con su indicador es: ventas, liquidez, evaluar. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con	Ventas	¿Considera que es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa?	Sí No
				Liquidez	¿Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado?	Sí No
				Evaluar	¿Considera que es importante evaluar las ganancias de su empresa?	Sí No
		Factores	La dimensión de los factores se medirá con su indicador es: activos, capital propio, inversión, incremento, factor. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.	Activos	¿Considera que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos de su empresa?	Sí No
				Capital propio	¿Considera que la rentabilidad financiera es una medida del rendimiento obtenido del capital propio?	Sí No
				Inversión	¿La inversión que usted realiza está dirigido a su capital de trabajo?	Sí No
				Incrementado	¿Considera que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad?	Sí No
				Factor	¿Monitorear su empresa considera que es un factor importante para mejor su rentabilidad?	Sí No

3.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio del instrumento de un cuestionario prediseñado, y no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos (Landázuri, 2011).

El instrumento es el cuestionario que se ha obtenido a partir de la operacionalización de las variables, utiliza un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito (Landázuri, 2011).

3.5.Plan de análisis

Para el procesamiento y análisis de la información así como para la elaboración de cuadros y gráficos se utilizarán procesadores de texto y de datos: Word, SPS y Hoja de Cálculo Excel (Rojas, 2013).

- El Cuestionario recogerá información con respecto a las variables del financiamiento y la rentabilidad.

- Para comprobar la validez del instrumento utilizado se solicitará la opinión de expertos, los cuales revisarán el instrumento que se aplicará en la obtención de datos.

3.6. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Metodología
CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016	¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016?	Describir las principales características del financiamiento, y la rentabilidad de las Microempresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016.		<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa</p> <p>DISEÑO: No experimental, corte transversal</p> <p>UNIVERSO O POBLACIÓN: 37 MYPE DE SULLANA.</p> <p>MUESTRA: N° 37 para ambas variables</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO Cuestionario</p>
		Objetivos Específicos:		
		a) Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016	Financiamiento	
		b) Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016		
		c) Determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016	Rentabilidad	
		d) Detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016		

3.7. Principios éticos:

El trabajo se realizó bajo los siguientes principios éticos:

Integridad: Consistencia entre los valores que se predicen y los métodos, expectativas y resultados realmente alcanzados con las intervenciones profesionales (Amaya y Acosta, 2015). La presente investigación se basa en este valor que busca lograr por los participantes que trabajen con las normas de la ética profesional de informar correctamente los beneficios y realizar una encuesta detallada en no ocultar ninguna información relevante de la empresa.

Confidencialidad: Principio que indica que se debe proteger la propiedad de la información, por la que se garantiza que está accesible únicamente a personas autorizadas (Mifsud, 2012). En la investigación toda información que se ingresa no será divulgada a cualquier entidad y personas ajenas a la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultado

Tabla 1
Su empresa se financia por medio de recursos

Su empresa se financia por medio de recursos	Cantidad	Porcentaje
Internas	8	22%
Externas	29	78%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

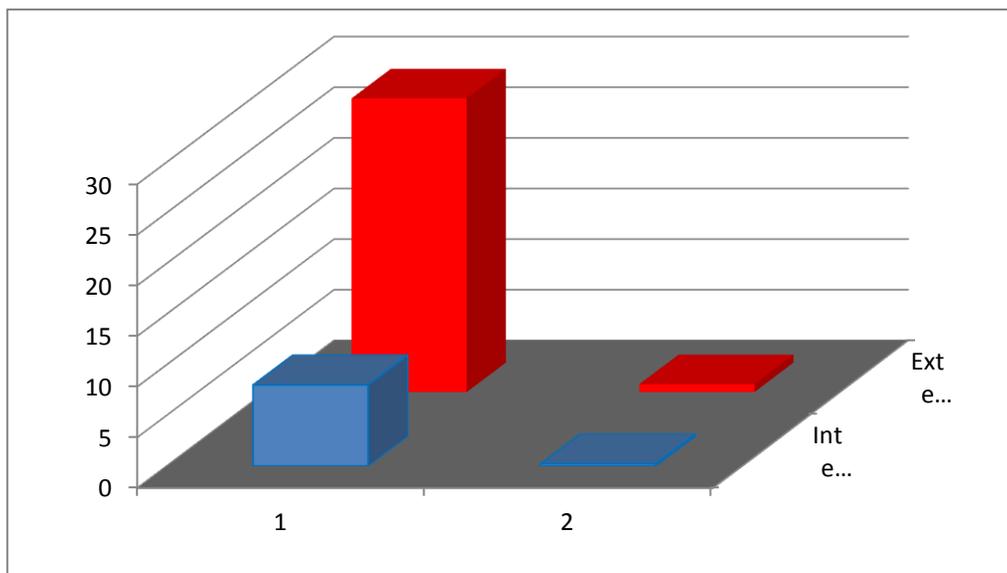


Figura 1: Gráfico de barras sobre porque medio se financia su empresa

Interpretación:

Referente a la Tabla 1, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que su empresa se financia por medio de recursos externos porque no cuenta con capital propio, además el 22% financia su empresa por medio de recursos internos.

Tabla 2

A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo

A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo	Cantidad	Porcentaje
Entidades Bancarias	15	41%
Entidades no Bancarias	22	59%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

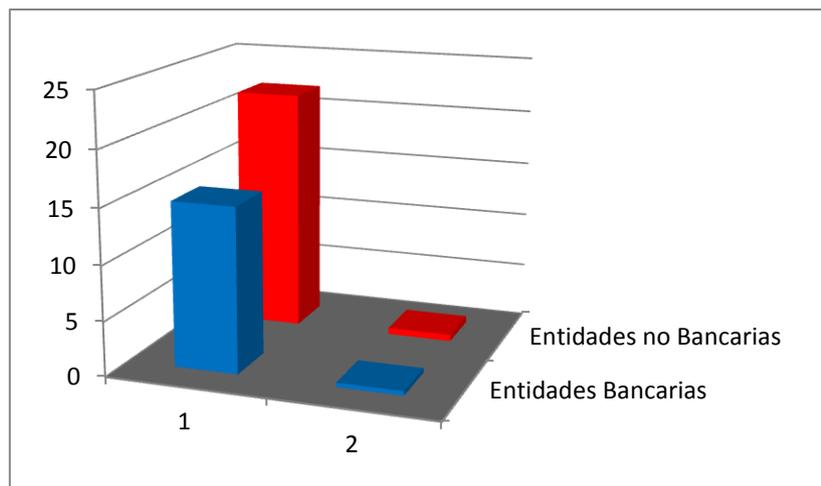


Figura 2: Gráfico de barras sobre a qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo

Interpretación:

Referente a la Tabla 2, se determina que el 51% de los propietarios encuestados indica que recurre entidades no bancarias para solicitar un préstamo, porque el trámite es más rápido, sencillo y no les solicitan tantos documentos, además el 49% recurre a entidades bancarias para solicitar un préstamo, porque tiene una tasa de interés preferencial.

Tabla 3
Al momento que percibió el dinero le dieron el monto que solicitó

Al momento que percibió el dinero le dieron el monto que solicitó	Cantidad	Porcentaje
Si	29	78%
No	8	22%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

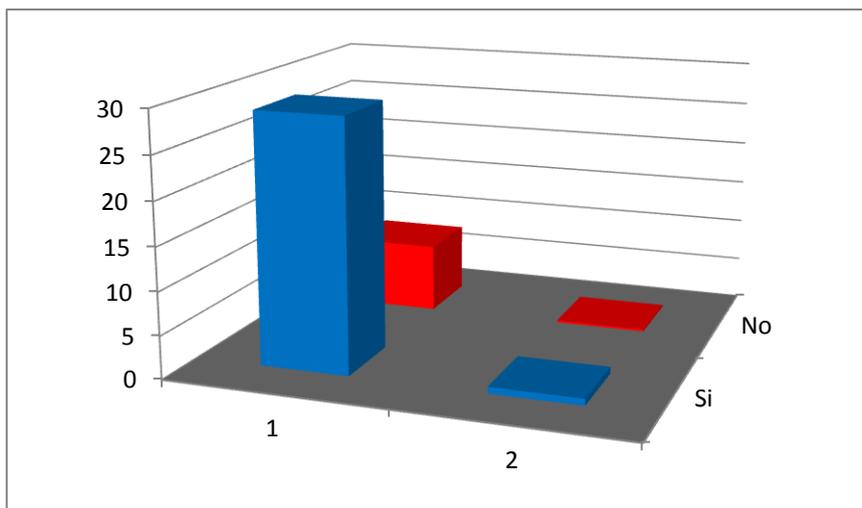


Figura 3: Gráfico de barras sobre si lo dio el monto que solicito al momento que percibió el dinero

Interpretación:

Referente a la Tabla 3, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que lo dieron el monto que solicitó al momento que percibió el dinero sin pagar ningún tipo de comisión ni garantías en efectivo, además el 22% indica que no lo dieron el monto que solicitó.

