



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO,
RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO TUMBES, 2018.**

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

AUTOR

ABANTO PEREZ, CARLOS HENRY

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

TUMBES - PERÚ

2018

HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO



Mgr. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro

Presidente



Mgr. Lic. Adm. Galvani Guerrero Garcia

Miembro



Lic. Adm. Pablo Santiago Becerra Ortiz

Miembro



Mgr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez

Asesor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad por la oportunidad que me brindaron, la enseñanza que a través de sus docentes me otorgaron día a día sus conocimientos para mi futuro profesional.

A las MyPes, a los dueños por su tiempo y por dedicarme un poco de su tiempo y poder brindarme gentilmente la información y así poder elaborar y seguir avanzando con la investigación para poder concluir en se puede mejorar y/o incrementar algunas fallas que se detectaron.

DEDICATORIA

A Dios por guiarme y protegerme en todo momento y darme las fuerzas para encarar cualquier obstáculo que se presente en el camino y seguir adelante.

A mi familia por estar en todo momento conmigo, a mi madre por aconsejarme y ser buen ejemplo de mis hermanos, a mi padre por estar ahí no físicamente sino espiritualmente empujando cada día y guiándome por buen camino batallando ante toda adversidad, a mis hermanos por conmigo en todo momento y a mis abuelas por aconsejarme y apoyarme ante cualquier adversidad que se me presente en el camino.

RESUMEN

La presente investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018”. Es por ello que luego de investigar e identificar el problema ¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018? En la cual el objetivo general es determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.

La presente investigación se ubica en el tipo Descriptiva, con un nivel de investigación Cuantitativo y un diseño No Experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 10 propietarios de las diez (10) MyPes en el rubro restaurantes, en el sector servicio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Por lo tanto se concluye que cada empresa del rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, se preocupa por sus clientes que se sientan satisfechos con el servicio brindado, además que sus trabajadores obtengan y reciban una buena formación en relación a su trabajo con capacitaciones, para que así se puedan adaptar a cualquier cambio que tenga la empresa. Además, los propietarios acuden a préstamos bancario, no bancario, familiares y/o amigos entre otros para poder invertir e innovar en la MyPe y así mismo tener provisiones para cubrir una posible pérdida a futuro.

Palabras Claves: Competitividad, Financiamiento, MyPes.

ABSTRACT

This research called "Characterization of the Competitiveness and Financing of the MyPes, service sector, restaurant industry, Tumbes district, 2018". That is why after investigating and identifying the problem, what are the characteristics of the Competitiveness and Financing of the MyPes, service sector, restaurant industry, Tumbes district, 2018? In which the general objective is to determine the characteristics of the Competitiveness and Financing of the MyPes, service sector, restaurant industry, Tumbes district, 2018.

The present investigation is located in the descriptive type, with a level of quantitative research and a non-experimental cross-sectional design, the population is 68 clients and 10 owners of the ten (10) MyPes in the restaurant sector, in the service sector, the survey and questionnaire were applied as data collection instruments. Therefore, it is concluded that each company in the restaurant industry in the Tumbes district cares for its customers who feel satisfied with the service provided, in addition that their workers obtain and receive good training in relation to their work with training, so that they can adapt to any change that the company has. In addition, the owners go to bank loans, non-banking, family and / or friends among others to invest and innovate in the MyPe and also have provisions to cover a possible loss in the future.

Key Words: Competitiveness, Financing, MyPes.

ÍNDICE

HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE	VII
I. INTRODUCCIÓN	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	31
2.2.1. COMPETITIVIDAD	31
2.2.2. FINANCIAMIENTO	37
2.2.3. MYPES	41
2.2.4. RESTAURANTES	45
III. HIPÓTESIS	49
IV. METODOLOGÍA	50
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	50
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	50
4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	50
4.5. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	52
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	55
4.7. PLAN DE ANÁLISIS	56
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA	56
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS	58
V. RESULTADOS	59

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	59
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	68
VI. CONCLUSIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
ANEXOS	90
ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	90
ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	91
ANEXO 03: ENCUESTA	92
ANEXO 04: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS	94
ANEXO 05: LIBRO DE CÓDIGOS	105
ANEXO 06: ALBÚM DE FOTOGRAFÍAS	108
ANEXO 07: TURNITIN	109

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población.....	51
Cuadro 2: Operacionalización de las Variables	53
Cuadro 3: Matriz de Consistencia de Competitividad y Financiamiento en las Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Distrito Tumbes, 2018	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	59
Tabla 2: ¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?.....	59
Tabla 3: ¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?.....	59
Tabla 4: ¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	60
Tabla 5: ¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?.....	60
Tabla 6: ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	60
Tabla 7: ¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?.....	60
Tabla 8: ¿La empresa le ofrece descuentos?	61
Tabla 9: ¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	61
Tabla 10: ¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	61
Tabla 11: ¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?.....	61
Tabla 12: ¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	62
Tabla 13: ¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	62
Tabla 14: ¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	62
Tabla 15: ¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	62
Tabla 16: ¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?.....	63
Tabla 17: ¿Utilizó financiamiento bancario?	63
Tabla 18: ¿Utilizó financiamiento no bancario?	63

Tabla 19: ¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?.....	63
Tabla 20: ¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	64
Tabla 21: ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	64
Tabla 22: ¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?	64
Tabla 23: ¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?.....	64
Tabla 24: ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	65
Tabla 25: ¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	65
Tabla 26: ¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	65
Tabla 27: ¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	65
Tabla 28: ¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?.....	66
Tabla 29: ¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?.....	66
Tabla 30: ¿Usted tiene descuentos comerciales?.....	66
Tabla 31: ¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	66
Tabla 32: ¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	67

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018” La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del distrito de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de restaurantes; en el distrito de Tumbes se han identificado que existen diez (10) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la Competitividad y Financiamiento en el distrito de Tumbes, en donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas sea factible para la comodidad de los propietarios, para así posteriormente poder determinar diferentes características que ayuden a la Competitividad y Financiamiento en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

Dentro del entorno externo las MyPes les comprometen investigar los aspectos claves del entorno que envuelve el negocio y que actúa de manera directa e indirecta, empleando el método PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).

En el Ámbito Político: Para aperturar un restaurante requiere que los dueños realicen una lista de políticas que los empleados deben cumplir con la normativa sanitaria y de seguridad. Incluyendo las políticas básicas (normas de remuneración, las horas de trabajo, la remuneración del trabajador, la discriminación y la licencia médica). Inclusive es importante incluir políticas relacionadas al acoso. La inclusión de una política de acoso ayuda a los empleados y a los clientes se sientan seguros y valorados. Además, es importante establecer políticas estrictas relacionadas con tus normas de uniformes o código de vestimenta, si apruebas que tus empleados elijan su propia vestimenta. Algunas de las políticas de empleo más importantes para un restaurante son las condiciones que se relacionan con la seguridad alimentaria y la manipulación de alimentos. También, se da guías de capacitación para los empleados, con respecto a los métodos de desinfección para los platos y los utensilios de forma segura. Así mismo, se incluye las políticas relacionadas con los horarios, descansos, nómina y beneficios en el manual del empleado para que los empleados sean conscientes de dicha política. Los beneficios pueden extenderse a cosas tales como las vacaciones pagadas, las comidas o descuentos para los miembros de la familia, (Knaebel, s.f).

Las Normas formuladas por el Poder Ejecutivo, al amparo de la delegación de facultades legislativas apuntan a argumentos distintos, es significativo resaltar que la mayoría de disposiciones tiene como meta beneficiar y formalizar a aquellos sectores emprendedores que puedan contribuir de modo efectivo a los niveles de desarrollo del Perú. Por ejemplo, destacan medidas de corte administrativo, como la simplificación y la exclusión de barreras burocráticas, con lo cual las MyPes

disminuirán sus costos y el país ganará competitividad; así tenemos que estas unidades productivas pagarán menos impuestos de alquiler del nuevo régimen MyPe Tributario, con lo que se promoverá a los pequeños emprendedores que consideraban alto el pago de impuestos, pero que ahora tributarán solo el 10% del impuesto a la renta. Además, se añade el fraccionamiento especial de deudas tributarias y otros ingresos administrados por la Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT), (Diario Oficial El Peruano, 2017).

En el Ámbito Económico: Conforme a la última encuesta mensual de restaurantes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el sector restaurantes creció 1.85% en enero del 2017, a pesar del descenso en el abastecimiento de comida por misión, que se ubicó en 3.08%. En diciembre del año pasado, el sector se expandió 2.79%. La actividad de los restaurantes que ofrecen servicios de preparación comidas y bebidas aumentó 1.25% en enero, por el avance de negocios de comida rápida comida japonesa, pollerías, heladerías, y chifas. El mejoramiento se debió a la mayor afluencia de consumidores, servicios de delivery y la implementación de cartas de verano, (Semana Económica, 2017).

El Ministro de la Producción, Raúl Pérez-Reyes, señaló que el emprendimiento empresarial de la MyPe tiene una contribución de 24% en el PBI nacional. Además, durante el lanzamiento de la campaña “Guerreros MyPe” el titular del Ministerio de la Producción (Produce) manifestó que este sector contribuye con 85% del empleo en el país ya que es un sector muy intenso en mano de obra que genera la principal fuente de empleo en el Perú. Así mismo, con relación a la informalidad según Produce, entre el 50% y 60% de las MyPes son formales y cumplen con los requisitos para ello, no obstante, consta una serie de

motivos que componen la informalidad en dicho sector que tiene que ver, más que con un tema de trámites, que también es un motivo, con la baja productividad de la mano de obra, con el poco acceso a financiamiento barato y con el tamaño de la producción, el objetivo bicentenario es que tengamos un nivel de formalización como lo poseen los países de la Alianza del Pacífico (México, Chile, Colombia y Perú), (Chau, 2018).

En el Ámbito Social: Los restaurantes, como sector de relación social, han mejorado la fusión de diferentes grupos, algo que hemos logrado ver últimamente más a menudo, gracias a las redes sociales. Y aun en los países de cultura latino conserva la costumbre de promover la interacción entre las personas. El objetivo es proponer nuevas percepciones a través de claves basadas en experiencias de éxito, para que los empresarios o dueños de restaurantes puedan tener una visión de las posibilidades que ofrecen las iniciativas de esta muestra, (Coquillat, 2017).

Las bajas tasas de crecimiento para el empleo formal, el salario, así como la inversión privada, están impactando forzosamente en la capacidad de gasto que tienen las familias peruanas. La tasa de crecimiento del empleo formal este año fue de 0,9% a años anteriores que era de 4% hasta el 5%, estos indicadores no animan la economía peruana y por lo tanto no se siente en la familia peruana. Además, que si bien todos los estratos socioeconómicos se notaron afectados y el más golpeado por esta realidad fue la clase media emergente que tenía una tasa de crecimiento de 3% y en el último año hubo un crecimiento de 1%. Asimismo, Albuquerque detalló que tuvo una diferencia entre Lima y Provincias, ya que en Lima los ingresos crecieron levemente a 1,2% en el caso del ingreso per cápita, pero en regiones bajaron a 0,4%. También, señaló que las ventas en el año 2015

crecieron un 1,5% y en el primer trimestre de este año fue similar. Además, comunicaciones creció el año pasado a 5% y este año en 3,4%. Vehículos ligeros bajo 3,6% en ventas. Además, declaró que estos indicadores económicos deberán ser considerados por las empresas peruanas en el futuro ya que se convierten en retos para su desarrollo, (Alburqueque, 2016).

En el Ámbito Tecnológico: Empleamos aquellos métodos que nos dan inteligencia de negocio y que nos admitan tener todo bajo control en tiempo real (Costos, Gastos, Facturación, etc.) y muy considerable, ver posibles desviaciones frente a los presupuestos que nos hemos planteado o comparativas entre restaurantes y posteriormente es muy importante el uso de la tecnología para la relación con el cliente. Ahí pretendemos ser muy eficaz para crear un vínculo con él en torno a una experiencia. Por ejemplo el móvil. Creo que la relación con los clientes a través del móvil, a día de hoy es tan necesario como tener platos y vasos en el restaurante. Unas buenas redes sociales, buena información en la web, aunque eso se está olvidando por los dispositivos móviles, (Romanos, 2016).

