



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERA Y ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA  
RENTABILIDAD DE LAS MYPES – RUBRO  
RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS,  
PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR, 2018”.

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

**AUTOR:**

BR. VITE TEJADA JULIO CESAR.

**ASESOR (A):**

MGTR.OSCAR ANDRÉS VILELA RODRIGUEZ

**TUMBES – PERÚ**


**2018**

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

PRESIDENTE :   
Mgtr. CORDOVA PURIZAGA, CHRISTIAN IVAN

INTEGRANTE :   
Mgtr. SAVITZKY MENDOZA, DONALD ERROL

INTEGRANTE :   
Mgtr. RETO GOMEZ, JANNYNA

ASESOR :   
Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRÍGUEZ

## **AGRADECIMIENTO**

Con especial agradecimiento a mis Padres; Rutico Vite Puestas, Jacinta Santos Vasquez y demás familiares. Que gracias a su esfuerzo me dieron la oportunidad de llegar a esta etapa importante de mi vida y por ser ejemplo de disciplina y perseverancia para lograr el éxito en la vida.

A la plana docente de la Carrera Profesional de Contabilidad de la Universidad Privada Los Ángeles de Chimbote-Uladech por ser fuente de conocimientos y por las sabias enseñanzas que supieron impartirnos durante nuestra realización como estudiantes.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación principalmente a Dios, por haberme dado la vida y darme fuerzas para seguir adelante, Por brindarme la oportunidad de seguir viviendo, por iluminarme y permitirme lograr mis objetivos , y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi Hija Maju Samira K. Vite Panta, a mis Padres; Rutico Vite Puescas, Jacinta Santos Tejada Vasquez y demás familiares. Por ser los seres más importantes en mi vida y demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, Por su apoyo y confianza todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

## RESUMEN

La Presente investigación denominado “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes – Rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018”. Teniendo como Problema general ¿Cuáles son las principales caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes – rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018.

Sabiendo que el objetivo general; Describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes – Rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018. El mediante informe Final en estudio No cuenta con hipótesis por ser tipo de investigación cuantitativo, con nivel de investigación descriptivo y el diseño de investigación es No experimental descriptivo –Bibliográfico y Documental. Porque se realizara sin manipular datos deliberadamente la variable, teniendo en cuenta la muestra, la Población en estudio. A quien en el transcurso de la investigación se les aplico un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación, obteniendo los siguientes resultados; **Respecto al Financiamiento;** La mayor población de Mypes en estudio Financiado por entidades (Cajas de Ahorros Municipales), a través de creditos, por un monto de 15,000 a 20,000 soles con una tasa de interés del 37% al 42% a un plazo de 2 años, en el que requieren 2 a 4 veces para invertir en Mejora de local, **Respecto de la Rentabilidad;** la mayor población de las Mypes en estudio Presentan sus ingresos / ventas mensuales entre 1,000 y 5,000 soles, invirtiendo en el costo mensual de ventas en un promedio de 1,000 a 1,500 soles, con un total activo de S / .70,167.00 soles, obteniendo un promedio de rentabilidad anual entre 10% y 50%, generando rentabilidad en los últimos 2 años indicando el 50% de la población SI ha mejorado su rentabilidad y el otro 50% no ha obtenido una mejora en su rentabilidad, debido que presentan como una de las problemáticas como es "Competencia" que afectaría la rentabilidad de los Mypes.

**Palabras claves:** caracterización, Financiamiento, Rentabilidad y Mypes.

## ABSTRACT

The present investigation denominated "Characterization of the financing and the profitability of the Mypes - Rubro restaurants in the district of zorritos, contralmirante villar province 2018". Having as a general problem, what are the main characterizations of the financing and the profitability of Mypes - restaurant sector in the district of Zorritos, province contralmirante villar 2018.