Tabla 4
Formas de financiamiento que sea beneficioso para su empresa

Formas de financiamiento que sea beneficioso para su empresa	Cantidad	Porcentaje
Corto plazo	22	59%
Largo plazo	15	41%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

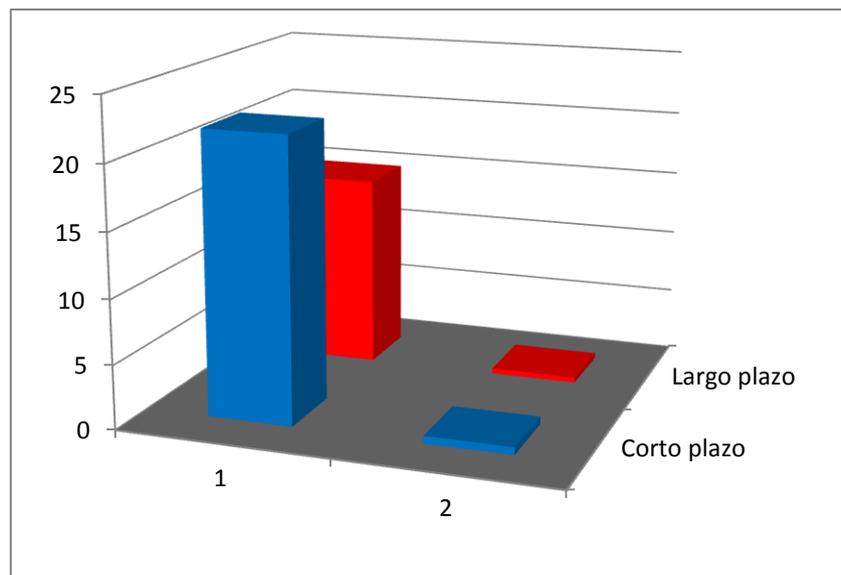


Figura 4: Gráfico de barras sobre las formas de financiamiento que sea beneficioso para su empresa

Interpretación:

Referente a la Tabla 4, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que el financiamiento a corto plazo es beneficioso para su empresa porque los intereses son bajos y le permite reunir más capital, además el 41% indica que el financiamiento a largo plazo es beneficioso para su empresa ya que el monto que le brinda la entidad es alto y puede pagar en cuotas bajitas.

Tabla 5
Al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas

Al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	25	68%
No	12	32%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

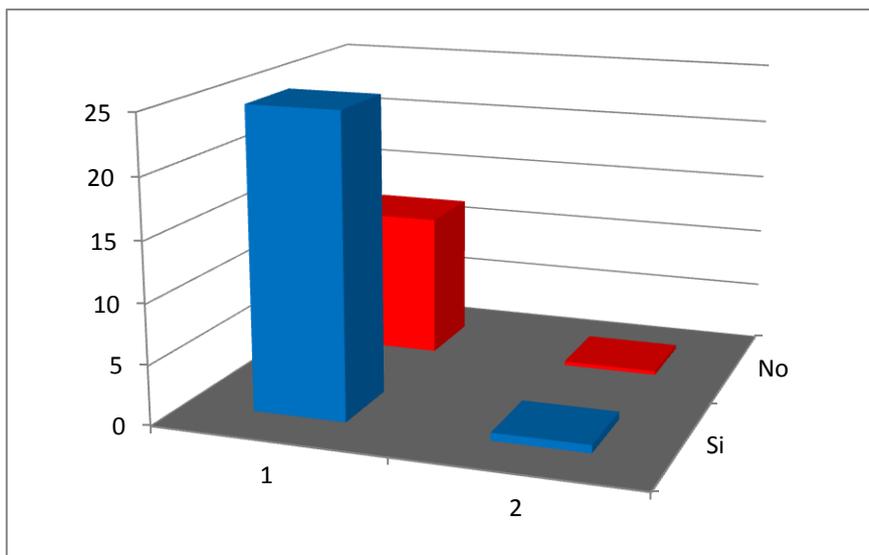


Figura 5: Gráfico de barras sobre al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas

Interpretación:

Referente a la Tabla 5, se determina que el 68% de los propietarios encuestados indica que al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades con la finalidad de buscar bajas tasas de interés, además el 32% al decidir qué forma de financiamiento usar no busco alternativas y se quedó con la entidad financiera que viene trabajando.

Tabla 6
Solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja

Solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja	Cantidad	Porcentaje
Si	35	95%
No	2	5%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

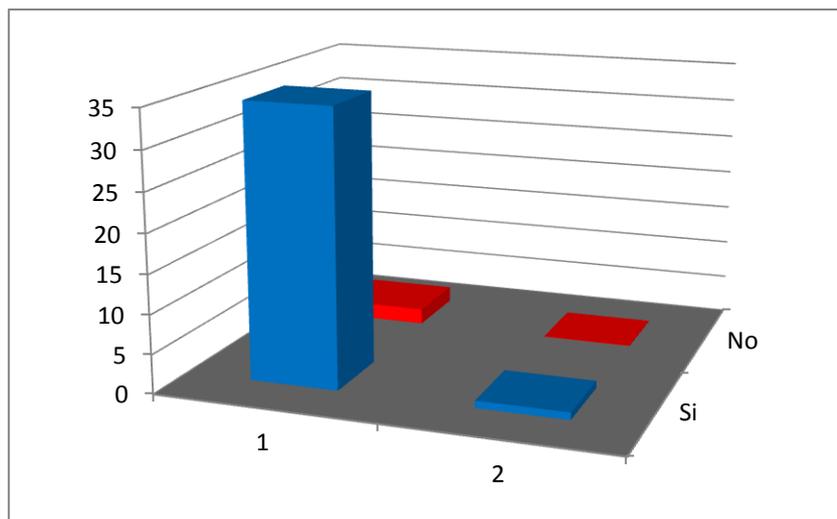


Figura 6: Gráfico de barras sobre si solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja

Interpretación:

Referente a la Tabla 6, se determina que el 95% de los propietarios encuestados indica que solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja, porque obtienen capital de trabajo y pueden financiar o incrementar su empresa, además el 05% de propietarios indica que solicitar préstamo a una entidad financiera no una ventaja.

Tabla 7
El préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura

El préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura	Cantidad	Porcentaje
Si	13	35%
No	24	65%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

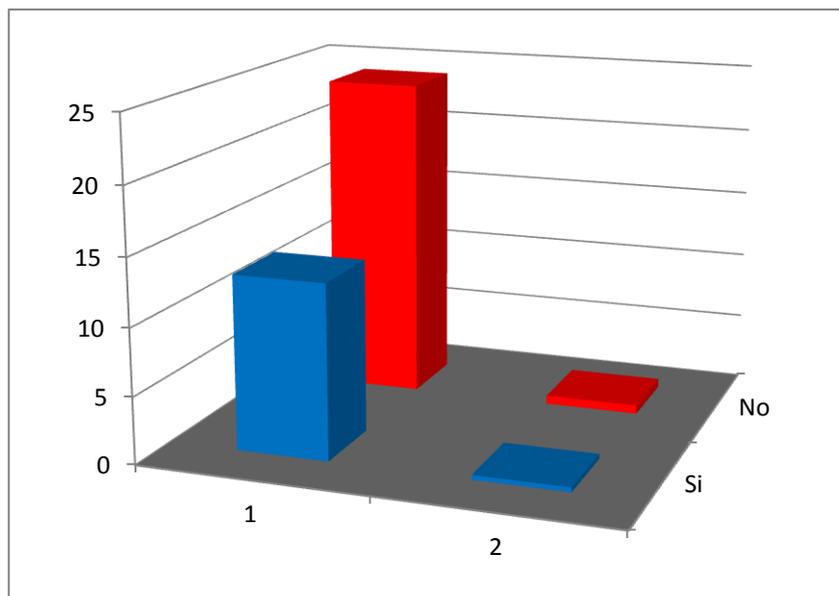


Figura 7: Gráfico de barras sobre si el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura

Interpretación:

Referente a la Tabla 7, se determina que el 65% de los propietarios encuestados indica que el préstamo obtenido no cubrió todo los gastos de apertura, el préstamo obtenido fue muy poco y le faltó para innovar, además el 35% indica que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura.

Tabla 8
Para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros

Para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros	Cantidad	Porcentaje
Si	28	76%
No	9	24%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

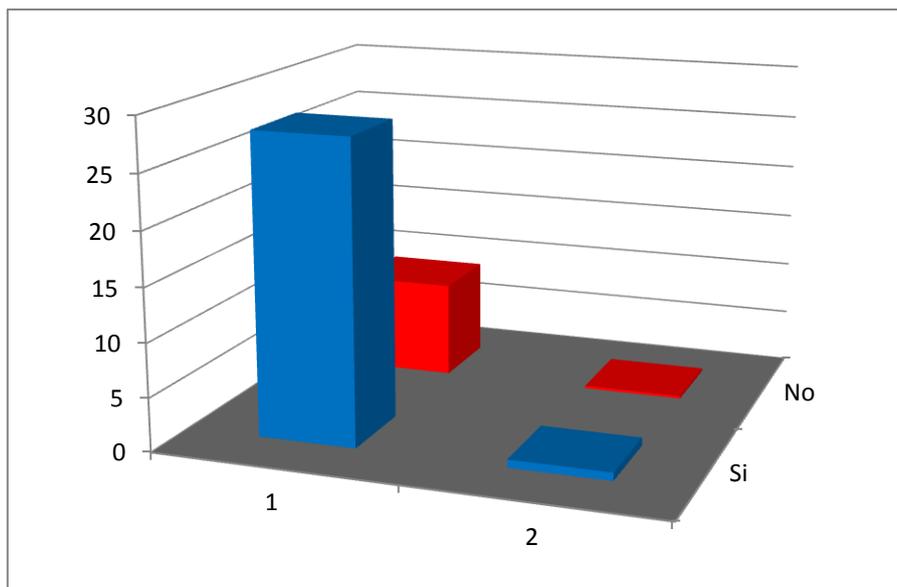


Figura 8: Gráfico de barras sobre Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros

Interpretación:

Referente a la Tabla 8, se determina que el 76% de los propietarios encuestados indica que las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros, además el 24% indica que las entidades financieras para brindarle el préstamo no evaluaron sus estados financieros.