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como la Internet como principal herramienta, dejó de ser exclusiva para las grandes marcas. Las TIC como porcentaje de innovación, se vienen estableciendo como ejes significativos a tomar en cuenta, en los planes de negocios y en las nuevas empresas. A nivel regional el mercado empresarial de Argentina, Brasil y Chile conducen la lista de mayor uso de herramientas tecnológicas que aprovechan sus pequeñas, medianas y grandes empresas para desarrollar sus niveles de ventas y su conectividad local, regional e internacional. En ese contexto, el 99.6% del mercado empresarial en el Perú corresponde a las MyPes,

según las últimas cifras del INEI (marzo 2017). Que existen en total 1, 713, 272 empresas en todo el Perú, entre las mipyme y grandes compañías. De ese número, el 96.2% (1, 648, 167 empresas) está constituido por las microempresas, con el 5.6% de las ventas y las grandes compañías, representan el 0.4% (6, 853 empresas), con el 79.3% de las ventas. Esa diferencia en los volúmenes de ventas, responde a variados factores que lo conforman, externos, internos, innovación, tendencias, público dirigido, al sector y el uso de la tecnología. En el Perú, especialmente, el uso de estas herramientas es muy limitado por la elevada informalidad y la nula capacitación que se le brinda a las MyPes. Así mismo, la ejecución de las TIC (correo electrónico, comercio electrónico, aplicaciones móviles, webs, banca online, cursos, celulares, computadoras, y una ilimitada gama de software y hardware) ya no es un lujo, o una cara inversión; sino una necesidad primordial que permite a las empresas estar en desarrollo competitivo tanto en el mercado nacional como internacional. El 93% de MyPes aprecia que el uso de la tecnología es un gasto y opta por prescindir de su uso. Limitándose a una amplia gama de herramientas que ayudaría en elevar las ventas, reducir costos, tener nuevas oportunidades comerciales y más, (Diario Uno, 2017).

En el Ámbito Ecológico: Los restaurantes sostenibles son aquellas empresas que cuidan el medio ambiente, brindando comida sana a la vez que cuidan del planeta. Los restaurantes sostenibles cumplen con las llamadas reglas “FLOSS” (Fresh, Local, Organic, Seasonal, Sustanaible) es decir “Fresco, Local, Orgánico, Estacional y Sostenible”, cada vez más clientes se preocupan por llevar una dieta saludable y estas entidades ofrecen una alimentación que satisface sus necesidades. La carta de los restaurantes sostenibles dispone de alimentos

ecológicos y productos locales que suelen promover la gastronomía tradicional, pero no solo se trata de ofrecer un producto ecológico, fresco y local, los restaurantes sostenibles van más allá y controlan los residuos, siendo el reciclaje una de sus condiciones, cuentan con instalaciones que cumplen con las medidas respectivas con cuidado del medio ambiente, ejecutan una gestión de eficacia energética y controlan el uso de agua, entre otros aspectos. En el 2010 se creó la Asociación de Restaurantes Sostenibles que inspecciona la labor de aquellos establecimientos que trabajan en un marco de sostenibilidad y que desean no afectar al medio ambiente. Además, una de las ventajas es que el producto que se brinda acostumbra a ser de mayor calidad, ya que se trata de alimentos ecológicos, mejora la imagen del restaurante, porque es un negocio comprometido con el medio ambiente y ayuda a diferenciarse del resto de la competencia, (Mercat, 2016).

La responsabilidad ambiental en el Perú es un argumento que pausadamente está tomando más dimensión, y que antes no era tomado en cuenta por las empresas peruanas debido a falta de conocimiento, eso hablando de las empresas nacionales porque las transnacionales que operan en el Perú ya tienen esos conceptos bien desarrollados por sus matrices en los países donde vienen trabajando. En ese sentido, aseguró que en el Perú existe una participación mínima de empresas nacionales que tengan políticas de responsabilidad ambiental, es decir, un 2% de las empresas peruanas que tienen ese enfoque. Sin embargo, la actual coyuntura económica mundial, que impresiona a todos los países en vías de desarrollo, está causando que se tomen compromisos en temas ambientales, como el del COP 21, que cuenta con el respaldo de instituciones

como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), para incentivar una transformación en la economía, señaló Héctor Miranda, director gerente de Red Regenerativa, (Miranda, 2016).

En el Ámbito Legal: Los empresarios que piensan en la apertura de un nuevo restaurante deben estar informados acerca de las muchas licencias y permisos que las autoridades sanitarias requieren antes de que el primer cliente entre por la puerta, el no conseguir las licencias necesarias para abrir un restaurante podría resultar en multas, sanciones y posiblemente el cierre del restaurante. Para abrir un restaurante, primero se debe obtener una licencia de negocio, la licencia de negocios da autorización para operar legalmente dentro de una jurisdicción específica. Además, se requiere un permiso de empresa de servicio de alimentos para abrir un restaurante, este permiso afirma que el restaurante cumple la normativa en cuanto a higiene de los alimentos, el almacenamiento, la protección y la preparación, es por ello que los trabajadores deben conseguir un permiso de manipulación de alimentos para asegurarse de que han completado con éxito una certificación de seguridad alimentaria. Además, las autoridades requieren una licencia para bebidas alcohólicas o licencia de licor. Las autoridades de venta de bebidas alcohólicas por lo general tienen varios niveles o "series" de licencias que pueden solicitar, el tipo de licencia que apliques determina el tipo de licor que se vende, así como dónde puedes vender el licor. Por ejemplo, si deseas que el restaurante sea parte de un festival culinario local, debes conseguir una licencia para servir bebidas alcohólicas en el festival a pesar de que tu restaurante ya tenga licencia para servir bebidas alcohólicas, (Scott, s.f).

El Congreso de la República publicó la Ley 30222 que modifica la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, Ley 29783, en el diario Oficial El Peruano con aplicación desde el día 12 de julio de 2014. Entre los principales cambios de la ley de Seguridad y Salud en el Trabajo contienen lo siguiente: El director de la organización debe asumir el liderazgo y responsabilidad por un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, éste puede conceder diferentes contratos para servicios de terceros, para la gestión, implementación, monitoreo y cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre la seguridad y la salud en el trabajo. Además la ley 29783 regularizó con respecto a los miembros del Comité Paritario y los Supervisores de Seguridad y Salud en el trabajo que tienen derecho a conseguir una licencia en la que se debe cumplir todas sus funciones. Así mismo, se ha adaptado el compromiso de realizar exámenes médicos a los trabajadores, ya que el jefe se encuentra obligado a llevarlos a cabo cada dos años y que el examen médico ocupacional de salida es voluntario solicitado por el jefe o el trabajador. Además, con respecto a la adecuación del trabajador al puesto de trabajo, se ha señalado como excepción a la obligación de trasladar al trabajador en un puesto que admita menos riesgo para su seguridad y salud en el trabajo, el caso de que se ocasione la invalidez absoluta permanente. Se muestra como resultado del incumplimiento deliberado de las normas de seguridad y salud en el trabajo, se causa la muerte del trabajador o terceros e inclusive que se originen lesiones graves, y puede preverse tal resultado, la pena privativa de libertad será no menor de cuatro años ni mayor de ocho años en caso de muerte y no menor de tres años ni mayor de seis años en caso de lesión grave. Se excluye la responsabilidad penal cuando la muerte o las lesiones graves son

fruto de una negligencia de las normas de seguridad y salud en el trabajo por parte del trabajo, (Isotools, 2016).

Frente a lo propuesto se formuló el siguiente enunciado del problema:

¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018? Permitiendo elaborar el objetivo general de investigación: Determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. Y los objetivos específicos: a) Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. b) Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. c) Conocer los Tipos de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. d) Determinar las Fuentes de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.

Es por ello que la investigación quedó justificada de acuerdo a los propósitos de la línea de investigación de la carrera profesional de Administración; en cuanto en la determinación de Competitividad y Financiamiento, es por ello que se pretende una iniciativa de desarrollo para las MyPes y creando posibilidades de investigación para dichas empresas.

Se justifica en lo Práctico, por que utiliza el mecanismo que permite conocer y encaminar al rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, desde los aspectos de la Competitividad y Financiamiento.

Se justifica en lo Teórico, porque contiene una apertura de conocimiento de la Competitividad y Financiamiento, teniendo como base el uso de herramientas

prácticas y de bajo costo que utilizan estas empresas en el distrito de Tumbes (Miller y Salkiu, 2002).

Se justifica en lo Metodológico, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento. (Batista, 2006).

Se justifica en lo Profesional, porque me permitirá obtener el título profesional de licenciado en Administración.

Se justifica en lo Institucional, porque este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a las MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica por Conveniencia porque permite conocer la realidad de la Competitividad y Financiamiento del rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, 2018, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Seguidamente, Barrientos (2018) En su investigación *“Caracterización Del Financiamiento Y Gestión De Calidad De Las MyPes, Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De San Jacinto, 2017”*, se consideró como objetivo general determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las MyPes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó de la técnica de encuesta como instrumento de recolección de datos. Se llegó a la conclusión, que en concordancia al financiamiento los propietarios han comenzado sus movimientos con capital propio, además el financiamiento es a corto plazo y con tasas bajas de interés, la tecnología es escasa y referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, además el nivel de atención es alto y positivo que buscan conservar la satisfacción del cliente, inclusive tratan de identificar previamente las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

Según, Cordova (2018) En su investigación *“Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPes De Servicios Rubro Restaurantes Táchala - Castilla - Piura, 2018”*, tuvo por objetivo general determinar las Características de la Capacitación y Competitividad de las MyPes de Servicios Rubro Restaurantes Táchala - Castilla - Piura 2018, su metodología es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Se concluyó referente a la capacitación, se estableció que emplean las técnicas de

proceso para fortalecer el cambio de actitudes del personal, así también la técnica mixta específicamente en la capacitación recibida para mejorar las tareas y además la técnica de la inducción en la capacitación que les dan a los trabajadores que recién se integran y referente a la competitividad, se estableció que se aplican los factores de innovación, los factores calidad, los recursos y preferencias que acceden ofrecer variedad de platos de buena calidad de personal profesional, también se identificó que los métodos de costos y el proceso de infraestructura accede contar con ambientes ventilados y atractivos generando así mayor competitividad en el mercado.

Por consiguiente, Correa (2018) En su investigación *“Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las MyPe Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018”*, constituyó como objetivo, conocer las características de la capacitación y la competitividad en las MyPe rubro restaurante de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018. La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. Se utilizó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos para la investigación. Se concluyó en relación a la capacitación, que la mayoría de los dueños toman en cuenta los métodos de trabajo en las capacitaciones ofrecidas que tienen relación con los objetivos y/o metas de la MyPe y con respecto a competitividad, la mayoría de las MyPe cuenta con ventajas competitivas las cuales son buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, cuentan con un valor agregado que atraen al cliente, apuntar a un solo segmento del mercado y fidelizar a los clientes frecuentes.

Según, Ramirez (2018) En su investigación *“Caracterización Del Financiamiento De Las Empresas Del Sector Servicios Del Perú: Caso Empresa “Puerto Azul Restaurant Y Hospedaje Eirl.” – Cañete, 2017”*, tuvo como objetivo general: Determinar y describir las características del financiamiento de las empresas del sector servicios del Perú: caso empresa “Puerto Azul Restaurant y Hospedaje E.I.R.L.” - Cañete, 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, además para el recojo de información de la parte bibliográfica se utilizará la técnica de la revisión bibliográfica documental. Se concluyó que la mayoría de las empresas requieren financiamiento, tanto como financiamiento propio o externo, obtenido a través entidades bancarias con baja tasas de interés. Todo financiamiento es recomendable y más aún si las empresas lo obtienen a través de un sistema bancario donde le ofrecen menos interés por el financiamiento y pagarlo a aun corto plazo de esta manera podrá reducir costos, cuyos beneficios contribuirán al desarrollo de la empresa generando utilidades para ellas misma.

Por otro lado, Perez (2017) En su investigación *“Caracterización De La Competitividad Y Rentabilidad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías De La Urbanización Chira Piura, Año 2016”*, estableció como objetivo general determinar las características de la competitividad de las MyPe, se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, aplicando la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos, se concluyó que en la competitividad las MyPe son de calidad de producto, tienen una buena imagen, buen servicio agradable y satisfactorio, son eficientes e innovadores para ofrecer el producto, además, tienen un alto nivel de

limpieza así como también la atención al cliente. Así mismo, la rentabilidad de estos restaurantes cevicherías es distinguida ya que cuentan con variedad de productos (platos de pescado y platos criollos) y también tienen un incremento de ingresos similar al del año anterior.