Knowing that the general objective; Describe the characteristics of the financing and the profitability of Mypes - Rubro restaurants in the district of Zorritos, province contralmirante villar 2018. The final report under study does not have hypotheses for being a type of quantitative research, with a level of descriptive research and design of investigation is No experimental descriptive -Bibliographic and Documentary. Because it will be done without deliberately manipulating the variable, taking into account the sample, the population under study. To whom during the course of the investigation a structured questionnaire was applied directly on the subject of research, obtaining the following results; Regarding Financing; The largest population of Mypes under study Funded by entities (Municipal Savings Banks), through credits, for an amount of 15,000 to 20,000 soles with an interest rate of 37% to 42% for a term of 2 years, in the that require 2 to 4 times to invest in Local Improvement, Regarding Profitability; the largest population of Mypes under study They present their monthly income / sales between 1,000 and 5,000 soles, investing in the monthly cost of sales in an average of 1,000 to 1,500 soles, with an active total of S / .70,167.00 soles, obtaining an average annual profitability between 10% and 50%, generating profitability in the last 2 years indicating 50% of the population IF has improved its profitability and the other 50% has not obtained an improvement in its profitability, because they present as one of the problematic as it is "Competition" that would affect the profitability of Mypes.

**Keywords:** characterization, financing, profitability and Mypes.

## CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>I. INTRODUCCION</b> .....	<b>01.</b>
<b>II.REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	<b>04.</b>
Marco Conceptual	
2.1 Antecedentes.....	04.
2.2 Bases teóricas.....	12.
<b>III.HIPOTESIS</b> .....	<b>27.</b>
<b>IV. METODOLOGIA</b> .....	<b>27.</b>
Tipo y nivel de la investigación.....	27.
4.1. Diseño de la investigación.....	27.
4.2.Población y muestra.....	28.
4.3.. Definición y operacionalizacion.....	28.
4.4.Técnicas e instrumentos.....	29.
4.5.Plan de análisis.....	29.
4.6.Matriz de Consistencia.....	30.
4.7.Principios Éticos.....	31.
<b>V.RESULTADOS</b> .....	<b>32.</b>
5.1 Resultados.....	32.
5.2 Análisis de resultados.....	34.
<b>VI.CONCLUSIONES</b> .....	<b>37.</b>
Aspectos complementarios.....	41.
Referencias bibliográficas.....	43.
Anexos.....	44.

## INDICE DE TABLA

	Pag.
Tabla N° 01.....	49
Tabla N° 02.....	50
Tabla N° 03.....	51
Tabla N° 04.....	52
Tabla N° 05.....	53
Tabla N° 06.....	54
Tabla N° 07.....	55
Tabla N° 08.....	56
Tabla N° 09.....	57
Tabla N° 10.....	58
Tabla N° 11.....	59
Tabla N° 12.....	60
Tabla N° 13.....	61
Tabla N° 14.....	62
Tabla N° 15.....	63
Tabla N° 16.....	64
Tabla N° 17.....	65
Tabla N° 18.....	66
Tabla N° 19.....	67
Tabla N° 20.....	68



## I. INTRODUCCION:

El Presente trabajo denominado “Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes – Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018”.Proviene de las líneas que han sido asignadas por la escuela profesional de Contabilidad y comprenden en campo disciplinar promoción de las Mypes.

En cuanto a su Planteamiento de la Línea de Investigación en objeto, Presenta su planeamiento del problema Acuerdo con su Caracterización del Problema, como nos indica los Presentes autores.

Según Gonzales S. (2014), en su investigación para la obtención de su Maestría titulado “*La gestión financiera y el acceso al financiamiento de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá*” Determino que una de las mayores dificultades que presentan estas empresas es la obtención de recursos a través de fuentes externas con el fin de solventar sus operaciones y emprender proyectos que favorezcan su desarrollo y crecimiento. De esta manera el interés de esta investigación se centró en abordar dicha problemática pero desde una perspectiva interna, es decir, abordando los obstáculos que presentan la Pymes en su gestión, para lo cual se seleccionó específicamente la variable gestión financiera, que si bien no es la única limitación que presentan las organizaciones si constituye una de las causas que dificulta el acceso a diferentes alternativas de financiamiento.