Tabla 9
Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos

Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos	Cantidad	Porcentaje
Si	23	62%
No	14	38%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

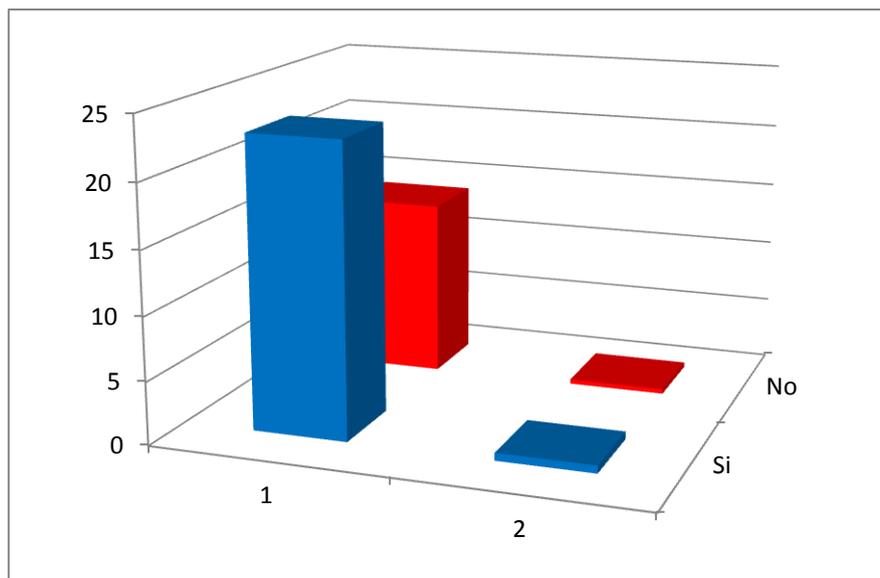


Figura 9: Gráfico de barras sobre que para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos

Interpretación:

Referente a la Tabla 9, se determina que el 62% de los propietarios encuestados indica que para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos y el trámite fue muy engorroso, además el 38% de propietarios indica que para brindarle el préstamo no le solicitaron muchos requisitos.

Tabla 10
Los requisitos para acceder a financiamiento son complicados y engorrosos

Los requisitos para acceder a financiamiento son complicados y engorrosos	Cantidad	Porcentaje
Si	20	54%
No	17	46%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

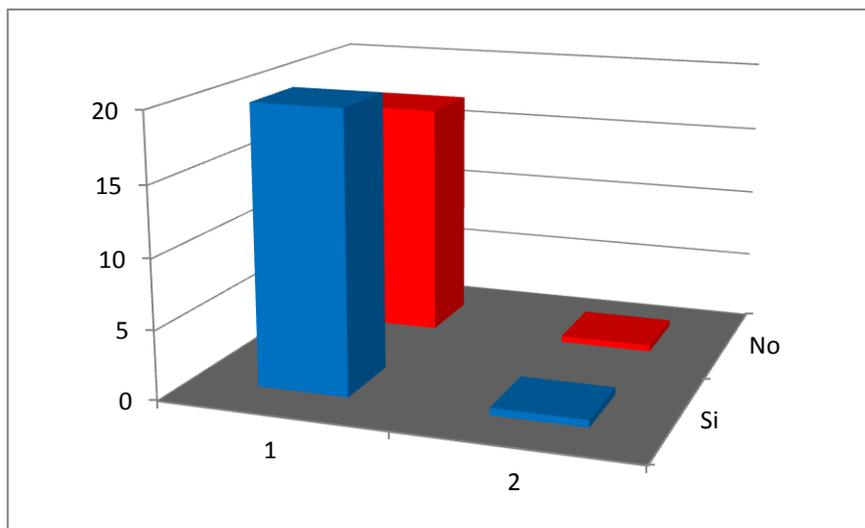


Figura 10: Gráfico de barras sobre los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos

Interpretación:

Referente a la Tabla 10, se determina que el 54% de los propietarios encuestados indica que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son muy complicados y engorrosos además las tasas de interés son muy altos, y el 46% de propietarios indica que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias no son complicados y engorrosos.

Tabla 11
Las ganancias cubren los intereses para pagar su préstamo

Las ganancias cubren los intereses para pagar su préstamo	Cantidad	Porcentaje
Si	34	92%
No	3	8%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

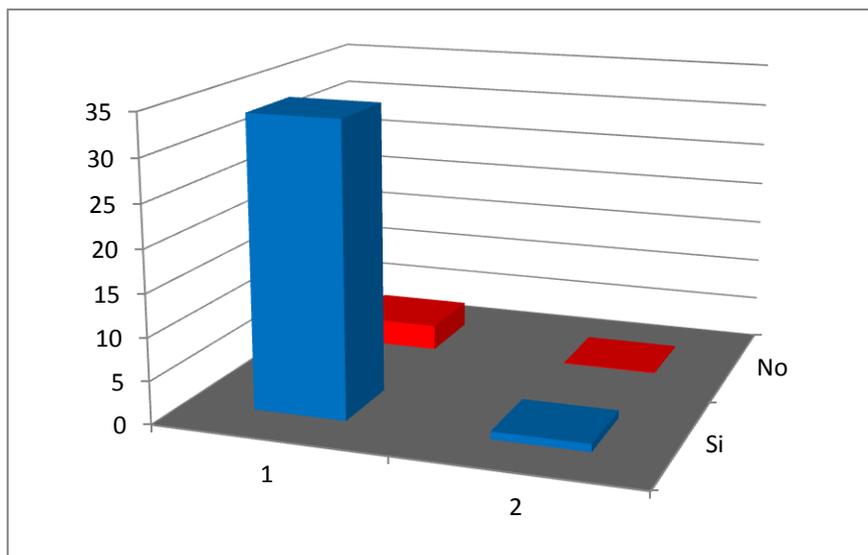


Figura 11: Gráfico de barras sobre las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo

Interpretación:

Referente a la Tabla 11, se determina que el 92% de los propietarios encuestados indica que las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo y algunos manifiestan está incrementando su capital, además el 08% indica que las ganancias de su empresa no cubren los intereses para pagar su préstamo y están pensando en cerrar su empresa.

Tabla 12
Conoce la tasa de interés que paga por su préstamo

Conoce la tasa de interés que paga por su préstamo	Cantidad	Porcentaje
Si	37	100%
No	0	0%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

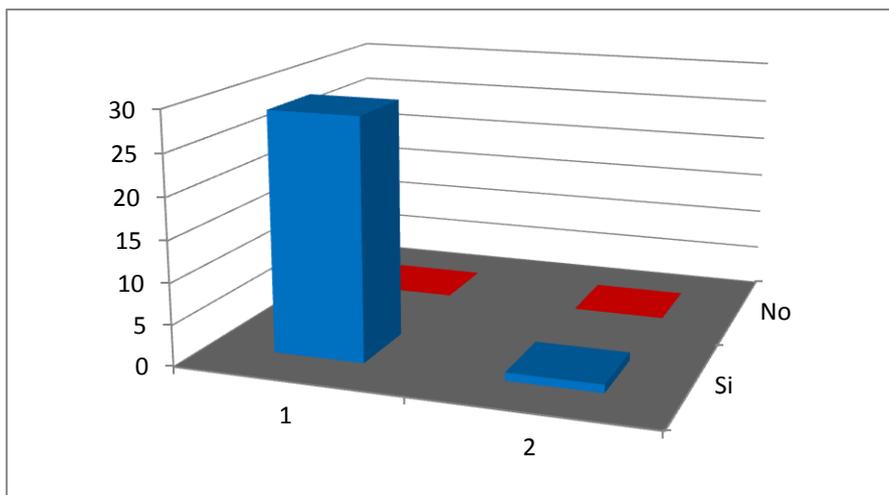


Figura 12: Gráfico de barras sobre si conoce la tasa de interés que paga por su préstamo

Interpretación:

Referente a la Tabla 12, se determina que el 100% de los propietarios encuestados indica que conoce la tasa de interés que paga por su préstamo.