Seguidamente, Campos (2017) En su *investigación “La Gestión De Calidad Y El Financiamiento De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio - Rubro Pollerías De La Ciudad De Casa Grande, Año 2016”*, tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, la investigación fue de diseño no experimental, transversal, tipo descriptivo y nivel cuantitativo, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos, se concluyó que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la Ciudad de Casa Grande, año 2016, la mayoría son de género masculino y adultos que están entre los 31 a 50 años de edad, casados y con estudios secundarios, la mayoría tiene desempeñando de 4 años a más en el mercado y cuentan con 1 a 5 trabajadores. Las micro y pequeñas empresas no tienen idea sobre gestión de calidad, pero si investigan para solucionar las dificultades de su micro y pequeña empresa haciendo uso de sus experiencias. Además, con respecto al financiamiento la mayoría no acude a una línea de crédito porque no tienen idea sobre las ventajas que brinda.

Según, Alban (2017) En su *investigación “Caracterización De La Competitividad Y Marketing En Las MyPe Rubro Pollerías Del Distrito De Tambogrande - Piura, Año 2017”*, estableció como objetivo general determinar las características de la

Competitividad y Marketing en las MyPe rubro pollerías del distrito de Tambogrande - Piura, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y el diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Así mismo, se concluyó que las características que tienen la competitividad y marketing en las MyPe rubro pollerías del distrito de Tambogrande, Piura año 2017, es la calidad de producto brindado ya que llega a satisfacer las necesidades del comprador, renuevan en tecnología lo que las hace más competitivas, ofrecen un servicio eficiente, además se diferencian de la competencia en precio y calidad de producto, así como también el tener tiempos establecidos en la producción y entrega de sus productos lo que los hace competitivos y referente al marketing es mayormente publicidad a través de volantes, renunciando a las promociones, además las herramientas de marketing utilizadas en las MyPe bajo estudio son los precios bajos y ubicación cercana a la población.

Por consiguiente, Córdova (2017) En su *investigación “Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPe De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura, 2017”*, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MyPe de servicios rubro - Restaurantes en la Urb. Los Titanes - Piura, año 2017, en la metodología de la investigación su tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como recolección de datos. Finalmente las principales conclusiones, referente a la variable capacitación son las características de la capacitación informal, por la de inducción, seguidos de la capacitación de tipo especial de entrenamiento técnico,

capacitación de acuerdo a la necesidad de los trabajadores y en otros temas. Y de acuerdo a la competitividad, las estrategias más frecuentes son el liderazgo de costos identificándose en: la calidad del servicio, precios bajos, diferenciándose a través de la utilización adecuada de los productos, la seguridad de la infraestructura, contar con personal especializado, identificación de las necesidades, y proveedores que garantizan la calidad y sostenibilidad del aprovisionamiento de insumos. Además, la infraestructura es propia que les permite tener mejores costos y un buen manejo del control de proceso de los productos ante la buena accesibilidad a los diferentes locales.

Por otro lado, Araujo (2017) En su investigación *“Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPes En El Sector Servicio Rubro Hoteles En La Provincia De Leoncio Prado Período - 2017”*, el objetivo general es conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia de Leoncio Prado periodo - 2017. En la metodología de la investigación realizada se utilizó el diseño no experimental - descriptivo, nivel descriptivo, y tipo de investigación aplicada puesto que se determina porque los resultados logrados intentan aplicarse o utilizarse en forma inmediata para solucionar alguna situación confusa. Para el recojo de la información se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Las conclusiones más significativas de este estudio son que la mayoría de los MyPes con respecto a la gestión de calidad, la mayoría de las MyPes no efectúa capacitación a su personal para optimizar la calidad de atención al cliente, por lo tanto en la mayoría los servicios son deficientes y para mejorar la calidad del servicio, en su mayoría utilizan un plan de trabajo, también cuentan

con plan estratégico, además, muy pocos cuentan con documentos de estudios de mercados y no hacen uso de las redes sociales para promocionar el servicio que brindan.

Seguidamente, Sanchez (2017) En su investigación *“Caracterización De La Competitividad Y Calidad Del Servicio De Las MyPes Rubro Hoteles, Distrito Pariñas - Provincia Talara Año 2017”*, estableció como objetivo identificar las características que tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MyPes, rubro hoteles distrito Pariñas - Provincia Talara, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Así mismo, se concluyó que las MyPes su ventaja competitiva como principal factor son los recursos físicos dado a su localización cercana a la Refinería de Talara, además manejan una estrategia de enfoque orientándose hacia nichos de mercado como son los convenios que brindan servicios a la Refinería, lo que les permite tener precios altos con la alta responsabilidad de conservar un buen servicio y preocuparse por la continuidad de los convenios que en algunos casos consiguen ocupar todas las habitaciones de un hotel. Además, se estableció que el desempeño de los estándares derivados de las buenas prácticas de la gestión de servicio en cuanto calidad de servicio se encuentra en un nivel “Aceptable”, lo cual los pone en un compromiso grande de mejorar y adecuarse a dichos estándares si lo que se quiere es brindar un mejor servicio.

Por consiguiente, Ancajima (2017) En su investigación *“Caracterización De La Capacitación Y Financiamiento De Las MyPe Rubro Hoteles De Piura, Cercado Año 2017”*, estableció como objetivo determinar las características de la

capacitación y financiamiento en las MyPe hoteleras en Piura año 2017. La investigación fue de tipo descriptiva, el nivel de investigación es cuantitativo, el diseño fue no experimental y de corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos y se concluyó que el financiamiento es importante porque les permite disponer de capital de trabajo, operar efectivo para atender obligaciones, renovar la calidad del servicio y otorgar un valor agregado al servicio, también usan el tipo de financiamiento a largo plazo, además en la capacitación, el servicio es importante porque sobresale el buen servicio, progreso de la empresa que avala el crecimiento sostenible en las actitudes de los trabajadores hacia los huéspedes y los empleados son capacitados para mejorar en su rendimiento en la MyPe.

Por otro lado, De la Cruz (2016) En su investigación *“Caracterización De La Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, De La Av. Santa Adela, Del Distrito De Nuevo Imperial, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Período 2015”*, tuvo por objetivo determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. Santa Adela s/n, del distrito de Nuevo Imperial, 2015. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental/transversal, se utilizó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos, se concluyó que los gerentes tienen una edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo femenino y tienen grado de instrucción educación básica, tienen más de 6 años de permanencia en el mercado, y la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 5 a 7 trabajadores. Además, la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas conocen sus

fortalezas y debilidades entre sus competidores, para lograr destacar utilizando estrategias de marketing que lo diferencie de su competencia.

Seguidamente, Lupu (2016) En su *investigación “Caracterización Del Financiamiento Y Rentabilidad De MyPe Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito De Tumbes, 2016”*, Tiene por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016. La investigación fue de nivel cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Se concluyó que las MyPes antes de firmar un financiamiento es indispensable analizar y estudiar las condiciones predispuestas por el empresario, intereses aplicables, monto a financiar, cuánto se pagará, deberían ser objetivos fundamentales en el análisis del consumidor, el sector financiero gana más mientras más se endeudan los consumidores y la mayoría acceden a un financiamiento para mejorar el local, en préstamos bancario y/o financiero.

Según, Campos (2015) En su investigación *“Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías Del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015”*, estableció como objetivo determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MyPe rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos y se concluyó que si influye la gestión de calidad en la competitividad pero no hay interés por los propietarios ya que hoy en

día es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa y con respecto a la importancia de la competitividad de las MyPe de esta investigación presentan debilidades a la importancia de ajuste en los precios, la innovación, en las medidas estándar de calidad y en la satisfacción que exige el cliente, además, se evidencio que los elementos que interceden como la toma de decisiones, la estrategia de diferenciación y la adaptabilidad no van con el perfil que se exige en la competitividad de este rubro.

Por consiguiente, Coronado (2015) En su investigación *“Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las MyPe Del Sector Turismo - Rubro Cevicherías Del Distrito De Sullana, Año 2014”*, tuvo como como objetivo general determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MyPe antes mencionadas. La investigación fue de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo y diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta como recolección de datos. Se concluyó que las MyPe tienen conocimiento sobre cómo acceder al financiamiento formal, usan el financiamiento a mediano plazo. Asimismo se ha cotizado y recibido financiamiento en los dos últimos años. Por otro lado los empresarios no están de acuerdo con la tasa de interés pagada y el financiamiento recibido fue utilizado para capital de trabajo.

2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. COMPETITIVIDAD

2.2.1.1. DEFINICIÓN

Según Roldán (s.f) La competitividad es la capacidad de una persona o empresa para ampliar sus ventajas competitivas con relación a sus

competidores y lograr una posición destacada en el mercado. La competitividad habitualmente se basa en una ventaja competitiva, esto es, una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee.

Según, Pérez y Merino (2014) La competitividad significa “cualidad relativa a luchar para lograr un objetivo”. Además, se denomina competitividad a la facultad de competir, es decir, disputar el dominio de algo para quedarse con aquello que otros también intentan conseguir. Así mismo, entre los más importantes está el nivel salarios, precios de los insumos, la relación entre la calidad y el costo del producto.

Según, Rodríguez (2015) Cuando aludimos competitividad, nos estamos refiriendo a la mejora de la capacidad de competir para buscar un logro con fin determinado. Esta rivalidad, hablando de empresas, involucrará una competencia dentro de sectores o mercados determinados, ofreciendo o demandando algún(os) producto(s) o servicio(s). Así mismo, el concepto ha ido avanzando en el tiempo y en la actualidad está unido con la productividad, es decir, con la capacidad de las empresas, para beneficiar de la mejor manera posible los recursos que tienen para producir y ofrecer bienes o servicios en mejores condiciones de costo, calidad y precios de lo que otros podrían hacerlo.

2.2.1.2. PRECIOS COMPETITIVOS

Según, el sitio web Mercados.Lat (s.f) Los precios competitivos constituyen el precio de un producto o servicio según lo que está cobrando la competencia. Así mismo, este método de fijación de precios

se usa con continuidad en empresas que venden productos similares, ya que los servicios pueden variar. Este tipo de estrategia de fijación de precios habitualmente se usa cuando el precio de un producto o servicio ha alcanzado un nivel de equilibrio, que ocurre cuando un producto ha estado en el mercado por mucho tiempo y hay muchos productos sustitutos. Las empresas tienen tres opciones al establecer el precio de un bien o servicio, establecerlo debajo de la competencia, en la competencia y por encima de la competencia. A continuación veremos algunos indicadores que hacen que los precios sean competitivos en el mercado.

- **Facilidades de Pago:** Según, el sitio web DicLib.com (s.f) Son situaciones que se ofertan a un cliente o que éste demanda en relación con el pago de lo cual puede incluir, las garantías, intereses, fechas fijas de pago y cualquier otra condición.
- **Precios Bajos:** Según, Alpari (s.f) Significa la cantidad más baja que un bien determinado ha costado durante un período de tiempo especificado.
- **Incremento de Precios:** Según, Pérez y Gardey (2016) El concepto es frecuente en el terreno de la economía en relación a una subida de un valor, una cifra o un índice.
- **Economía del Cliente:** Según, el sitio web Significados (2017) La economía es una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios. Es decir, la economía significa regla y moderación de los gastos; ahorro, entre otros.

- Clientes Satisfechos: Según, Rpujols (2015) Un cliente está satisfecho cuando siente conformidad con el bien comprado o el servicio recibido. La posibilidad de que un cliente vuelva a consumir los productos o servicios de un determinado lugar, es conveniente al nivel de satisfacción que ha tenido.
- Promociones: Según, Deborah (2015) La promoción se hace referencia a todas las herramientas que maneja una empresa con el fin de llegar a su público de mercado, informarlo y persuadirlo con relación a su empresa, de acuerdo los productos que posee y las ofertas que tiene para ofrecer con el fin de incrementar las ventas de un producto o servicio, crear una imagen positiva o estimular a probar un nuevo producto.
- Descuentos: Según, Pérez y Gardey (2017) El término descuento manifiesta al acto y el resultado de descontar, es decir, reducir una cantidad. El descuento suele emplearse respecto al monto que se rebaja de un precio, una tarifa, una cuota o un salario. Así mismo, con el objetivo de atraer a más clientes, las empresas suelen realizar descuentos en determinados días, aplicarlos a ciertos productos o según la forma de pago.