Según Hurtado C. (2015), en su investigación “El 75% de los restaurantes opera bajo la informalidad” indico que: De los 22 mil restaurantes que hay en el Perú (Año 2015), solo 800 están certificados por buenas prácticas de salubridad por el Ministerio de

Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) Combatir la informalidad con la que opera la mayoría de los restaurantes peruanos es el reto más difícil. El 75% de los restaurantes en nuestro país opera bajo la sombra de la informalidad, y los bajos estándares de salubridad con los que trabajan afectan negativamente a los aún minoritarios negocios formales del sector. Cada día se inaugura un restaurante nuevo en el Perú, y con una velocidad similar desaparecen, la falta de competitividad que lleva consigo este déficit deja ver que, por ejemplo, apenas 800 restaurantes, de un universo de 22 mil a escala nacional, tengan la certificación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) que garantiza su operación bajo el manual de buenas prácticas de salubridad es decir, solo el 3,6% del total, en el ámbito de trabajo corresponde al Estado, vía entidades como Digesa, Mincetur y los municipios locales, que otorgan las licencias de operación comercial.

Las unidades económicas materia del trabajo son Mypes del Distrito Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018”. La investigación de las Mypes dedicadas al Rubro objeto de estudio fue considerado la Fuente brinda por Sunat.

Por lo anteriormente expresado, El Enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes –Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar ,2018?

Para dar Respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes – Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las Características del Financiamiento de las Mypes – rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018.
2. Describir las Características de la Rentabilidad de las Mypes – Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018.
3. Elaborar una propuesta de Mejora en la Variable Rentabilidad en las Mypes – Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018.

La investigación se justifica porque sirve como formación inicial para futuros emprendedores basada en una referencia, y sobre todo como antecedente para investigaciones posteriores relacionadas al tema desarrollado, contribuyendo de esta manera en la formación de profesionales.

Permitiendo describir para así conocer las principales características del Financiamiento y la rentabilidad en el sector Restaurantes, para así saber su problemática y poder aportar una solución a través de Recomendaciones de cómo financiarse para mejorar su la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio del sector restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018.

También servirá como base para que otros estudios similares puedan tener como modelo y su enfoque del Financiamiento y la Rentabilidad permita que las entidades realicen préstamos a las MYPES y así nuestro País aumente el nivel de Rentabilidad.

## **II. MARCO TEORICO O CONCEPTUAL**

### **2.1. ANTECEDENTES:**

#### **2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES:**

Vaca, J. (2012), Tesis: “*Análisis de los obstáculos financieros de las MYPES para la obtención de crédito y las variables que lo facilitan*”. Concluye que Las Mypes es una parte importante en la generación de grandes Fuentes de recursos en todos los países. Acuerdo a los esfuerzos dirigidos a las Mypes están basados en dos premisas, Las Mypes es el motor del desarrollo económico, pero las fallas de mercado e institucionales impiden su crecimiento. Cuando a la empresa se le solicita menos documentación, Cuentan con más facilidad de obtener el crédito, por lo contrario, cuando la empresa requiere de entregar una información más basta, con presentar los estados financieros, reportes a detalle de las diferentes cuentas, o información revisada por auditor externo, si no cuenta con estos elementos se le complicará contara con menos probabilidad de obtener el crédito.

Bustos J. (2013). Titulado: “*Fuentes de financiamiento y capacitación en el Distrito Federal para el desarrollo de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas*”. Determino su investigación que en el interior de los mercados financieros, los rendimientos se incrementan en proporción al riesgo, lo cual, desde un enfoque netamente keynesiano, implica un mayor crecimiento que está en función tanto de la inversión como del empleo. Un gran número de personas que han decidido establecer una fuente de ingresos Familiar al inaugurar su propio negocio pequeño como son las Mypes, en cual no refiere estudio universitario para su Formación.