Tabla 13
Es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa

Es importante medir el rendimiento de las ventas	Cantidad	Porcentaje
Si	31	84%
No	6	16%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

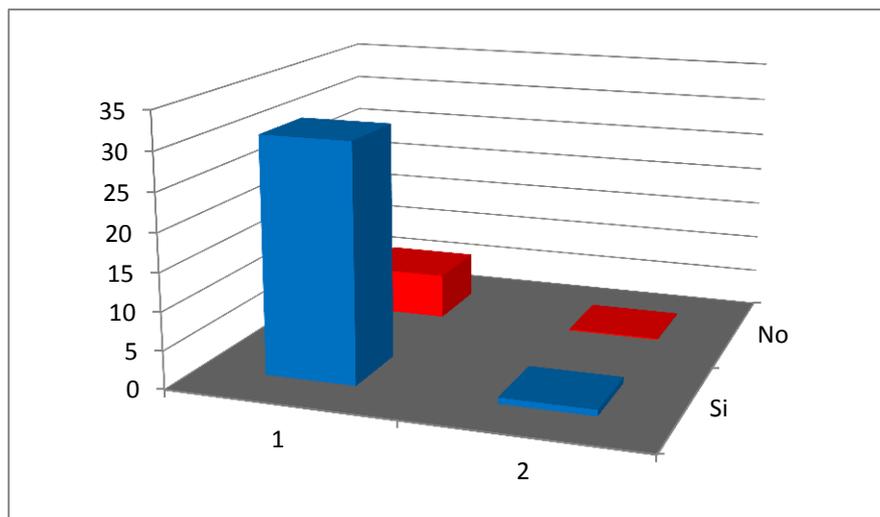


Figura 13: Gráfico de barras sobre si es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa

Interpretación:

Referente a la Tabla 13, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa con el cual puede definir si obtiene ganancias, además el 41% de los propietarios manifiesta que no es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa.

Tabla 14
Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado

Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado	Cantidad	Porcentaje
Si	34	92%
No	3	8%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

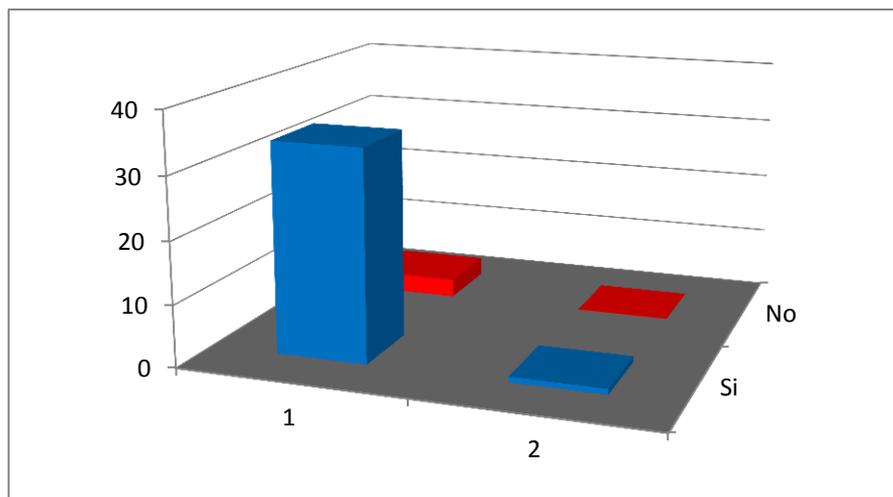


Figura 14: Gráfico de barras sobre Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado

Interpretación:

Referente a la Tabla 14, se determina que el 92% de los propietarios encuestados indica que es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado, porque lo genera ingresos para la solvencia económica de su hogar además otros gastos con los que cuenta, además el 08% de propietarios indica que no es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado.

Tabla 15
Es importante evaluar las ganancias de su empresa

Es importante evaluar las ganancias de su empresa	Cantidad	Porcentaje
Si	33	89%
No	4	11%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

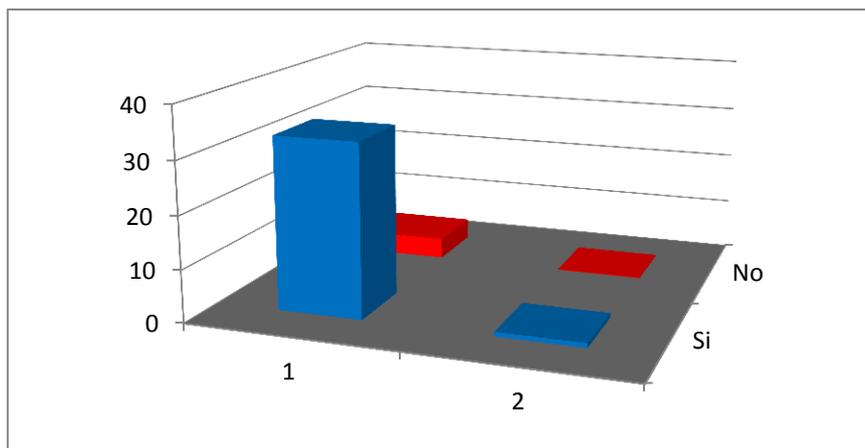


Figura 15: Gráfico de barras sobre si es importante evaluar las ganancias de su empresa

Interpretación:

Referente a la Tabla 15, se determina que el 89% de los propietarios encuestados indica que es importante evaluar las ganancias de su empresa, además el 11% indica que no es importante evaluar las ganancias de su empresa.

Tabla 16
La rentabilidad económica es una medida para los activos

La rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos	Cantidad	Porcentaje
Si	29	78%
No	8	22%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

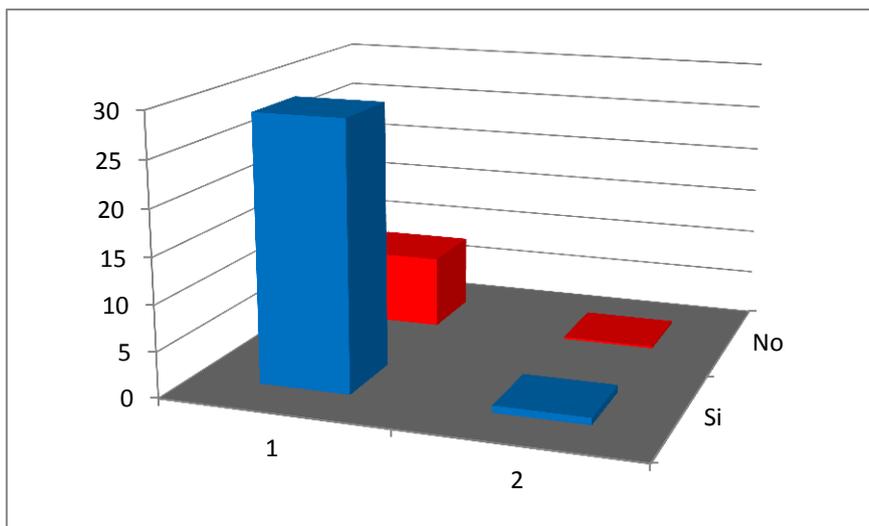


Figura 16: Gráfico de barras sobre la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos

Interpretación:

Referente a la Tabla 16, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos con las cuales estará tomando decisiones administrativas, además el 22% indica que la rentabilidad económica no es una medida para el rendimiento de los activos.

Tabla 17

La rentabilidad financiero es una medida del rendimiento del capital propio

La rentabilidad financiero es una medida del rendimiento del capital propio	Cantidad	Porcentaje
Si	19	51%
No	18	49%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

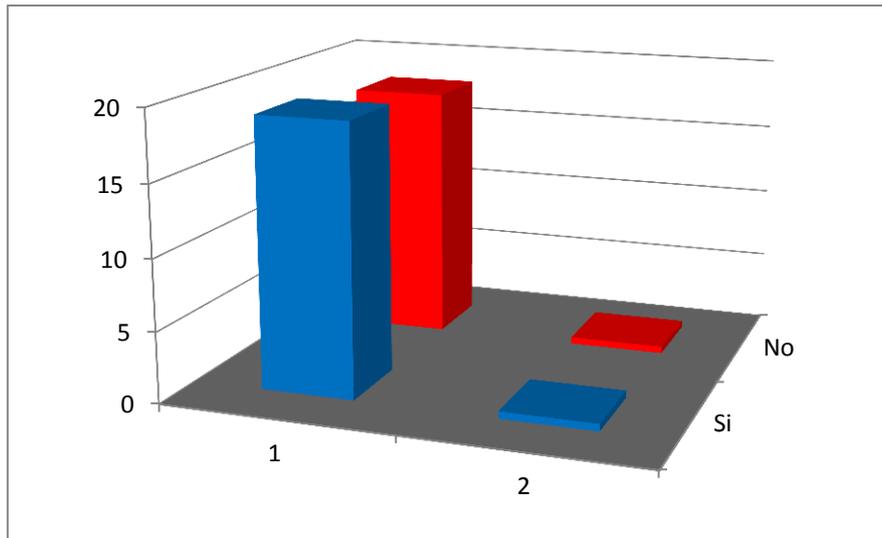


Figura 17: Gráfico de barras sobre la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio

Interpretación:

Referente a la Tabla 17, se determina que el 51% de los propietarios encuestados indica que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio, o de inversión realizada respecto al capital actual que tiene, además el 49% de los propietarios manifiesta que la rentabilidad financiero no es una medida del rendimiento obtenido del capital propio.