2.2.1.3. SERVICIOS COMPETITIVOS

Según, Frigo (s.f) Una empresa de servicios competitiva es la que puede lograr y mantener una alta productividad contra su mejor competencia. Para mejorar su productividad una empresa puede tomar dos caminos: renovar sus técnicas indagando el liderazgo en costos en un mercado, o

indagar elementos diferenciadores con respecto a su competencia. En ambos casos la ventaja se logra a través de la mejora continua, la innovación y el cambio, y abarca la forma en la que se llevan a cabo todas las actividades de la empresa. A continuación veremos algunos servicios competitivos que toda empresa debe de emplear:

- **Compromiso:** Según, el sitio web Concepto.De (2018) El compromiso es la capacidad que tiene una persona para tomar consciencia de la calidad que consta en cumplir con algo acordado. Cuando alguien se compromete, significa que está tomando un cierto grado de responsabilidad sobre algo en específico.
- **Servicios Novedosos:** Según, el sitio web La Menorquina (s.f) A consecuencia de que los clientes, cada vez más, tienen interés en innovaciones ya sea por sus elaboraciones o por la experiencia que les puede aportar al acudir a él. A continuación, te damos algunas ideas de negocio innovadoras. Aplicaciones móviles, food trucks, servicio a domicilio, desayunos - brunchs y meriendas.
- **Innovación:** Según, Roldán (s.f) Es el desarrollo de nuevas ideas y la creación de nuevos productos y servicios que difunde las posibilidades de las empresas para atraer nuevos clientes y sostener un desarrollo en el futuro.
- **Capacitaciones:** Según, Avendaño (2015) La capacitación es una inversión a mediano o largo plazo para las empresas, pues es un proceso que demanda de tiempo y es un factor muy importante que motiva y retiene al empleado. Los objetivos de la capacitación es

mejorar sus aptitudes, actitudes, conocimientos, habilidades o conductas de su personal.

- **Adaptación a los Cambios:** Según, el sitio web Cicap.Ucr (2017) El cambio dentro de las organizaciones es uno de los métodos que se da con más continuidad, sin embargo, la manera de provenir establecerá en gran compostura cómo los colaboradores asuman estas novedades. Las reacciones pueden ser desde generar resistencia e involucrarse y ser parte del cambio.
- **Eficiencia:** Según, Roldán (s.f) Cuando el mercado laboral es eficiente tanto las empresas como los trabajadores se favorecen. Las empresas descubren las habilidades que necesitan para ampliar su negocio mientras que los trabajadores reciben un salario que les consiente su desarrollo.
- **Calidad de Servicio al Cliente:** Según, Da Silva (2018) La calidad en el servicio al cliente es esencial para avalar la rentabilidad y el éxito de cualquier empresa. La atención al cliente es el servicio que una empresa ofrece al momento de venderle un producto o servicio, atender sus inquietudes, reclamos o pedidos y de venderle un producto o servicio.

2.2.1.4. TEORÍA DE LA COMPETITIVIDAD

Según, Riquelme (2017) La teoría de la ventaja competitiva, se lleva a cabo a través de estrategias competitivas que cedan tomar acciones ofensivas para aplicar a otras empresas del mismo rubro y obtener una posición beneficiosa en el mercado. Tiene como propósito ayudar a la

empresa a desafiar a la competencia y alcanzar el éxito. Así mismo, Michael Porter señala la ventaja competitiva como el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios bajos referente a la competencia o por la diferenciación de productos.

Según, Salazar (2018) La teoría de la ventaja comparativa es desarrollada por el economista David Ricardo a inicios del siglo XIX quien crítica y mejora los planes de Adam Smith con su teoría de la ventaja absoluta. La teoría de las ventajas comparativas expone que para que un país exporte un bien o servicio debe tener ventaja comparativa en la fabricación del bien o servicio; es decir un país exporta el bien el cual produce a un costo relativo menor en comparación a los otros países, para David Ricardo lo necesario en el comercio internacional no son los costos absolutos de producción en dicho país, sino los costos relativos. En la teoría de la ventaja comparativa se toma el número de horas hombre para producir un bien, más el costo de oportunidad.

2.2.2. FINANCIAMIENTO

2.2.2.1. DEFINICIÓN

Según, el sitio web DeSignificados (s.f) El financiamiento es una forma de anulación de una deuda contraída como contraprestación de un monto admitido por adelantado. Además se puede definir como una forma de pago retrasada en el tiempo como un adelanto en dinero, habiendo el costo de ambas formas el interés. Si bien el financiamiento está relacionado siempre con dinero en momentos se puede hacer efectivo

mediante un producto que se recibe en un tiempo dado y se paga de forma prorrogada.

Según, el sitio web Tiposde.org (2017) El financiamiento es el hecho mediante el cual una empresa se otorga de dinero. La adquisición de bienes o servicios es primordial a la hora de iniciar una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso inevitable a la hora de pensar un emprendimiento de cualquier tipo. Además se debe de dar más financiación una vez que la empresa ya está en actividad si esta quiere expandirse. El tipo de financiación a escoger variará al proyecto de que se quiere tratar, entre otros factores.

Según, el sitio web Significados (2016) Se conoce como financiamiento al mecanismo del cual se contribuye dinero o se otorga un crédito a una persona, empresa para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad, o efectúe sus obligaciones con sus proveedores. El financiamiento es un factor importante para el progreso de la economía, ya que consiente que las empresas logren acceder a los recursos para llevar a cabo sus actividades, planear su futuro.

2.2.2.2. TIPOS DE FINANCIAMIENTO

Estos son algunos tipos de financiamiento de la cual son los siguientes:

- Bancario: Según, Hector (2017) Es un tipo de financiamiento a base de un crédito determinado que se logra mediante negociación y acuerdo tácito con los bancos de lo cual ofrece al cliente una serie

de paquetes el cual selecciona el que se ajuste a las necesidades y medios de pago con las tasas de interés de deuda que se brindan.

- No Bancario: Según, Lopez (s.f) Entidad que brinda servicios financieros pero que no tiene la ficha bancaria que le accedería, el poder captar fondos reembolsables del público, es decir, sería un sinónimo de Establecimiento financiero de crédito o de Entidad de financiación especializada.
- Ahorros Personales: Según, Hector (2017) Es una forma de autofinanciamiento que se concede la propia persona que requiere dinero mediante una cuenta de ahorro que esta tiene.
- Pagaré: Según, Hector (2017) Es un tipo de deuda que se obtiene mediante un convenio en forma escrita en el que se pacta la obligación por parte del contrayente de la deuda a liquidar dicha deuda en un plazo terminante previo acuerdo, dicho documento ya está debe de estar elaborado.
- Crédito Hipotecario: Según, Pérez (2017) Es aquel que otorga un banco para la adquisición de una vivienda o de un terreno, quedándose la institución con el derecho de imponer la venta de la propiedad para liquidar la deuda en caso no cumpla con lo acordado.
- Línea de Crédito: Según, Hector (2017) Tiene trato con la cantidad de efectivo que la persona puede retirar conforme a la disposición negociada, mismo beneficio que logrará disfrutar durante el tiempo que se haya establecido en la negociación.

- Préstamos Amigos y Parientes: Según, Hector (2017) Este tipo de financiamiento genera mediante sus familiares o amigos, quienes habitualmente requieren un pago de interés muy bajo o incluso sin contener en el total de la deuda.
- Créditos Comerciales: Según, Hector (2017) En el proceso de financiamiento entra en juego el valor que tiene una empresa definitiva en una cuenta, que se coloca como garantía y así se puede apresurar el préstamo. Esto se hace con el propósito de introducir capital a la empresa para restablecer las operaciones de la misma y conseguir mejores utilidades.

2.2.2.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Según López (s.f) Las fuentes de financiación de la empresa son las vías que se utilizan para alcanzar los recursos financieros precisos que contribuyan su actividad. Al momento de hablar de fuentes de financiación internas y externas encontraremos la siguiente clasificación: Fuentes de financiación internas:

- Beneficios no Distribuidos: son aquellos que pueden dedicarse a la ampliación del capital.
- Provisiones: son aquellos que pueden cubrir a la empresa ante posibles pérdidas a futuro.
- Amortizaciones: Son fondos que se utilizan para evitar que la empresa quede descapitalizada debido al envejecimiento y pérdida de valor de sus activos.

Fuentes de financiamiento externas:

- Aportaciones de Socios: son aquellas aportación que da el socio a la empresa para que el empresario la pueda invertir en lo que sea necesario para satisfacer al cliente.
- Leasing: Es el contrato por el cual una empresa concede a otra el uso de un bien a cambio del pago de unas cuotas de alquiler durante un determinado tiempo.
- Descuento Comercial: Se acceden los haberes de cobro de las deudas a una entidad financiera, que anticipará su importe restando comisiones e intereses.
- Crowdfunding: También se le llama micromecenazgo, consiste en financiar un propósito a través de donaciones colectivas.

2.2.2.4. TEORÍA DEL FINANCIAMIENTO

Según, Turmero (s.f) El teorema Modigliani-Miller (llamado así por Franco Modigliani y Merton Miller) es parte principal del pensamiento académico actual sobre la estructura de capital de la organización. El teorema afirma que el valor de la empresa no se ve afectado en cómo es financiada. Oponiéndose al punto de vista tradicional, el teorema instituye que es indiferente que la organización logre el capital preciso para su trabajo concurriendo a sus accionistas o emitiendo deuda.

2.2.3. MYPES

El Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre

sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” ¿Qué cambios nos trae esta Ley a las micro y pequeños empresas?

Según el Artículo 10. *Modificación de la denominación del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, aprobado por Decreto Supremo 007- 2008-TR:* Cambiase la designación "Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MyPe", aprobado mediante Decreto Supremo 007-2008-TR, por el: "Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial".

Según el Artículo 11. *Modificación de los artículos 1, 5, 14 y 42 del Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial:* Cambiase los artículos 1, 5, 14 y 42 del Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, en los siguientes términos:

- Artículo 1. *Objeto de Ley*: La actual ley tiene por objeto fundar el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), instituyendo estrategias de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; estimulando la inversión privada, la fabricación, el paso a mercados internos y externos y otras políticas que promuevan el emprendimiento y admitan la mejora de la organización empresarial junto con el desarrollo sostenido de estas mecanismos económicos.
- Artículo 5. *Características de las micro, pequeñas y medianas empresas*: Las micro, pequeñas y medianas empresas deben situar en cualquiera de las siguientes categorías empresariales, determinadas en función de sus niveles de ventas anuales:
 - Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
 - Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
 - Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.
- Artículo 14. *Promoción de la iniciativa privada*: El Estado apoya e estimula la decisión privada que establece gestiones de capacitación y asistencia técnica de las micro, pequeñas y

medianas empresas. El reglamento de la actual Ley funda las medidas promovedores en favor de las instituciones privadas que ofrezcan capacitación, asistencia técnica, servicios de investigación, asesoría y consultoría, entre otros, a las micro, pequeñas y medianas empresas. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), en coordinación con el Ministerio de la Producción (PRODUCE) y el sector privado, asemeja las insuficiencias de capacitación laboral de las micro, pequeña y mediana empresa, las que son ocultas mediante programas de capacitación a subastar a las instituciones de formación pública o privada. Los programas de capacitación deben estar fundamentados en la regulación de las funciones laborales desarrolladas por el MTPE, en coordinación con el PRODUCE. Mediante decreto supremo, refrendado por el Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo y el Ministro de la Producción, se crean los criterios de selección de las instituciones de formación y los ordenamientos de normalidad de funciones laborales y de certificación de los trabajadores. El MTPE coordina con el MINEDU para el reconocimiento de las entidades especialistas en formación y capacitación laboral como entidades educativas.

- Artículo 42. *Naturaleza y permanencia en el Régimen Laboral Especial.* El actual Régimen Laboral Especial es de

entorno permanente y solamente aplicable a las micro y pequeña empresa. La microempresa que durante dos (2) años calendario consecutivos supere el nivel de ventas señalado en la actual Ley, logrará conservar un (1) año calendario adicional el mismo régimen laboral. En el caso de las pequeñas empresas, de superar dos (2) años consecutivos el nivel de ventas determinado en la actual Ley, podrán conservar tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral. Luego de este período, la empresa pasará definitivo al régimen laboral que le corresponda.”