Saavedra (2012), Titulado: “*Propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*”, realizada en Colombia, con el objetivo de proponer una metodología que permita determinar el nivel de competitividad de la pyme, identificando por áreas el nivel en que se encuentra la misma, considerando criterios tanto internos como externos. El método seguido consistió en la revisión de la literatura acerca de la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos que han intentado medirla, con el fin de identificar los indicadores que se utilizarían en la metodología propuesta. Concluye que el resultado de este trabajo permite contar con una metodología de fácil aplicación basada en el mapa de Competitividad del BID, que incluye factores tales como: Planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información, y complementada con indicadores externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

Rocha (2011) titulado: “*Estrategias de financiamiento de las Pymes de la industria de alimentos, subsector panadero de Valledupar, Colombia*”, realizado en la ciudad de Valledupar - Colombia. Llegó concluir que Los microempresarios de Valledupar Colombia se caracterizan por: Utilizar herramientas como principales fuentes de financiamiento: Los ahorros personales, créditos comerciales, préstamos bancos comerciales, préstamos con proveedores y préstamos de amigos y parientes (todos de corto plazo); son negocios familiares; almacenan materia prima buscando algunas veces contrarrestar un aumento desproporcionado en estas materias primas y para obtener una mejor producción de panes.

Sánchez (2011) dice que si “se consigue el nivel adecuado de rentabilidad, significa que los activos generan lo suficiente para retribuir los diferentes fondos con los que se han financiado”. En este supuesto, además, una adecuada gestión financiera puede elevar la tasa de ganancia de los fondos propios. En otro caso, la retribución no respondería a las expectativas con la presumible retirada de la confianza por parte de socios y prestamistas. Llegó a la conclusión que el núcleo de la rentabilidad de la empresa es la rentabilidad económica o rentabilidad que obtiene la empresa por sus activos”.

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES:**

Cruz (2013), Titulado: “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes, del centro de Trujillo año 2012*”. Determino en la investigación como resultados: En el año 2012, el 46.15% de las MYPES en estudio respondieron que no han obtenido créditos, Por la otra parte el 38.46% si han obtenido créditos cuyos montos Promediar entre S/. 2,000 a S/. 5,000 y el 15.38% obtuvo crédito en un promediar a más de S/. 5,000 nuevos soles. El 53.84% recibió créditos del sistema o bancario (Cajas de ahorros, Edpyme, Crediahorros, etc). Así también, el 23.08% invirtió el crédito en Capital de trabajo, el 53.85% en mejoramiento del local y el 23.08% en activos fijos. En cuanto a la rentabilidad, el 26.92% incrementó su rentabilidad en 5% después del crédito solicitado y el 26.92% incrementó su rentabilidad en 15%. En cuanto a la antigüedad de la Mype, respondieron que el 15.38% tiene un año de funcionamiento, el 15.38% tiene dos años y el 69.23% tiene más de tres años en el mercado. En cuanto a la cantidad de trabajadores, se identificó que el 76.92% tiene entre 1 a 10 trabajadores y

el 7.69% tiene entre 11 a 20 trabajadores. Finalmente, el 76.92% afirmaron que el financiamiento otorgado mejoró su rentabilidad.

Rengifo, M (2011). Tesis: “*El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto*”. Trabajo para optar el Grado de Maestro en Ciencias Económicas con mención en Gestión Empresarial, en la Universidad Nacional Agraria de la Selva. En el presente trabajo se investigó sobre la rentabilidad en los diferentes tipos de micro empresas comerciales del distrito de Tarapoto, se tomó una muestra de 138 unidades de una población de 840 micro empresas, encontrándose los siguientes resultados: En la ciudad de Tarapoto el 61% de las microempresas comercializadoras son personas naturales con negocio y el 39% son personas jurídicas, de las cuales el 22% se encuentra en el Régimen General, el 37.2% está en el Régimen Único Simplificado y el 40.7% está en Régimen Especial. El 68.7% de ellas cuentas con menos de 4 trabajadores, un 27.1% entre 4 y 7 empleados y tan solo el 4.2% poseen más de 8 trabajadores; deduciéndose entonces que cerca de 7 de cada 10 empresas, corresponden a microempresas, el 59% de la microempresas en promedio registran un ingreso por ventas de menos de S/. 10,000 mensuales, el 17% tiene ingresos mensuales entre S/. 10,001 a S/. 20,000 y el 22.9% tiene ingresos por más de S/. 20,000 nuevos soles. A nivel de margen de utilidad sobre las ventas, se observa que el 40.7% de las microempresas comercializadoras del distrito de Tarapoto poseen un margen menor al 20%, mientras que el, 53.4% ostentan un margen que oscila entre 20 y 40 % y tan solo el 5.9 % del total de las microempresas ostentan márgenes superiores al 40%. En cuanto a la inversión, el 68.6% de los encuestados declaran realizar una inversión (costo) mensual promedio de hasta S/. 10,000 orientada básicamente para la adquisición de mercadería (capital de trabajo), mientras que el 16.1% de las