Tabla 18
La inversión que usted realiza está dirigida a su capital de trabajo

La inversión que realiza está dirigido a su capital de trabajo	Cantidad	Porcentaje
Si	22	59%
No	15	41%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

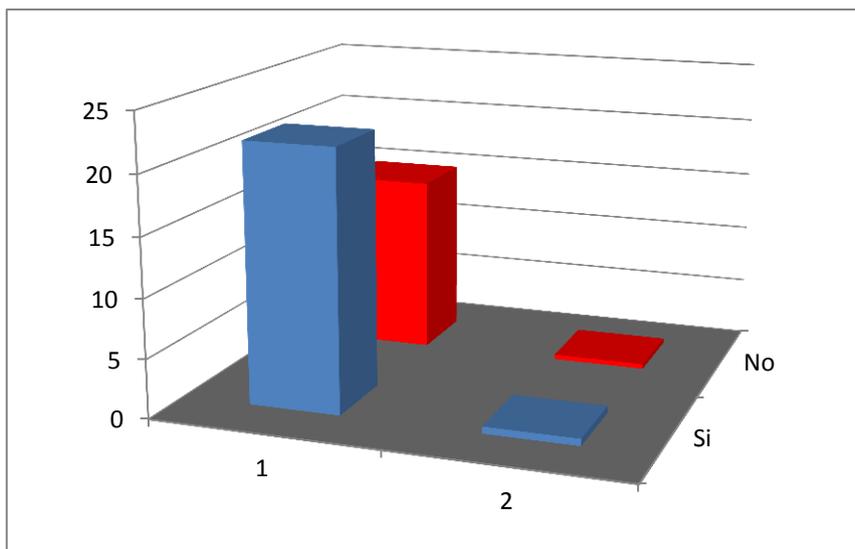


Figura 18: Gráfico de barras sobre si la inversión que usted realiza está dirigido a su capital de trabajo

Interpretación:

Referente a la Tabla 18, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que la inversión que realiza está dirigida a su capital de trabajo con la finalidad de incrementar su empresa o colocar nuevos locales en Sullana, además el 41% de propietarios indica que la inversión que realiza no está dirigida a su capital de trabajo.

Tabla 19
La productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad

La productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad	Cantidad	Porcentaje
Si	28	76%
No	9	24%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

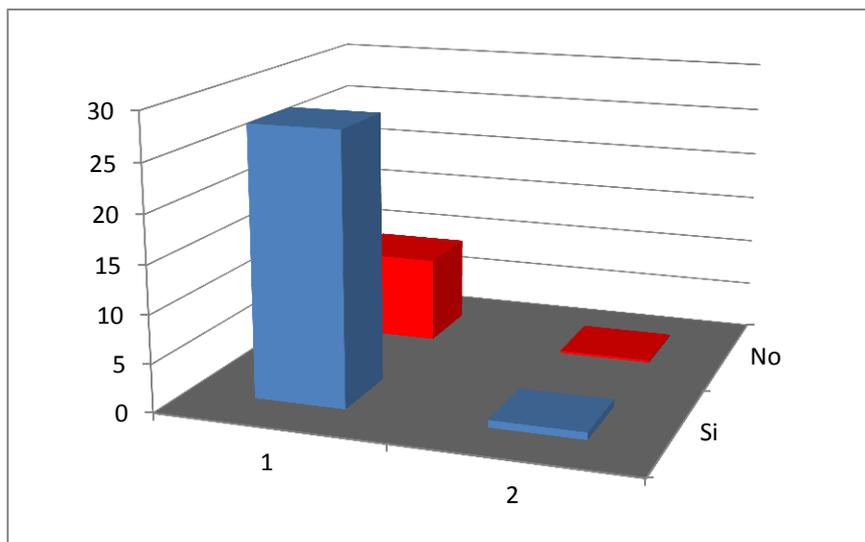


Figura 19: Gráfico de barras sobre si la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad

Interpretación:

Referente a la Tabla 19, se determina que el 76% de los propietarios encuestados indica que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad por tanto ha aumentado las ganancias de su empresa, además el 24% indica que la productividad de su negocio no ha incrementado su rentabilidad.

Tabla 20
Monitorear su empresa es un factor importante

Monitorear su empresa es un factor importante	Cantidad	Porcentaje
Si	37	100%
No	0	0%
Total	37	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

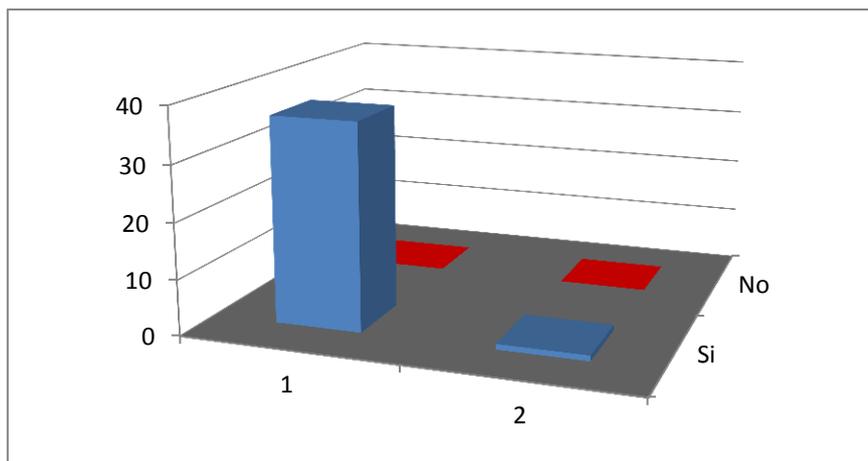


Figura 20: Gráfico de barras sobre si monitorear su empresa considera que es un factor importante

Interpretación:

Referente a la Tabla 20, se determina que el 100% de los propietarios encuestados indica que monitorear su empresa es un factor importante para verificar si su empresa obtiene ganancias y tiene solvencia económica.

Tabla General de Resultados

N° Pregunta	Respuesta	
	SI	NO
1	22%	78%
2	41%	59%
3	78%	22%
4	59%	41%
5	68%	32%
6	95%	5%
7	35%	65%
8	76%	24%
9	62%	38%
10	54%	46%
11	92%	8%
12	100%	0%
13	84%	16%
14	92%	8%
15	89%	11%
16	78%	22%
17	51%	49%
18	59%	41%
19	76%	24%
20	100%	0%

4.2. Análisis de Resultados

Referente a la Tabla 1, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que su empresa se financia por medio de recursos externos porque no cuenta con capital propio. Donde la mayoría de propietarios indica que financia su empresa con recursos externos. Estos resultados tienen coincidencia con Rengifo (2010), quien concluyó que el 86% financia su actividad económica con préstamos de terceros. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 2, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que recurren entidades no bancarias para solicitar un préstamo, porque el trámite es más rápido, sencillo y no les solicitan tantos documentos. Donde la mayoría de propietarios indica que recurren a entidades no bancarias como son las Cajas Municipales, EDPYMES, Cajas Rurales. Estos resultados tienen coincidencia con Álvarez (2016), quien concluyó que recurren especialmente a entidades financieras no bancarias el 69% se inclina por recurrir a la CMAC- Sullana. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 3, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que lo dieron el monto que solicitó al momento que percibió el dinero sin pagar ningún tipo de comisión ni garantías en efectivo. Donde la mayoría de propietarios indica que las entidades financieras le dieron el monto que percibió el dinero. Estos resultados

tienen coincidencia con Chamba (2015), quien concluyó que recurren el 66.67 % obtuvo la cantidad solicitada. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 4, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que el financiamiento a corto plazo es beneficioso para su empresa porque los intereses son bajos y le permite reunir más capital. Donde la mayoría de propietarios indica que los préstamos a corto plazo son beneficiosos para su empresa. Estos resultados no tienen coincidencia con Díaz (2013), quien concluyó que el acceso al financiamiento a largo plazo es el adecuado para el incremento de la rentabilidad de MIPYMES debido a las proyecciones de caja futuras que se planean y permiten no comprometer a la empresa. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 5, se determina que el 68% de los propietarios encuestados indica que al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades con la finalidad de buscar bajas tasas de interés. Donde la mayoría de propietarios indica que ha buscado alternativas en diferentes entidades para buscar la forma de financiamiento para su empresa. Estos resultados tienen coincidencia con Brigham (2012), expresa que estas son consideradas como el mecanismo y/o alternativas para conseguir recursos monetarios para la operatividad de las organizaciones. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las

principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 6, se determina que el 95% de los propietarios encuestados indica que solicitar préstamo a una entidad financiera es una ventaja, porque obtienen capital de trabajo y pueden financiar o incrementar su empresa. Donde la mayoría de propietarios indica solicitar un préstamo a una entidad financiera es una ventaja para la empresa. Estos resultados tienen coincidencia con Linares y Santos (2011), expresa que están siendo las entidades bancarias quienes son menos requeridas en la obtención de un crédito. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 7, se determina que el 65% de los propietarios encuestados indica que el préstamo obtenido no cubrió todo los gastos de apertura, el préstamo obtenido fue muy poco y le faltó para innovar. Donde la mayoría de propietarios indica que préstamo obtenido no cubrió todo los gastos de apertura. Estos resultados tienen coincidencia con Martínez (2013), Considera que invertir en cualquier acción no es esperar de resultados programados. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 8, se determina que el 76% de los propietarios encuestados indica que las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros. Donde la mayoría de propietarios indica que las entidades financieras evaluaron sus estados financieros para brindarle préstamo. Estos resultados tienen coincidencia con Díaz (2013), por medios de la exploración de los indicadores financieros, análisis de los estados financieros y el flujo comercial de la naranja, para poder identificar sus ingresos y egresos reales de la producción y la rentabilidad de la naranja. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 9, se determina que el 62% de los propietarios encuestados indica que para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos y el trámite fue muy engorroso. Donde la mayoría de propietarios indica que las entidades financieras le solicitaron muchos requisitos para brindarle préstamo. Estos resultados tienen coincidencia con Linares y Santos (2011), por las exigencias de ciertos requisitos que el empresario no cumple. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 10, se determina que el 54% de los propietarios encuestados indica que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son muy complicados y engorrosos además las tasas de interés son muy altas. Donde la mayoría de propietarios indica que acceder a un financiamiento en una entidad bancaria es muy engorroso y complicado. Estos resultados no tienen coincidencia con Domínguez y