2.2.4. RESTAURANTES

2.2.4.1. DEFINICIÓN

Según, Pérez y Merino (2016) El término francés restaurant alcanzó a nuestro idioma como restorán o restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en la empresa, de lo cual debe ser pagado por el cliente. En la actualidad hay una gran cantidad de restaurantes diferentes, que brindan diferentes servicios y especialidades. De acuerdo al tipo de cocina que sirven, puede hablarse de restaurantes chinos, restaurantes italianos, restaurantes mexicanos, etc.

2.2.4.2. TIPOS DE RESTAURANTES

Según, Rodríguez (s.f) La lista de tipos de restaurantes son los siguientes:

- Tipos de Restaurantes Fast Food: Los McDonald's, Starbucks, Burger King y compañía son los que dan forma al tipo de restaurante "Fast Food".

- Tipos de Restaurantes Fast Casual: Este tipo de restaurantes al igual que los Fast Food no tiene servicio de mesa y en la mayoría no colocan cubiertos. Algunas grandes cadenas de restaurantes que están compitiendo por este tipo son: The Good Burger (TGB), Panera, VipSmart, etc.
- Tipos de Restaurantes Buffet: Surgió a mediados de los años 70 en los hoteles como un modo rápido y sencillo de servir a grandes grupos de personas.
- Tipos de Restaurantes Temáticos: Para este tipo de restaurantes la decoración es su principal herramienta de ventas la cual gira en torno a un tema determinado.
- Tipos de Restaurantes Take Away o para Llevar: la única comida para llevar que existía eran las pizzas, la comida china o los habituales pollos.
- Tipos de Restaurantes de Autor: Son aquellos restaurantes en los que el Chef es capacitado de expresar su propio modo a través de su cocina.
- Tipos de Restaurantes Fusión: Este tipo es combinar ingredientes de distintas regiones, métodos de otras culturas y utilizar la creatividad para que los platos resuman dos o más estilos culinarios y sorprender a sus clientes.
- Tipos de Restaurantes Alta Cocina (Gourmet): En este tipo se ve la decoración, la ambientación, el servicio, las bebidas y la comida se escogen muy cuidadosamente. La cocina está formada por un

equipo de cocineros profesionales, dirigidos por un Chef Ejecutivo y con respecto al servicio es brindado por expertos y profesionales, dirigidos por un Maitre.

2.2.4.3. CLASIFICACIÓN SEGÚN LA CATEGORÍA

Según, Pérez y Merino (2016) De igual manera que ocurre con los hoteles y sus “estrellas”, los tenedores son los símbolos que se utilizan para clasificar a los restaurantes:

- De 5 tenedores, estos son los restaurantes de lujo: Cuentan con servicio personalizado y atento, comedor con decoración y ambiente elegante, amplia carta con productos de alta calidad, profesionales uniformados de manera impecable.
- De 4 tenedores, que son los de primera clase: Se diferencia de los demás por su carta que es más limitada como por las diversidades de periodos de servicio que contienen.
- De 3 tenedores, que son los restaurantes de segunda clase: Suelen ser de tipo turístico y son de capacidad más exclusiva en cuanto a espacio se refiere. No tienen más de seis periodos de (entremeses, sopas y cremas, verduras-huevos-pasta, pescado, carnes y postres).
- De 2 tenedores, también llamados de tercera clase: Tienen mobiliario y decoración sencilla, como también el uniforme de los trabajadores.
- De 1 tenedor, también llamados de cuarta clase: Los restaurantes encuadrados en esta categoría detallan una carta sencilla y se

asemejan por tener lo que son platos en tres periodos: sopas, guisados o especialidades y postres de la casa o fruta.

III. HIPÓTESIS

Dicho por Fidiás (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue de tipo DESCRIPTIVA, su propósito es describir realidades, hechos fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel CUANTITATIVO, por que confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal, 2010).

4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de diseño NO EXPERIMENTAL dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte Transversal.

Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes del sector servicio del rubro restaurantes.

O = Observación de las variables: Competitividad y Financiamiento.

M → O

4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.4.1. POBLACIÓN

P1: La población para la variable, Competitividad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes del sector

servicio del rubro restaurantes, diez (10) MyPes dedicadas al sector servicio del rubro restaurantes.

P2: La población para la variable, Financiamiento se considera finita, la misma que está conformada por los propietarios del sector servicio del rubro restaurantes, diez (10) MyPes dedicadas al sector servicio del rubro restaurantes.

Cuadro 1: POBLACIÓN

Ord.	Razón Social	Propietarios
1	Rest. “Las Delicias”	1
2	Rest. “Mac Donald”	1
3	Rest. “Sabor Norteño”	1
4	Rest.” Piscis”	1
5	Rest. “Anghelo”	1
6	Rest. “Gran Combinado”	1
7	Rest. “El Viejo tenedor de Oro”	1
8	Rest. “Chifa El Viejo Goda”	1
9	Rest. “El maná”	1
10	Rest. “El sí Señor”	1

Fuente: Elaboración Propia.

4.4.2. MUESTRA

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010), dicen que cuando las poblaciones de las variables Competitividad y Financiamiento, infinita y finita respectivamente, por tanto, para determinar la muestra de la variable Competitividad, se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z = 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P)

q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

Según Hernández considera que de acuerdo al instrumento la muestra asciende a 68 clientes quienes serán encuestados para la variable Competitividad de investigación.

4.5. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

Cuadro 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
COMPETITIVIDAD	Según Roldan (s.f). La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con relación a sus competidores y lograr una perspectiva destacable en el mercado.	Se pretenderá determinar, describir las características de la Competitividad de las MyPes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Precios Competitivos	Facilidades de pago	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	Nominal
				Precios bajos	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	Nominal
				Incremento de precios	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	Nominal
				Economía del cliente	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	Nominal
				Precios competitivos	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	Nominal
				Cientes satisfechos	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	Nominal
				Promociones	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	Nominal
				Descuentos	¿La empresa le ofrece descuentos?	Nominal
			Servicios Competitivos	Compromiso	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	Nominal
				Servicios novedosos	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	Nominal
				Innovación	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	Nominal
				Capacitaciones	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	Nominal
				Servicio competitivo	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	Nominal
				Adaptación a cambios	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	Nominal
				Eficiencia	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	Nominal
Calidad de servicio al cliente	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	Nominal				

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
FINANCIAMIENTO	Según, el sitio web Significados (2016). Se conoce como financiamiento o financiación el componente por medio del cual se paga dinero o se otorga un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un propósito.	Se pretenderá determinar, describir las características del Financiamiento de las MyPes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Tipos de Financiamiento	Bancario	¿Utilizó financiamiento bancario?	Nominal
				No bancario	¿Utilizó financiamiento no bancario?	Nominal
				Ahorro personal	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	Nominal
				Pagaré	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	Nominal
				Crédito hipotecario	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	Nominal
				Línea de crédito	¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?	Nominal
				Préstamos amigos y parientes	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	Nominal
				Crédito comercial	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	Nominal
			Fuentes de Financiamiento	Beneficios de ingresos	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	Nominal
				Provisiones	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	Nominal
				Amortización de la depreciación	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	Nominal
				Aportaciones de socios	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	Nominal
				Leasing	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	Nominal
				Descuento comercial	¿Usted tiene descuentos comerciales?	Nominal
				Crowdfunding	¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	Nominal
Inversiones	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	Nominal				

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1. TÉCNICAS:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) Se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes y propietarios de los diez (10) MyPes del rubro restaurantes del distrito de Tumbes, 2018.

Cuestionarios: Se hizo uso de un cuestionario para los diferentes clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas de restaurantes con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar nuestro trabajo de investigación acerca de la Competitividad y Financiamiento.

Observación Directa: Se hizo uso de las diferentes guías, en la cual nos permitió conocer las diferentes opiniones acerca de la Competitividad y Financiamiento del rubro estudiado, y a la vez poder identificar cual es el problema que atraviesan estas empresas en nuestra investigación que vamos a realizar.

4.6.2. INSTRUMENTOS:

Para García (2002) El cuestionario viene a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

Encuestas: Se realizó una encuesta a los propietarios y a los clientes con el objetivo de poder recaudar las diferentes opiniones acerca de los restaurantes, que nos puedan brindar sus conocimientos en

relación a la Competitividad y Financiamiento que tienen las empresas.

4.7. PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables Competitividad y Financiamiento, como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE COMPETITIVIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO TUMBES, 2018

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS Y PROCESAMIENTO
<p>¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. • Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. • Conocer los Tipos de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. • Determinar las Fuentes de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. 	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	<p>Variable 01: Competitividad.</p> <p>Variable 02: Financiamiento.</p>	<p>Tipo: Descriptiva.</p> <p>Nivel: Cuantitativo.</p> <p>Diseño: No Experimental de corte transversal.</p>	<p>Población: P1: La población para la variable Competitividad se considera infinita. P2: La población para la variable Financiamiento se considera finita.</p> <p>Muestra: Para el estudio se tomará la muestra resultante de 68 clientes y 10 propietarios.</p>	<p>Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.</p>

4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la verdad: Forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- Coherencia: Relación de una cosa con otras.
- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Según el Objetivo Específico 01

Tabla 1: ¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	48	70.59%
No	20	29.41%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 2: ¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	41	60.29%
No	27	39.71%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 3: ¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	38	55.88%
No	30	44.12%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 4: ¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	45	66.18%
No	23	33.82%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 5: ¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	43	63.24%
No	25	36.76%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 6: ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	47	69.12%
No	21	30.88%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 7: ¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	41	60.29%
No	27	39.71%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 8: ¿La empresa le ofrece descuentos?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	56	82.35%
No	12	17.65%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Según el Objetivo Específico 02

Tabla 9: ¿Es importante el compromiso de los trabajadores?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	51	75.00%
No	17	25.00%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 10: ¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	55	80.88%
No	13	19.12%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 11: ¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	38	55.88%
No	30	44.12%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 12: ¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	40	58.82%
No	28	41.18%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 13: ¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	41	60.29%
No	27	39.71%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 14: ¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	39	57.35%
No	29	42.65%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 15: ¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	41	60.29%
No	27	39.71%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 16: ¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	45	66.18%
No	23	33.82%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Según el Objetivo Específico 03

Tabla 17: ¿Utilizó financiamiento bancario?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 18: ¿Utilizó financiamiento no bancario?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 19: ¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	6	60.00%
No	4	40.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 20: ¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 21: ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	0	0.00%
No	10	100.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 22: ¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	2	20.00%
No	8	80.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 23: ¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 24: ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	9	90.00%
No	1	10.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Según el Objetivo Específico 04

Tabla 25: ¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 26: ¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 27: ¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	1	10.00%
No	9	90.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 28: ¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 29: ¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 30: ¿Usted tiene descuentos comerciales?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	1	10.00%
No	9	90.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 31: ¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	1	10.00%
No	9	90.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

Tabla 32: ¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios del rubro restaurantes, sector servicio en el distrito de Tumbes.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según el Objetivo Específico 01

En la Tabla 01 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 70.59% (48 clientes encuestados) consideran que la empresa brinda facilidades de pago y el 29.41% (20 clientes encuestados) consideran que la empresa no brinda facilidades de pago. Se contrasta según (Cordova, 2017) identificó que los métodos de costos y el proceso de infraestructura accede a contar con buenos ambientes generando más competitividad en el mercado.

En la Tabla 02 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 60.29% (41 clientes encuestados) consideran que al disminuir los precios la empresa aumentaría su competencia y el 39.71% (27 clientes encuestados) consideran que la empresa no aumentaría su competencia al disminuir los precios. Se contrasta según (Córdova, 2017) identificó que la estrategia que tienen en cuenta es la de liderazgo de costos identificando, la calidad de servicio, los precios bajos e identifican la necesidades que tiene el cliente que les permite mejores costos.

En la Tabla 03 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 55.88% (38 clientes encuestados) consideran que al incrementar los precios afectaría a la empresa y el 44.12% (30 clientes encuestados) consideran que al incrementar los precios no afectaría

a la empresa. Se contrasta según (Sanchez, 2017) identificó que cuentan con buena localización lo que les cede tener precios altos con alta responsabilidad de conservar el buen servicio que ofrece.

En la Tabla 04 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 66.18% (45 clientes encuestados) consideran que la economía está al alcance para adquirir un producto y/o servicio y el 33.82% (23 clientes encuestados) consideran que no tienen suficiente economía para adquirir un producto y/o servicio. Se contrasta según (Perez, 2015) identificó que el producto es de calidad, tienen una buena imagen y brindan un servicio agradable y satisfactorio.

En la Tabla 05 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 63.24% (43 clientes encuestados) consideran que la empresa tiene precios competitivos y el 36.76% (25 clientes encuestados) consideran que la empresa no tiene precios competitivos. Se contrasta según (Correa, 2018) identificó que la mayoría de las MyPes cuentan con ventajas competitivas las cuales son buena ubicación, precios diferenciados y cuentan con un valor agregado que atraen al cliente al producto que se ofrece en el mercado.

En la Tabla 06 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 69.12% (47 clientes encuestados) consideran que se sienten satisfechos con el servicio brindado y el 30.88% (21 clientes

encuestados) consideran que no se sienten satisfechos con el servicio brindado. Se contrasta según (Alban, 2017) identificó que la calidad del producto brindado llega a satisfacer las necesidades que tiene el cliente. A ello se agrega la calidad del producto y el precio.

En la Tabla 07 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 60.29% (41 clientes encuestados) consideran que las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas y el 39.71% (27 clientes encuestados) consideran las promociones que brinda la empresa no están bien diversificadas. Se contrasta según (Alban, 2017) identificó que mayormente se da publicidad mediante volante renunciando las promociones.

En la Tabla 08 se aprecia que la dimensión de Precios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 82.35% (56 clientes encuestados) consideran que la empresa si le ofrece descuentos y el 17.65% (12 clientes encuestados) consideran la empresa no le ofrece descuentos. Se contrasta según (Campos, 2015) identificó que las MyPes presentan debilidades de ajuste en los precios, además en las medidas estándar de calidad y en la satisfacción que exige el cliente.

Según el Objetivo Específico 02

En la Tabla 09 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 75% (51 clientes encuestados) consideran que

el compromiso de los trabajadores es importante y el 25% (17 clientes encuestados) consideran no es importante el compromiso de los trabajadores. Se contrasta según (Correa, 2018) identificó que toma en cuenta los métodos de trabajo en capacitaciones que tienen relación con los objetivos y/o metas de la MyPe.

En la Tabla 10 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 80.88% (55 clientes encuestados) consideran que la empresa tiene servicios novedoso y el 19.12% (13 clientes encuestados) consideran que la empresa no cuenta con servicios novedosos. Se contrasta según (Dela Cruz, 2016) identificó que la mayoría de las micro y pequeñas empresas conocen sus fortalezas y debilidades entre su competencia.

En la Tabla 11 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 55.88% (38 clientes encuestados) consideran que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado y el 44.12% (30 clientes encuestados) consideran que la empresa no necesita innovarse para mantenerse en el mercado. Se contrasta según (Cordova, 2018) identificó que se establecen factores de innovación y de calidad que ayuden a ofrecer la variedad del producto al cliente de buena calidad.

En la Tabla 12 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 58.82% (40 clientes encuestados) consideran

que la empresa capacita a sus trabajadores y el 41.18% (28 clientes encuestados) consideran que la empresa no capacita a sus trabajadores. Se contrasta según (Cordova, 2018) identificó que se emplean capacitaciones con las siguientes técnicas, la técnica de proceso para fortalecer el cambio de actitudes del personal, así como también la técnica mixta para mejorar las tareas y la técnica de inducción para los nuevos trabajadores.

En la Tabla 13 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 60.29% (41 clientes encuestados) consideran que el servicio que brinda la empresa es competitivo a diferencia de su competencia y el 39.71% (27 clientes encuestados) consideran que el servicio que brinda la empresa no es competitivo a diferencia de su competencia. Se contrasta según (De la Cruz, 2016) identificó que para lograr destacar en el mercado utilizando estrategias de marketing que lo diferencia de su competencia.

En la Tabla 14 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 57.35% (39 clientes encuestados) consideran que la empresa si se adapta a los cambios del mercado y el 42.65% (29 clientes encuestados) consideran que la empresa no se adapta a los cambios del mercado. Se contrasta según (Araujo, 2017) identificó que las MyPes no efectúan capacitaciones a su personal para optimizar la calidad de servicio y para mejorar la calidad de servicio en su mayoría cuentan con un plan

estratégico y muy pocos tienen estudio de mercado que ayude a la empresa a sobresalir en el mercado a pesar de los cambios que pueden ocurrir.

En la Tabla 15 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 60.29% (41 clientes encuestados) consideran que los trabajadores son eficientes y el 39.71% (27 clientes encuestados) consideran que los trabajadores no son eficientes. Se contrasta según (Córdova, 2017) identificó que se brindan diferentes capacitaciones de las cuales son la capacitación de inducción, la capacitación de acuerdo a las necesidades del trabajador, entre otras. Que ayudan a ser más eficientes en su trabajo.

En la Tabla 16 se aprecia que la dimensión de Servicios Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 66.18% (45 clientes encuestados) consideran que la calidad de servicio que brinda la empresa es aceptable y el 33.82% (23 clientes encuestados) consideran que la calidad de servicio que brinda la empresa no es aceptable. Se contrasta según (Sanchez, 2017) identificó que en cuanto a la calidad de servicio se encuentra en un nivel aceptable, lo cual es un compromiso grande para ir mejorando si es que se quiere brindar un mejor servicio.

Según el Objetivo Específico 03

En la Tabla 17 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 80% (8 propietarios encuestados)

consideran que utilizaron el financiamiento bancario y el 20% (2 propietarios encuestados) consideran que no utilizaron el financiamiento bancario. Se contrasta según (Ramirez, 2018) identificó que Todo financiamiento es recomendable y más aún si las empresas lo obtienen a través de un sistema bancario donde le ofrecen menos interés por el financiamiento y pagarlo a un corto plazo de esta manera podrá reducir costos.

En la Tabla 18 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 70% (7 propietarios encuestados) consideran que utilizaron el financiamiento no bancario y el 30% (3 propietarios encuestados) consideran que no utilizaron el financiamiento no bancario. Se contrasta según (Lupu, 2016) identificó que el financiamiento en préstamos bancarios y/o financiero son para el mejoramiento del local.

En la Tabla 19 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 60% (6 propietarios encuestados) consideran que invirtieron sus ahorros para mejorar la empresa y el 40% (4 propietarios encuestados) consideran que no invirtieron sus ahorros para mejorar la empresa. Se contrasta según (Barrientos, 2018) identificó que los propietarios han comenzado sus movimientos financieros con capital propio a corto plazo con tasas bajas de interés.

En la Tabla 20 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10

Propietarios), manifiestan que, el 100% (10 propietarios encuestados) consideran que la empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores. Se contrasta según (Coronado, 2015) identificó que los empresarios utilizan el financiamiento recibido para capital de trabajo.

En la Tabla 21 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 100% (10 propietarios encuestados) consideran que no han recurrido a los créditos hipotecarios. Se contrasta según (Ancajima, 2017) identificó que el financiamiento es importante porque otorga un valor agregado al servicio de lo cual el financiamiento que utilizan es a largo plazo.

En la Tabla 22 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 20% (2 propietarios encuestados) consideran que tienen línea de créditos en las entidades bancarias y el 80% (8 propietarios encuestados) consideran que no tienen línea de créditos en las entidades bancarias. Se contrasta según (Campos, 2017) identificó que la mayoría de los propietarios no acuden a una línea de crédito porque no tienen idea sobre las ventajas que brinda.

En la Tabla 23 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 70% (7 propietarios encuestados) consideran que los amigos y/o familiares le dieron las facilidades para que les otorguen un préstamo y el 30% (3 propietarios encuestados) consideran

que los amigos y/o familiares no le dieron las facilidades para que les otorguen un préstamo. Se contrasta según (Barrientos, 2018) identificó que los propietarios han comenzado sus movimientos financieros a corto plazo con tasas bajas de interés.

En la Tabla 24 se aprecia que la dimensión de Tipos de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 90% (9 propietarios encuestados) consideran que han recurrido a los créditos comerciales y el 10% (1 propietario encuestado) considera que no ha recurrido a los créditos comerciales. Se contrasta según (Coronado, 2015) identificó que los empresarios no están de acuerdo con la tasa de interés pagada.

Según el Objetivo Específico 04

En la Tabla 25 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 100% (10 propietarios encuestados) consideran que la empresa se beneficia con otros ingresos. Se contrasta según (Ramirez, 2018) identificó que la mayoría de las empresas requieren financiamiento de la cuales obtienen beneficios que contribuirán al desarrollo de la empresa generando utilidades para ellas misma.

En la Tabla 26 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 100% (10 propietarios encuestados) consideran que la empresa tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas a futuro. Se contrasta según (Campos, 2015) identificó que no hay interés por

parte de los propietarios en gestión de calidad pero si influye, ya que hoy en día es una estrategia dirigida al éxito de la empresa.

En la Tabla 27 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 10% (1 propietario encuestado) considera que los activos que pierden valor siguen satisfaciendo al cliente y el 90% (9 propietarios encuestados) consideran que los activos que pierden valor no logran satisfacer al cliente. Se contrasta según (Lupu, 2016) identificó que se ve el monto a financiar y cuanto se pagara en los objetivos fundamentales en el análisis del consumidor.

En la Tabla 28 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 70% (7 propietarios encuestados) consideran que la empresa cuenta con aportaciones de socios y el 30% (3 propietarios encuestados) consideran que no cuentan con aportaciones de socios. Se contrasta según (Lupu, 2016) identificó que antes de firmar un financiamiento es indispensable analizar y estudiar las condiciones predispuestas por el propietario.

En la Tabla 29 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 80% (8 propietarios encuestados) consideran que pueden arrendar o alquilar un bien mediante leasing y el 20% (2 propietarios encuestados) consideran que no pueden arrendar o alquilar un bien mediante leasing. Se contrasta según (Córdova, 2017)

identificó que la infraestructura es propia que les permite tener mejores costos y tener buen manejo del control de los productos.

En la Tabla 30 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 10% (1 propietario encuestado) considera que tiene descuentos comerciales y el 90% (9 propietarios encuestados) consideran que no tienen descuentos comerciales. Se contrasta según (Barrientos, 2018) identificó que el nivel de atención es alto que busca satisfacer al cliente, inclusive identifican previamente las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

En la Tabla 31 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 10% (1 propietario encuestado) considera que ha recurrido al crowdfunding (donaciones) y el 90% (9 propietarios encuestados) consideran que no han recurrido al crowdfunding. Se contrasta según (Campos, 2015) identificó que se evidenció que los elementos de la toma de decisiones, la estrategia de diferenciación y la adaptabilidad no tiene un perfil que exige el mercado en competitividad.

En la Tabla 32 se aprecia que la dimensión de Fuentes de Financiamiento en relación a la variable Financiamiento del total de encuestados 100% (10 Propietarios), manifiestan que, el 100% (10 propietarios encuestados) consideran que la empresa cuentan con financiamiento a futuro para invertir. Se contrasta según (Ancajima, 2017) identificó que el financiamiento es

importante porque permite disponer de capital de trabajo para atender obligación y renovar la calidad del servicio.

VI. CONCLUSIONES

- Se concluyó, según el Objetivo Específico 01, que la dimensión de Precios Competitivos las empresas brindan facilidades de pago al cliente, así mismo al disminuir el precio la empresa aumentaría su competencia en el mercado pero afectaría a la misma pero gracias a ello el cliente puede adquirir el producto y/o servicio lo cual lo hace competente en el mercado, además los clientes se sienten satisfecho con el servicio brindado, las promociones y los descuentos que ofrece la MyPe a los clientes.
- Se concluyó, según el Objetivo Específico 02, que la dimensión de Servicios Competitivos; el compromiso de los trabajadores es importante, además que la empresa debe de contar con servicios novedosos y de innovar para mantenerse en el mercado, así mismo se capacita a los trabajadores para que el servicio sea competitivo a diferencia de su competencia para que así se pueda adaptar a los cambios del mercado, finalmente los trabajadores son eficientes y es aceptable con el servicio que brinda a los clientes.
- Se concluyó, según el Objetivo Específico 03, que la dimensión de Tipos de Financiamiento, los propietarios utilizaron el financiamiento bancario y no bancario, además invirtieron sus ahorros para mejorar la empresa y cumplen con el pagaré a sus trabajadores, así mismo no recurren a créditos hipotecarios y no tienen una línea de créditos en las entidades bancarias para poder financiar en la MyPe en lo que crea conveniente, así mismo los amigos y/o familiares les dieron facilidades para que les otorguen un préstamo y además de ello recurren a los créditos comerciales.