Crestelo (2013), el financiamiento consiste en que los accionistas con mayor capacidad prestan a la empresa para no tener que solicitar en una entidad financiera y menos engorroso, Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 11, se determina que el 92% de los propietarios encuestados indica que las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo y algunos manifiestan está incrementando su capital. Donde la mayoría de propietarios indica que las ganancias de su empresa cubren los intereses del préstamo obtenido. Estos resultados tienen coincidencia con Gitman (2010), sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 12, se determina que el 100% de los propietarios encuestados indica que conoce la tasa de interés que paga por su préstamo. Donde el total de propietarios indica que tiene conocimiento sobre la tasa de interés que le brinda la entidad financiera. Estos resultados tienen coincidencia con Bayona y Talledo (2011), su principal fuente de financiamiento son los prestamistas informales dado que le es más fácil y rápido obtener un crédito sin importarles las altas tasas de interés a las que están sujetos dichos créditos. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar las barreras del financiamiento bancario en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 13, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa con el cual puede definir si obtiene ganancias. Donde la mayoría de propietarios indica que medir el rendimiento de sus ventas es importante para su empresa. Estos resultados tienen coincidencia con Gitman (2010), La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 14, se determina que el 92% de los propietarios encuestados indica que es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado, porque lo genera ingresos para la solvencia económica de su hogar además otros gastos con los que cuenta. Donde la mayoría de propietarios indica que para mantener su empresa en el mercado es importante mantenerse con una buena liquidez. Estos resultados tienen coincidencia con Álvarez (2014), Es un ratio que reviste especial interés para los inversores dado que mide la rentabilidad en términos de liquidez (caja) que percibe el accionista por acción. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 15, se determina que el 89% de los propietarios encuestados indica que es importante evaluar las ganancias de su empresa. Donde la mayoría de propietarios indica que evalúa las ganancias de su empresa. Estos resultados tienen

coincidencia con Martínez (2013), determina la razón de verificar y analizar temas de rentabilidad. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 16, se determina que el 78% de los propietarios encuestados indica que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos con las cuales estará tomando decisiones administrativas. Donde la mayoría de propietarios indica que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos. Estos resultados tienen coincidencia con Sánchez (2012), la rentabilidad económica, únicamente de los activos afectos a la actividad principal de la empresa, por coherencia con el numerador, que incluye únicamente los resultados derivados de la actividad principal. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Determinar las principales características de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 17, se determina que el 51% de los propietarios encuestados indica que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio, o de inversión realizada respecto al capital actual que tiene. Donde la mayoría de propietarios indica que la rentabilidad financiera es la medida obtenida del capital propio. Estos resultados tienen coincidencia con Cuervo y Rivera (2011), la rentabilidad financiera, que ahora nos ocupa, incorpora en su cálculo, dentro del denominador, la cuantía de los fondos propios, por lo cual esta rentabilidad constituye un test de rendimiento o de rentabilidad para el accionista o propietario de la empresa. Estos

resultados dan respuesta al objetivo específico: Detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 18, se determina que el 59% de los propietarios encuestados indica que la inversión que realiza está dirigida a su capital de trabajo con la finalidad de incrementar su empresa o colocar nuevos locales en Sullana. Donde la mayoría de propietarios indica que la inversión que realiza es para incrementar el capital de trabajo. Estos resultados tienen coincidencia con Cuervo y Rivera (2011), la rentabilidad de las inversiones desde el punto de vista del inversor o accionista. Los inversores obtienen un rendimiento de sus inversiones por medio de los potenciales incrementos de valor que puedan experimentar sus títulos en el mercado de capitales. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 19, se determina que el 76% de los propietarios encuestados indica que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad por tanto ha aumentado las ganancias de su empresa. Donde la mayoría de propietarios indica que las ventas de sus productos ha incrementado la rentabilidad de su empresa. Estos resultados tienen coincidencia con Martínez (2013), Para que una empresa crezca e incremente su nivel de ganancias debe estar su productividad. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

Referente a la Tabla 20, se determina que el 100% de los propietarios encuestados indica que monitorear su empresa es un factor importante para verificar si su empresa obtiene ganancias y tiene solvencia económica. Donde la mayoría de propietarios indica que es un factor importante monitorear su empresa. Estos resultados tienen coincidencia con Martínez (2013), monitorear el incremento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo determinado. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Detallar los factores de la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro snack del distrito de Sullana, año 2016.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Respecto a las características del financiamiento en las MYPE de servicio rubro snack, se financian en su mayoría por medio de recursos externos, dígase también en las entidades no bancarias tales como las Cajas Municipales, EDPYMES, Cajas Rurales, los cuales los asesoran y les otorgan el dinero solicitado a corto plazo, considerando esto los empresarios como una ventaja.

Las barreras del financiamiento bancario para las MYPE, son la exigencia de muchos requisitos por parte de las entidades, siendo la exigencia de estados financieros

y garantías hipotecarias, es por ello que se consolidan como barreras ya que las MYPE por sus volúmenes de ventas en muchos casos no son exigibles.

Respecto a las principales características de rentabilidad de las microempresas en este rubro, es medir el rendimiento de las ventas, mantener la liquidez y evaluar las ganancias de las empresas.

Los factores de rentabilidad de las microempresas snack de Sullana está determinado, al monto de inversión, participación del mercado, calidad del producto, teniendo en cuenta los costos operativos y el movimiento de los mercados, además estas empresas manifiestan que un factor importante es monitorear y determinar a qué se debe la rentabilidad de su empresa.

5.2.Recomendaciones

- Buscar alternativas de financiamiento a largo plazo, con tasas de interés bajas.
- Se recomienda a los empresarios si pretenden solicitar un préstamo tener todo sus documentaciones lista y contar con buena calificación en el sistema financiero.
- Considerar invertir en nuevos locales y realizar análisis de rentabilidad para verificar si obtienen ganancias o están trabajando a pérdida.

Aspectos Complementarios

Marco Conceptual

Comida chatarra: Es un disfemismo para referirse a la comida poco adecuada por su valor nutritivo, no porque no contenga nutrientes (de hecho los contiene en exceso), sino porque los presenta de forma desequilibrada para conseguir una buena alimentación (Selene, 2008).

Consumo: Es el acto en virtud del cual se destruye la utilidad de un producto y se considera, en la Economía Política, como término y fin de la producción, de la distribución y del cambio (Herrera y Alvear, p.90).

Entidad Financiera: Es un intermediario del mercado financiero. Las entidades financieras pueden ser bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito, es decir, intermediarios que administran y prestan dinero; o empresas financieras, un tipo distinto de intermediarios financieros que, sin ser bancos, ofrecen préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

Finanzas: obligación que alguien asume para responder de la obligación de una persona o empresas, dinero con que se rescata, o que se pide para ello Gitman (2006).

Fuentes de financiamiento: son herramientas estratégicas que ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización (Van Horne y Wachowicz, 2010).

Nutrición: es el “conjunto de procesos fisiológicos por los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas en los alimentos (Fraternidad Muprespa, s.f.).

Préstamo: Es la acción y efecto de prestar, un verbo que hace referencia a entregar algo a otra persona, quien debe devolverlo en un futuro (Pérez y Merino, 2009).

Producto: Es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad.

Sabor: Es la sensación que producen los alimentos u otras sustancias en el gusto. Dicha impresión está determinada en gran parte por el olfato, más allá de la respuesta del paladar y la lengua a los componentes químicos (Pérez y Merino, 2010).

Snacks: son unos aperitivos, como patatas fritas, o algún tipo de alimento de paquete, frutos secos, bocaditos de algo, incluso canapés o las tapas, y no son considerados como una de las comidas principales del día.

Referencias Bibliográficas

- Agencia Peruana de Noticias, (lunes, 27 de enero del 2014), *Perú: crean mesa para fortalecer acciones contra el turismo informal en Piura*, Disponible en: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/peru-crean-mesa-para-fortalecer-acciones-contra-el-turismo-informal-en-piura>
- Álvarez, J. (2014). *Rentabilidad Empresarial; propuesta práctica de análisis y evaluación*. España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Álvarez M. (2015), *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales rubro panaderías del distrito de Sullana periodo 2014*. Tesis para optar el grado licenciada en Administración. Universidad los Ángeles de Chimbote; Chimbote.
- Atao Espinoza A, Eduardo (2011). *Importancia de las micros y pequeñas empresas en el mundo*.
- Baca G. (2011). *Evaluación de Proyectos: Un enfoque integral*. Editorial McGraw-Hill, 3° Edic.; México.
- Bayona J., Talledo J. (2011). *Análisis económico de las barreras de entrada al mercado crediticio en los pequeños comerciantes del mercado de La Unión*. Tesina: Universidad Nacional de Piura.
- Brigham. S. (2012). *Fuentes de Financiamiento*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>. Consulta. [Consulta Enero, 2007].
- Briones, G. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*.

- Cernadas L. (2014), *Qué es y cómo funciona la póliza de crédito*, Disponible en:
<http://www.pymesyautonomos.com/unnuevoimpulso/que-es-y-como-funciona-la-poliza-de-credito>
- Cuervo, A. y Rivero, P. (2011): “*El análisis económico-financiero de la empresa española*”, Revista Española de Financiación y Contabilidad, nº 51
- Chamba Mijahuanga D. (2015). “*Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013*”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. ULADECH, Sullana.
- Días, M. (2013). *Tesis para obtener el título de Ingeniería Comercial, titulada “producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (citrus aurantium) y su relación con la economía del cantón la maná y su zona de influencia, año 2011”*, Ecuador; Disponible en:
<https://docs.google.com/document/d/1IQQt5p2NhJBVJUHVo.../edit?pli=1>
- Domínguez I. y Crestelo L. (2013). *Estructura de financiamiento. Fundamentos teóricos y conceptuales*. [Documento en línea]. Disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/estructura-de-financiamiento-fundamentos-teoricos-y-conceptuales/Consulta>. [Consulta Enero, 2007].
- Echavarría Sánchez, A. &. (2011). *Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas mexicanas*. Guadalajara: Universidad Autónoma de Tamaulipas (México).
- El Blog de Salmon (10 Febrero 2012). *¿Qué es una póliza de crédito?*, Recuperado de:
<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-una-poliza-de-credito>.

El comercio (martes 1 de setiembre del 2015), *Venta de alimentos ultra procesados en el Perú aumentó 107%*, Recuperado de: http://elcomercio.pe/ciencias/investigaciones/venta-alimentos-ultraprocesados-peru-aumento-107-noticia-1837505?ref=flujo_tags_518926&ft=nota_1&e=titulo.

Fraternidad Muprespa, (s.f.). *Alimentación y nutrición*. Recuperado el 19 de noviembre del 2016 en: http://www.rincondelasalud.com/es/articulos/nutricion_alimentacion-y-nutricion_72.html#prim

Fernández, J. (2010) “*La rentabilidad en las empresas*”, Revista de expansión. Disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>

García V. Qué es la liquidez, (4 Marzo, 2011), *Revista Coyuntura económica*

Gitman, L. (2010). *Administración Financiera Básica*. Editorial Karla. Tercera Edición; México

Gitman, J. (2006). *Fundamentos de Administración Financiera*, editorial Harla S.A., México, 3º Edic., p. 62 y 171.

Gonzales, N. (2013). *Tesis para obtener el título de Maestro en Administración, titulada “El Impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad delas MIPYMES del Sector Comercio en el Municipio de Querétaro”*, año 2013. Disponible en: <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/350/1/RI000052.pdf>

Hernández, Fernández y Baptista. (2012). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw Hill. México. 2001.

- Herrera Dávila D.J. y Alvear D.A. *Lecciones de economía política*, M. Caro, 1827.
- Ferrero C. y Goldstein E. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile. Recuperado el 17 de octubre de 2016 en: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/\\$FILE/1_pdfsam_S2011124_es.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/$FILE/1_pdfsam_S2011124_es.pdf)
- Hervés F. (2013), *Pólizas de crédito: ventajas, desventajas y contabilización – Tribuna INEAF*, Disponible en: <http://www.ineaf.es/tribuna/polizas-de-credito-ventajas-desventajas-y-contabilizacion/>
- ITD. (2009) *Estudio del Mercado: Diagnostico situacional de la problemática de las Microempresas en la Región Piura 2008*. Piura.
- Jensen M. y C., Meckling W. H. (2012). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*. Journal of Financial Economics. (4th Ed.) 305 - 360
- Linares K., Santos J. (2011). *La informalidad y su influencia en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro granos y menestras del mercado moshoqueque-2010*. Perú: USS.
- Louffat E. (2012). *Administración: fundamentos del proceso administrativo* [internet] [acceso el 21 de agosto del 2014]. Disponible en: <http://conexion.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt>
- Martínez N. (2013), *Administración de Recursos Materiales y Financieros, trabajos monográficos* Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras2.shtml>

- Mendiola A. & Aguirre C. (2014), *Factores críticos de éxito para la creación de un mercado alternativo de emisión de valores para las pymes en el Perú*. – Lima: Universidad ESAN, 2014. – 200 p. – (Serie Gerencia para el Desarrollo ; 40)
- Myers, S. y Majluf, N. (2010). *Coporate Financing and Investment Decisions whens firms have information that investors do not have. Journal of Financial Economics*. (4th Ed.) 187-221.
- Modigliani, F. y Miller, M. (2011). *The Cost of Capital, Corporation Finance and the theory of investment. American Economic Review*. Vol. 89, N° 2
- Nalda H. (2012) *Microempresas pueden obtener rentabilidad de hasta 400% en Perú*. Perú: Agencia Andina Publicado: le 03 de mayo del 2012. Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/espanol/noticia-microempresas-pueden-obtener-rentabilidad-hasta-400-peru-410722.aspx#Uv7YBPueEwo>
- Nunes P. (2016), *Ciencias Económicas y Comerciales » Finanzas » Fuente de Financiamiento*, pp16.
- Pérez, J. y Merino, M. (Publicado: 2009). *Definición de: Definición de préstamo* (<http://definicion.de/prestamo/>)
- Pérez, J. y Merino, M. (Publicado: 2010). *Definición de: Definición de sabor* (<http://definicion.de/sabor/>)
- Phillips, R. (2014). *Pricing and Revenue Optimization. Stanford Business Books*. p. 368.
- Pilco J. (2011). *Desarrollo y elaboración de un snack extruido a partir de quinua* (Chenopodium quinoa Willd.) y maíz (Zea mays L.) Extraído de: http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/viewFile/235/211

- Portolés A. (2013), *¿Qué es una póliza de crédito?*, Recuperado en:
<https://www.helpmycash.com/blog/que-es-una-poliza-de-credito/>
- Rengifo M. (2011), *El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto*. Tesis para maestro en ciencias económicas con mención en gestión empresarial. Universidad Nacional agraria de la Selva; tingo María.
- Rengifo J. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010*, Tesis para optar el título para Contador Público en la ULADECH _ Pucallpa, 2011.
- Reyes Merino A. (2015). *“características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes, distrito de Sullana, año 2014”*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. ULADECH, Sullana.
- Riofrío, G. (2016). *El financiamiento y su incidencia en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio agroindustrial del valle del alto Piura en el 2015*. Disponible en:
http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/259
- Rubio F. (2010). *“Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú”*
- Sánchez, B. (2012). *Las MYPE en el Perú su importancia y propuesta tributaria*. Extraído el 10 de octubre, 2014, de
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>

Sánchez, A. (2013). *La rentabilidad Económica y Financiera de las empresas españolas del nuevo siglo. Análisis de los factores determinantes*. Revista Española de Financiación y Contabilidad; España.

Sánchez, J. (2013). *Análisis de la Rentabilidad de la empresa*. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Selene, J. (2008). *Definición comida chatarra*. Recuperado el 19 de noviembre de 2016 en: <http://comidachatarraefectos.blogspot.pe/2008/11/definicion-comida-chatarra.html>

Van Horne, J y Wachwicz, J (2010). *Fundamentos de Administración Financiera. Traducido de Octava Edición: Fundamentals of Financial Management*. Por: Alejandro Rodas Carpizo. México, DF. Tercera Edición en Español. Editorial Prentice Hall

Zuta, C (2013). *Problemática de la Gestión Financiera de las MYPE*.

ANEXOS

1. CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

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

MARCAR CON X

Encuestador (a):.....

Fecha:/...../2016

I. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

1.1.¿Su empresa se financia por medio de recursos internos o externos?

Internos	
Externos	

1.2.¿A qué instituciones financieras recurre para solicitar un préstamo?

Entidades Bancarias	
Entidades no Bancarias	

1.3.¿Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó?

Si		No	
----	--	----	--

1.4.¿Cuál de estas formas de financiamiento considera que sea beneficioso para su empresa?

Corto plazo	
Largo plazo	

1.5.¿Al decidir qué forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades?

Si		No	
----	--	----	--

1.6.¿Solicitar préstamo a una entidad financiera considera que sea una ventaja?

Si		No	
----	--	----	--

1.7.¿Considera que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura de su negocio?

Si		No	
----	--	----	--

1.8.¿Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros?

Si		No	
----	--	----	--

1.9.¿Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos?

Si		No	
----	--	----	--

1.10. ¿Considera que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos?

Si		No	
----	--	----	--

1.11. ¿Las ganancias de su empresa cubre los intereses para pagar su préstamo?

Si		No	
----	--	----	--

1.12. ¿Usted conoce la tasa de interés que paga por su préstamo?

Si		No	
----	--	----	--

II. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

2.1.¿Considera que es importante medir el rendimiento de las ventas de su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

2.2.¿Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado?

Si		No	
----	--	----	--

2.3.¿Considera que es importante evaluar las ganancias de su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

2.4.¿Considera que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos de su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

2.5.¿Considera que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio?

Si		No	
----	--	----	--

2.6.¿La inversión que usted realiza está dirigido a su capital de trabajo?

Si		No	
----	--	----	--

2.7.¿Considera que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2.8.¿Monitorear su empresa considera que es un factor importante para mejor su rentabilidad?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, Septiembre de 2016.