- Se concluyó, según el Objetivo Específico 04, que la dimensión de Fuentes de Financiamiento, los empresarios manifestaron que la empresa si se beneficia con los ingresos que se obtienen, así mismo tienen provisiones para cubrir posibles pérdidas a futuro, y consideran que los activos que pierden valor no logran satisfacer al cliente, además cuentan con aportaciones de socios, por lo tanto, consideran que pueden arrendar o alquilar un bien recibido en leasing, y no tienen descuentos comerciales, y finalmente no recurren al Crowdfunding ya que la empresa cuenta con financiamiento a futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBAN, PANTA, Velissa Denith Stephany (2017) “*Caracterización De La Competitividad Y Marketing En Las MyPe Rubro Pollerías Del Distrito De Tambogrande – Piura, Año 2017*”. (Pág. 119), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

ALBURQUEQUE, Víctor (2016) “*Gastos por consumo de familias peruanas seguirán cayendo*”. La República. Recuperado del sitio de internet <https://larepublica.pe/economia/949425-gastos-por-consumo-de-familias-peruanas-seguiran-cayendo>

ALPARI (s.f) “*Precio Bajo*”. Recuperado del sitio de internet <https://alpari.com/es/beginner/glossary/low-price/>

ANCAJIMA, LOPEZ, Javier Ivan (2017) “*Caracterización De La Capacitación Y Financiamiento De Las MyPe Rubro Hoteles De Piura, Cercado Año 2017*”. (Pág. 76), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

ARAUJO, SALDAÑA, Areli (2017) “*Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPes En El Sector Servicio Rubro Hoteles En La Provincia De Leoncio Prado Período - 2017*”. (Pág. 54 - 55), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Tingo María.

AVENDAÑO TORRES, Cynthia Jeanette (2015) “*Importancia de la capacitación y el adiestramiento en las empresas. Ensayo*”. Gestipolis. Recuperado del sitio de internet <https://www.gestipolis.com/importancia-de-la-capacitacion-y-el-adiestramiento-en-las-empresas/>

BARRIENTOS, PIZARRO, Felix Armando (2018) “*Caracterización Del Financiamiento Y Gestión De Calidad De Las MyPes, Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De San Jacinto, 2017*”. (Pág. 55 - 56), Facultad de

Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Tumbes.

CAMPOS, CARDENAS, Elmer Oswaldo (2017) “*La Gestión De Calidad Y El Financiamiento De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio - Rubro Pollerías De La Ciudad De Casa Grande, Año 2016*”. (Pág. 32), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Trujillo.

CAMPOS, JIBAJA, Carlos Armando (2015) “*Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías Del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*”. (Pág. 70 - 71), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

CHAU, Estefanía (2018). “*Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional*”. Agencia Andina. Recuperado del sitio de internet <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>

CICAP. UCR (2017) “*Adaptación al cambio: Una competencia necesaria para crecer profesionalmente*”. Recuperado del sitio de internet <http://www.cicap.ucr.ac.cr/web/adaptacion-al-cambio-una-competencia-necesaria-crecer-profesionalmente/>

CONCEPTO.DE (2018) “*Concepto de compromiso*”. Recuperado del sitio de internet <https://concepto.de/compromiso/>

COQUILLAT, Diego (2017). “*Ejemplos de cómo los restaurantes: favorecen la responsabilidad social*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.diegocoquillat.com/6-ejemplos-de-como-los-restaurantes-favorecen-la-responsabilidad-social/>

CORDOVA, ROMÁN, Cruz María (2018) “*Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPes De Servicios Rubro Restaurantes Tácala -*

Castilla - Piura, 2018". (Pág. 66 - 67), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

CORDOVA, VELASQUEZ, Merly Esmir (2017) "*Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPe De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura, 2017*". (Pág. 84), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

CORONADO, ACARO DE SILVA, Rosa María (2015) "*Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las MyPe Del Sector Turismo - Rubro Cevicherías Del Distrito De Sullana, Año 2014*". (Pág. 73), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Sullana.

CORREA, REYES, Flor Noelia (2018) "*Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las MyPe Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018*". (Pág. 77 - 78), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

DA SILVA, Karina (2018) "*¿Por qué la calidad en el servicio al cliente es importante?*". Cuida tu Dinero. Recuperado del sitio de internet <https://www.cuidatudinero.com/13075766/por-que-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente-es-importante>

DE LA CRUZ, LÓPEZ, Abel Jesús (2016) "*Caracterización De La Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicios - Rubro Restaurantes, De La Av. Santa Adela, Del Distrito De Nuevo Imperial, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Período 2015*". (Pág. 53 - 54), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cañete.

DESIGNIFICADOS (s.f) "*Financiamiento*". Recuperado del sitio de internet <https://designificados.com/financiamiento/>

DIARIO OFICIAL EL PERUANO (s.f) “*Ley 30056, Ley Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, Impulsar El Desarrollo Productivo Y El Crecimiento Empresarial*”. Recuperado del sitio de internet <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

DIARIO OFICIAL EL PERUANO (2017) “*Facilidades a emprendedores*”. Recuperado del sitio de internet <https://elperuano.pe/noticia-facilidades-a-emprendedores-50018.aspx>

DIARIO UNO (2017) “*El poco uso de la tecnología en MyPes peruanas*”. Recuperado del sitio de internet <http://diariouno.pe/columna/el-poco-uso-de-la-tecnologia-en-mypes-peruanas/>

DEBORAH (2015) “*Definición de Promoción*”. Definición.Co. Recuperado del sitio de internet <https://www.definicion.co/promocion/>

DICLIB (s.f) “*Facilidades de Pago*”. Recuperado del sitio de internet http://www.diclib.com/facilidades%20de%20pago/show/es/alkonaeconomia/F/260/0/0/1/2841#.W_wnIOhKjIU

FRIGO, Edgardo (s.f) “*¿Qué es la competitividad de una empresa?*”. Foro de Seguridad. Recuperado del sitio de internet <http://www.forodeseguridad.com/artic/admin/5115.htm>

HECTOR (2017) “*Tipos De Financiamiento*”. 10Tipos.com. Recuperado del sitio de internet <https://10tipos.com/tipos-de-financiamiento/>

ISOTOOLS (2016) “*Lo más importante de la Ley 30222*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.isotools.pe/lo-mas-importante-de-la-ley-30222/>

KNAEBEL, Amanda (s.f) “*Políticas de un restaurante para contratar*”. La Voz de Houston. Recuperado del sitio de internet <https://pyme.lavoztx.com/politicas-de-un-restaurante-para-contratar-8092.html#>

LA MENORQUINA (s.f) “*Ideas De Negocio Innovadoras Que Puedes Implementar En Tu Restaurante*”. Recuperado del sitio de internet <https://blog.menorquina.com/ideas-de-negocio-innovadoras-que-puedes-implementar-en-tu-restaurante>

LÓPEZ, CABIA, David (s.f) “*Fuente de financiación*”. Economipedia. Recuperado del sitio de internet <https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>

LÓPEZ DOMÍNGUEZ, Ignacio (s.f) “*Entidad Financiera No Bancaria*”. Expansión. Recuperado del sitio de internet <http://www.expansion.com/diccionario-economico/entidad-financiera-no-bancaria.html>

LUPU, ATOCHE, Erick Joel (2016) “*Caracterización Del Financiamiento Rentabilidad De MyPe Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito De Tumbes, 2016*”. (Pág. 81), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Tumbes.

MERCADOS.LAT (s.f) “*¿Qué es un precio competitivo?*”. Recuperado del sitio de internet <http://mercados.lat/index.php/diccionario-de-terminos/item/3038-que-es-un-precio-competitivo#gkBg>

MERCAT, Gros (2016) “*Restaurantes sostenibles, comprometidos con el medio ambiente*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.grosmercat.es/blog/restaurantes-sostenibles-comprometidos-con-el-medio-ambiente>

MIRANDA, Héctor (2016) “*Menos del 2% de empresas peruanas tienen políticas de responsabilidad ambiental*”. Gestión. Recuperado del sitio de internet

<https://gestion.pe/economia/empresas/2-empresas-peruanas-politicas-responsabilidad-ambiental-111732>

PEREZ, RIVERA, Luz Idelia (2017) “*Caracterización De La Competitividad Y Rentabilidad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías De La Urbanización Chira Piura, Año 2016*”. (Pág. 81), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

PÉREZ, PORTO, Julián (2017) “*Definición De Crédito Hipotecario*”. Definición.De. Recuperado del sitio de internet <https://definicion.de/credito-hipotecario/>

PÉREZ, PORTO, Julián y GARDEY, Ana (2017). Actualizado 2018 “*Definición de descuento*”. Definición.De. Recuperado del sitio de internet <https://definicion.de/descuento/>

PÉREZ, PORTO, Julián y GARDEY, Ana (2016). Actualizado 2017 “*Definición de aumento*”. Definición.De. Recuperado del sitio de internet <https://definicion.de/aumento/>

PEREZ, PORTO, Julián y MERINO, María (2016). Actualizado 2018 “*Definición de Competitividad*”. Definición.De. Recuperado del sitio de internet <https://definicion.de/competitividad/>

PÉREZ PORTO, Julián y MERINO, María (2014). Actualizado 2016 “*Definición De Restaurante*”. Definición.De. Recuperado del sitio de internet <https://definicion.de/restaurante/>

RAMIREZ, ARENAZA, Elizabeth Yenifer (2018) “*Caracterización Del Financiamiento De Las Empresas Del Sector Servicios Del Peru: Caso Empresa “Puerto Azul Restaurant Y Hospedaje Eirl.” – Cañete, 2017*”. (Pág. 60), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Contabilidad - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cañete.

- RIQUELME, Matias (2017) “*Teoría de la ventaja competitiva*”. Emprendices. Recuperado del sitio de internet <https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>
- RODRÍGUEZ, Eloy (s.f) “*Los 8 Tipos De Restaurantes Y Las 5 Clasificaciones Por Tenedores*”. Recuperado del sitio de internet <https://eloyrodriguez.com/tipos-de-restaurantes/>
- RODRÍGUEZ, ULLOA, RICARDO (2015) “*Competitividad Y Productividad En El Sector Empresarial*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2015/08/Pres-coneaces-rru-180815-v7.pdf>
- ROLDÁN, Paula Nicole (s.f) “*Competitividad*”. Economipedia. Recuperado del sitio de internet <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- ROMANOS, Beatriz (2016) “*Tecnología en los restaurantes es tan importante como tener vasos y platos*”. Tech Food Magazine. Recuperado del sitio de internet <https://www.techfoodmag.com/la-tecnologia-restaurant-tan-importante-vasos-platos/>
- RPUJOLS (2015) “*Clientes satisfechos: beneficios*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.eoi.es/blogs/mcalidadon/2015/06/14/clientes-satisfechos-beneficios/>
- SALAZAR, Angie (2018) “*Teoría de la ventaja comparativa*”. ABC Finanzas.com. Recuperado del sitio de internet <https://www.abcfianzas.com/finanzas-personales/teoria-de-la-ventaja-comparativa>
- SANCHEZ, PALACIOS, Leslie Natalie (2017) “*Caracterización De La Competitividad Y Calidad Del Servicio De Las MyPes Rubro Hoteles, Distrito Pariñas - Provincia Talara Año 2017*”. (Pág. 113 - 114), Facultad de Ciencias Contables,

Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración -
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

SCOTT, Sherrie (s.f) “*Qué licencias necesito para abrir un restaurante*”. La Voz de Houston. Recuperado del sitio de internet <https://pyme.lavoztx.com/qu-licencias-necesito-para-abrir-un-restaurante-5121.html>

SEMANA ECONÓMICA (2017) “*Crecimiento de sector restaurantes se desaceleró en enero*”. Recuperado del sitio de internet <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/comercio/221896-crecimiento-de-sector-restaurantes-se-desacelero-en-enero/>

SIGNIFICADOS (2017) “*Significado de Economía*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.significados.com/economia/>

SIGNIFICADOS (2016) “*Significado de Financiamiento*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.significados.com/financiamiento/>

TIPOSDE.ORG (2017) “*Definición de Financiamiento*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013-definicion-de-financiamiento/>

TURMERO, ASTROS, Iván José (s.f) “*Teorema De Modigliani Y Miller (TMM)*”. Recuperado del sitio de internet <https://www.monografias.com/trabajos109/teorema-modigliani-y-miller-tmm/teorema-modigliani-y-miller-tmm.shtml>