2. VALIDACIÓN

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Estimado Válido:

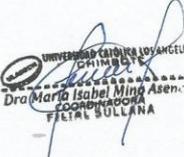
Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cual será aplicado a las MYPE dedicadas al rubro snack, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
Dra. María Isabel Ming Aseñal
SOCIOLOGA
FACULTAD SULLANA

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

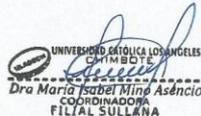
NOMBRE DEL EXPERTO: MARIA ISABEL MINO ASENCIO
ESPECIALIDAD: ADMINISTRACION
DNI: 18136783

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Jusvisa Pamela Távora Ortiz, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 10 de Noviembre del 2016

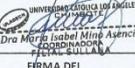


Nombre: Maria Isabel Mino Asencio
DNI: 18136783

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN											
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES			
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Financiamiento	Nunes, (2016) es el conjunto de recurso interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente y forma de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o	Recursos	Internos Externos	¿Su empresa se financia por medio de recursos internos o externos?			/	/	/	/								
			Entidades financieras	¿Considera que las entidades financieras sean la mejor alternativa para solicitar un préstamo?			/	/	/	/								
			Monto	¿Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó?			/	/	/	/								
		Forma	Corto plazo Largo plazo	¿Cuál de estas formas de financiamiento considera que sea beneficioso para su empresa?			/	/	/	/								
			Alternativas	¿Al decir que forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades?			/	/	/	/								
		Fuente	Ventaja	¿Solicitar préstamo a una entidad financiera considera que sea una ventaja?			/	/	/	/								

acceder a fuentes de financiamiento, variabilidad plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento.	Préstamo	Gastos	¿Considera que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura de su negocio?			/	/	/	/								
		Estados financieros	¿Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros?			/	/	/	/								
		Requisitos	¿Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos?			x	/	/	/	/							
		Acceder	¿Considera que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos?			/	/	/	/								
	Tasa	Ganancias	¿Las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo?			/	/	/	/								
		Interés	¿Considera que la tasa de interés brindado por las entidades financieras es alta?			/	/	/	/								


Dra. María Isabel Ming Asencio
 SOCIOLOGA
 SULLANA
 FIRMA DEL
 EVALUADOR

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	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	Importancia	Ventas	¿Considera que es importante medir los rendimientos de su empresa con las ventas?			/	/	/	/					
			Liquidez	¿Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado?			/	/	/	/					
			Evaluar	¿Considera que es importante evaluar las ganancias de su empresa?			/	/	/	/					
		Niveles	Activos	¿Considera que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos de su empresa?			/	/	/	/					
			Capital propio	¿Considera que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio?			/	/	/	/					

<p>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 también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad (Gitman, (2010).</p>	Factores	Inversión	¿La intensidad de inversión que ha dado a su empresa es un factor recomendable?			/	/	/	/		
		Incrementado	¿Considera que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad?			/	/	/	/		
		Monitorear	¿Monitorear su empresa considera que es un factor importante para mejor su rentabilidad?			/	/	/	/		


 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS
 Dr. María Isabel Mino Asencio
 COORDINADORA
 FILIAL SUCURSA
 FIRMA DEL
 EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Válido:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cual será aplicado a las MYPE dedicadas al rubro snack, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


.....
Mario del C. Rosillo de Purizaca
LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD 03970

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: MARIA del Carmen Rosillo de Purizaca
ESPECIALIDAD: Mg. Proyectos Inversivos - Lic. Ciencias Adm.
DNI: 02818255

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Jusvisa Pamela Távara Ortiz, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 10 de NOVIEMBRE del 2016


.....
Maria del C. Rosillo de Purizaca
LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD 03970

Nombre: MARIA del Carmen Rosillo de Purizaca
DNI: 0281 82 55

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES	
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Financiamiento	Nunes, (2016) es el conjunto de recurso interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente y forma de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o	Recursos	Internos Externos	¿Su empresa se financia por medio de recursos internos o externos?			✓		✓		✓		✓			
			Entidades financieras	¿Considera que las entidades financieras sean la mejor alternativa para solicitar un préstamo?			✓		✓		✓			Cambiar		
			Monto	¿Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó?			✓		✓		✓					
		Forma	Corto plazo Largo plazo	¿Cuál de estas formas de financiamiento considera que sea beneficioso para su empresa?			✓		✓		✓					
			Alternativas	¿Al decir que forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades?			✓		✓		✓					
		Fuente	Ventaja	¿Solicitar préstamo a una entidad financiera considera que sea una ventaja?			✓		✓		✓					

Préstamo	acceder a fuentes de financiamiento, variabilidad plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento.	Gastos	¿Considera que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura de su negocio?			✓		✓		✓		✓	
			Estados financieros	¿Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros?			✓		✓		✓		
			Requisitos	¿Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos?			✓		✓		✓		
		Tasa	Acceder	¿Considera que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos?			✓		✓		✓		
			Ganancias	¿Las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo?			✓		✓		✓		
			Interés	¿Considera que la tasa de interés brindado por las entidades financieras es alta?			✓		✓		✓		Corregir


 María del C. Rosillo de Purizacco
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD 03970

FIRMA DEL
EVALUADOR

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN												
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES				
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
Rentabilidad	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	Importancia	Ventas	¿Considera que es importante medir los rendimientos de su empresa con las ventas?															
			Liquidez	¿Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado?															
			Evaluar	¿Considera que es importante evaluar las ganancias de su empresa?															
		Niveles	Activos	¿Considera que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos de su empresa?															
			Capital propio	¿Considera que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio?															

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 también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad (Gitman, (2010).	Factores	Inversión	¿La intensidad de inversión que ha dado a su empresa es un factor recomendable?															
		Incrementado	¿Considera que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad?															
		Monitorear	¿Monitorear su empresa considera que es un factor importante para mejor su rentabilidad?															


 María del C. Rosillo de Purizaco
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD 03970

FIRMA DEL
EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Válido:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cuál será aplicado a las MYPE dedicadas al rubro snack, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: MANUEL GERMÁN MARIÑO HINOJOSA

ESPECIALIDAD: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN - MAGISTER EN CIENCIAS POLÍTICAS

DNI: 02659237

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Jusvisa Pamela Távora Ortiz, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de servicios rubro snack del distrito de Sullana año 2016”.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 09 de NOVIEMBRE del 2016

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mariño Hinojosa
CLAD 05862

Nombre: MANUEL G. MARIÑO HINOJOSA

DNI: 02659237

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS RUBRO SNACK DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Financiamiento	Nunes, (2016) es el conjunto de recurso interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente y forma de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o	Recursos	Internos Externos	¿Su empresa se financia por medio de recursos internos o externos?			X		X		X				
			Entidades financieras	¿Considera que las entidades financieras sean la mejor alternativa para solicitar un préstamo?			X		X		X				
			Monto	¿Al momento que percibió el dinero lo dieron el monto que solicitó?			X		X		X				
		Forma	Corto plazo Largo plazo	¿Cuál de estas formas de financiamiento considera que sea beneficioso para su empresa?			X		X		X				
			Alternativas	¿Al decir que forma de financiamiento usar busco alternativas en diferentes entidades?			X		X		X				
		Fuente	Ventaja	¿Solicitar préstamo a una entidad financiera considera que sea una ventaja?			X		X		X				

acceder a fuentes de financiamiento, variabilidad plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento.	Préstamo	Gastos	¿Considera que el préstamo obtenido cubrió todo los gastos de apertura de su negocio?			X		X		X			
		Estados financieros	¿Las entidades financieras para brindarle el préstamo evaluaron sus estados financieros?			X		X		X			
		Requisitos	¿Para brindarle el préstamo le solicitaron muchos requisitos?			X		X		X			
		Acceder	¿Considera que los requisitos para acceder a financiamiento de las entidades bancarias son complicados y engorrosos?			X		X		X			
	Tasa	Ganancias	¿Las ganancias de su empresa cubren los intereses para pagar su préstamo?			X		X		X			
		Interés	¿Considera que la tasa de interés brindado por las entidades financieras es alta?			X		X		X			


FIRMA DEL
ELIQUIL KIMCHI
CUAD 05862

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	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	Importancia	Ventas	¿Considera que es importante medir los rendimientos de su empresa con las ventas?			X		X		X		X		
			Liquidez	¿Es importante mantener la liquidez de su empresa para seguir en el mercado?			X		X		X		X		
			Evaluar	¿Considera que es importante evaluar las ganancias de su empresa?			X		X		X		X		
		Niveles	Activos	¿Considera que la rentabilidad económica es una medida para el rendimiento de los activos de su empresa?			X		X		X		X		
			Capital propio	¿Considera que la rentabilidad financiero es una medida del rendimiento obtenido del capital propio?			X		X		X		X		


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862

<p>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 también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad (Gitman, (2010).</p>	Factores	Inversión	¿La intensidad de inversión que ha dado a su empresa es un factor recomendable?			X		X		X		X	
		Incrementado	¿Considera que la productividad de su negocio ha incrementado su rentabilidad?			X		X		X		X	
		Monitorear	¿Monitorear su empresa considera que es un factor importante para mejor su rentabilidad?			X		X		X		X	


 FIRMA DEL
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862