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

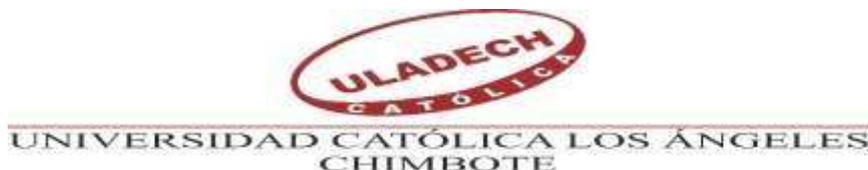
Actividades	2018					
	OCT	DIC				
	21	01	02-07	08	14	15
INICIO DE CLASES	X					
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
SUSTENTACIÓN				X		
TERMINO DE CLASE					X	
TERMINO DE CLASE						X

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Recursos Humanos	01	Corrector	S/. 2.00
	50	Hojas bond	S/. 5.00
	02	Lapiceros	S/. 3.00
	01	Resaltador	S/. 2.00
	01	Engrapador	S/. 12.00
	1 Caja	Grapas	S/. 3.00
Servicios	10 Horas	Uso de internet	S/. 15.00
	03	Refrigerios	S/. 12.00
	60	Fotocopias	S/. 6.00
	02	Impresión	S/. 1.00
Taller Co-curricular	01	Matrícula	S/. 200.00
	02	Pensión	S/. 1800.00
Movilidad	-	Movilidad	S/. 20.00
TOTAL			S/. 2081.00

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 03: ENCUESTA



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los clientes de restaurantes en el distrito de Tumbes. A continuación se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a la variable Competitividad. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

COMPETITIVIDAD	SI	NO
1. ¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?		
2. ¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?		
3. ¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?		
4. ¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?		
5. ¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?		
6. ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?		
7. ¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?		
8. ¿La empresa le ofrece descuentos?		
9. ¿Es importante el compromiso de los trabajadores?		
10. ¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?		
11. ¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?		
12. ¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?		
13. ¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?		
14. ¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?		
15. ¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?		
16. ¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?		

Gracias por su Colaboración.

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los propietarios de restaurantes en el distrito de Tumbes. A continuación se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a la variable Financiamiento. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

FINANCIAMIENTO	SI	NO
1. ¿Utilizó financiamiento bancario?		
2. ¿Utilizó financiamiento no bancario?		
3. ¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?		
4. ¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?		
5. ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?		
6. ¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?		
7. ¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?		
8. ¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?		
9. ¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?		
10. ¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?		
11. ¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?		
12. ¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?		
13. ¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?		
14. ¿Usted tiene descuentos comerciales?		
15. ¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?		
16. ¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?		

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 04: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Cristina Orellana cristina

Identificado con DNI. 00373944 Carnet de Colegio N° 007335

Con el grado de: Mg. en Finanzas y licenciado en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. Carlos Henry Abanto Perez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018.


Cristina Orellana
Licenciada en Administración
CLAD 07335

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.									
AUTOR: Br. Carlos Henry Abanto Perez.									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETITIVIDAD									
10E	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	✓		✓		✓		✓	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	✓		✓		✓		✓	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	✓		✓		✓		✓	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	✓		✓		✓		✓	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	✓		✓		✓		✓	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	✓		✓		✓		✓	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	✓		✓		✓		✓	
20E	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	✓		✓		✓		✓	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	✓		✓		✓		✓	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	✓		✓		✓		✓	


Cristian Sosa Orellana
 Licenciado en Administración
 CLAD 87136

12	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	✓		✓		✓		✓
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	✓		✓		✓		✓
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	✓		✓		✓		✓
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	✓		✓		✓		✓
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	✓		✓		✓		✓
FINANCIAMIENTO								
30E	Conocer los Tipos de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.							
17	¿Utilizó financiamiento bancario?	✓		✓		✓		✓
18	¿Utilizó financiamiento no bancario?	✓		✓		✓		✓
19	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	✓		✓		✓		✓
20	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	✓		✓		✓		✓
21	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	✓		✓		✓		✓
22	¿Usted tiene líneas de crédito en las entidades bancarias?	✓		✓		✓		✓
23	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	✓		✓		✓		✓
24	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	✓		✓		✓		✓
40E	Determinar las Fuentes de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.							
25	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	✓		✓		✓		✓
26	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	✓		✓		✓		✓
27	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	✓		✓		✓		✓
28	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	✓		✓		✓		✓
29	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	✓		✓		✓		✓
30	¿Usted tiene descuentos comerciales?	✓		✓		✓		✓
31	¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	✓		✓		✓		✓
32	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	✓		✓		✓		✓


Arsthen Sosa Orellana
 Licenciado en Administración
 C.I.A.D - 07136



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, EDGARDO JIMÉNEZ IZQUIERDO.....

Identificado con DNI.....00327893..... Carnet de Colegio N°.....02621.....

Con el grado de: LICENCIADO EN ADMINISTRACION.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. Carlos Henry Abanto Perez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018.


Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
RUC - CLAB N° 02621

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.									
AUTOR: Br. Carlos Henry Abanto Perez.									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETITIVIDAD									
10E	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	/		/		/		/	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	/		/		/		/	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	/		/		/		/	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	/		/		/		/	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	/		/		/		/	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	/		/		/		/	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	/		/		/		/	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	/		/		/		/	
20E	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	/		/		/		/	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	/		/		/		/	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	/		/		/		/	


 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
 BUC - CLAD N° 02621

12	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	✓		✓	✓	✓
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	✓		✓	✓	✓
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	✓		✓	✓	✓
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	✓		✓	✓	✓
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	✓		✓	✓	✓
FINANCIAMIENTO						
30E	Conocer los Tipos de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.					
17	¿Utilizó financiamiento bancario?	✓		✓	✓	✓
18	¿Utilizó financiamiento no bancario?	✓		✓	✓	✓
19	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	✓		✓	✓	✓
20	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	✓		✓	✓	✓
21	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	✓		✓	✓	✓
22	¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?	✓		✓	✓	✓
23	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	✓		✓	✓	✓
24	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	✓		✓	✓	✓
40E	Determinar las Fuentes de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.					
25	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	✓		✓	✓	✓
26	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	✓		✓	✓	✓
27	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	✓		✓	✓	✓
28	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	✓		✓	✓	✓
29	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	✓		✓	✓	✓
30	¿Usted tiene descuentos comerciales?	✓		✓	✓	✓
31	¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	✓		✓	✓	✓
32	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	✓		✓	✓	✓


Lic. Adm. Edgardo Jimenez Lozano
 RUC - CLAD N° 02621



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

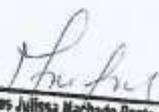
Yo... Milagros Julissa Machada Panta.....

Identificado con DNI... 72322772... Carnet de Colegio N°... 10021.....

Con el grado de: Licenciada en Administración.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. Carlos Henry Abanto Perez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018.


Milagros Julissa Machado Panta
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CUAD - 10021

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.									
AUTOR: Br. Carlos Henry Abanto Perez.									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETITIVIDAD									
10E	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	/		/		/		/	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	/		/		/		/	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	/		/		/		/	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	/		/		/		/	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	/		/		/		/	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	/		/		/		/	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	/		/		/		/	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	/		/		/		/	
20E	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	/		/		/		/	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	/		/		/		/	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	/		/		/		/	


 JUSISSE PACHECO POMA
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD - 19821

12	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	/		/	/	/
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	/		/	/	/
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	/		/	/	/
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	/		/	/	/
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	/		/	/	/
FINANCIAMIENTO						
30E	Conocer los Tipos de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.					
17	¿Utilizó financiamiento bancario?	/		/	/	/
18	¿Utilizó financiamiento no bancario?	/		/	/	/
19	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	/		/	/	/
20	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	/		/	/	/
21	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	/		/	/	/
22	¿Usted tiene líneas de crédito en las entidades bancarias?	/		/	/	/
23	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	/		/	/	/
24	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	/		/	/	/
40E	Determinar las Fuentes de Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.					
25	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	/		/	/	/
26	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	/		/	/	/
27	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	/		/	/	/
28	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	/		/	/	/
29	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	/		/	/	/
30	¿Usted tiene descuentos comerciales?	/		/	/	/
31	¿Usted ha recurrido al Crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	/		/	/	/
32	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	/		/	/	/


Milagros Jufría Machado Parra
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD - 1987

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO TUMBES, 2018.

AUTOR: ABANTO PEREZ, CARLOS HENRY

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																		
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es pertinente y relevante?				¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?						
		Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	TOTAL	Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	TOTAL	Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	TOTAL	Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	TOTAL			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	COMPETITIVIDAD																			
O E01	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.																			
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	1		1				1					1				1			12
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	1		1				1					1				1			12
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	1		1				1					1				1			12
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	1		1				1					1				1			12
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	1		1				1					1				1			12
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	1		1				1					1				1			12
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	1		1				1					1				1			12
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	1		1				1					1				1			12
O E02	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.																			
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	1		1				1					1				1			12
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	1		1				1					1				1			12
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	1		1				1					1				1			12
12	¿Cree que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	1		1				1					1				1			12
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	1		1				1					1				1			12
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	1		1				1					1				1			12
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	1		1				1					1				1			12
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	1		1				1					1				1			12

ANEXO 05: LIBRO DE CÓDIGOS

17	¿Utilizó financiamiento bancario?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8
		NO					1				1				2
18	¿Utilizó financiamiento no bancario?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7
		NO			1				1					1	3
19	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	6
		NO	1				1		1		1		1		4
20	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO													0
21	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	SI													0
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
22	¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
23	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7
		NO	1		1			1							3
24	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9
		NO									1				1
25	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO													0
26	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO													0
27	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
28	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
29	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
30	¿Usted tiene descuentos comerciales?	SI									2				1
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
31	¿Usted ha recurrido al crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	SI											2		1
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
32	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO													0

RES UMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
Nº	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	SI	48	48	68	70.59	100
		NO	20	20		29.41	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	SI	38	38	68	55.88	100
		NO	30	30		44.12	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	SI	45	45	68	66.18	100
		NO	23	23		33.82	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	SI	43	43	68	63.24	100
		NO	25	25		36.76	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	SI	47	47	68	69.12	100
		NO	21	21		30.88	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	SI	56	56	68	82.35	100
		NO	12	12		17.65	
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	SI	51	51	68	75.00	100
		NO	17	17		25.00	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	SI	55	55	68	80.88	100
		NO	13	13		19.12	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	SI	38	38	68	55.88	100
		NO	30	30		44.12	
12	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	SI	40	40	68	58.82	100
		NO	28	28		41.18	
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	SI	39	39	68	57.35	100
		NO	29	29		42.65	
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	SI	45	45	68	66.18	100
		NO	23	23		33.82	
17	¿Utilizó financiamiento bancario?	SI	8	8	10	80	100
		NO	2	2		20	
18	¿Utilizó financiamiento no bancario?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
19	¿Usted invirtió sus ahorros para la mejora de su empresa?	SI	6	6	10	60	100
		NO	4	4		40	
20	¿La empresa cumple con el pagaré a sus trabajadores?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
21	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos hipotecarios ante la falta de financiamiento?	SI	0	0	10	0	100
		NO	10	10		100	
22	¿Usted tiene línea de crédito en las entidades bancarias?	SI	2	2	10	20	100
		NO	8	8		80	
23	¿Los amigos o parientes le dieron las facilidades para que le otorguen un préstamo?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
24	¿Alguna vez ha recurrido a los créditos comerciales?	SI	9	9	10	90	100
		NO	1	1		10	
25	¿Son beneficiosos los ingresos que tiene la empresa?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
26	¿Usted tiene provisiones para cubrir posibles pérdidas en el futuro?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
27	¿Usted cree que los activos que pierden valor siguen siendo igual de satisfactorios para el cliente?	SI	1	1	10	10	100
		NO	9	9		90	
28	¿La empresa cuenta con aportaciones de socios?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
29	¿Se puede arrendar/alquilar un bien recibido en Leasing?	SI	8	8	10	80	100
		NO	2	2		20	
30	¿Usted tiene descuentos comerciales?	SI	1	1	10	10	100
		NO	9	9		90	
31	¿Usted ha recurrido al crowdfunding (donaciones) para financiar un proyecto?	SI	1	1	10	10	100
		NO	9	9		90	
32	¿La empresa tiene financiamiento para inversiones a futuro?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 06: ALBÚM DE FOTOGRAFÍAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LA PROPIETARIA



ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE

ANEXO 07: TURNITIN