microempresas realizan inversiones entre S/. 10,000 y S/. 20,000 y el 15.3% invierten más de S/. 20,000 nuevos soles.

Kong & Moreno (2014) Titulado: *“Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPEs del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012”*, Determino que el financiamiento de Las MYPE muestran favorables resultados de financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales, limitando a muchos emprendedores poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos.

Otero (2013), en su investigación Titulada: *“Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito, provincia y departamento de San Martín, período 2012 – 2013”*. Concluyo que el 57% de las Mypes encuestadas han obtenido créditos que fueron otorgados por Bancos, el 36% ha invirtió el crédito obtenido para mejorar su local de trabajo, el 64% a optado en invertir en compra de activos. Sobre la rentabilidad, el 64% de las Mypes encuestadas considera que su rentabilidad ha mejorado después de obtener financiamiento. Sobre las características de las MYPES, el 36% tienen un año de funcionamiento, el 43% tienen 02 años en el mercado y el 14% tienen 03 años y el 7% tienen más de tres años.



Benancio & Gonzales (2012), en su tesis “*El financiamiento bancario y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa*”. Indica que La asistencia técnica consiste en demostrar y enseñar el uso de nuevas tecnologías, con la finalidad de aumentar la producción, mejorar la calidad, ofrecer cada vez mejores productos y como consecuencia las MYPES irán aumentando sus operaciones en el mercado. La rentabilidad constituye el eje central de la sostenibilidad y del crecimiento de los negocios en el tiempo. Por ello las decisiones dirigidas a desarrollar los proyectos de inversión a financiarse mediante deuda deben considerar la importancia de que la capacidad generadora de ingresos de los proyectos sea más que proporcional al costo de financiamiento de los recursos, toda vez que ambos incidirán en las utilidades y, por ende, en el rendimiento de la inversión. El presente estudio explica la incidencia del financiamiento en la rentabilidad de la microempresa, principalmente qué tipo de financiamiento, tasa de interés y en qué invirtió para mejorar la rentabilidad.

Rodríguez, J. (2014). Tesis: “*Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, período 2013 – 2014*”. Indica y acredita lo articulado acuerdo con el autor (Aguirre, 1992). Describiendo que el Financiamiento es “**la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla**”; como señalar que la obtención de recursos o medios de pago, que son destinados a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Una de las Razones que los lleva a formalizar las Mypes es acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas competitivas que

forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas para a seguir un crecimiento.

### **2.1.3. ANTECEDENTES REGIONALES:**

Reyes, A. (2015). Tesis: “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurante, Distrito de Sullana, año 2014”. Concluyo que las fuentes de financiamiento de las Mypes estudiadas, las aportaciones financieras, demuestran que la mayor parte requieren de un financiamiento ya sea externa (banca privada, micro financieras u otras) o propio, que mayormente se da por el ahorro o muchas veces por la venta de algún bien o activo propio.

Medina, S. (2014). Titulado: “*Caracterización del Financiamiento y capacitación en las MYPES servicios- rubro restaurantes de la Provincia de Piura, 2012*”, Determino las siguientes Características:

- Determinó las característica del Financiamiento de las Mypes del servicio – rubro restaurante de la Provincia de Piura, se refleja como mecanismo por el medio del cual una persona, una Mype, obtienen recursos para un proyecto establecido que puede ser adquirir bienes y servicios, pagara proveedores etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, plantear a futuro y lograr su crecimiento.
- identificó que las principales fuentes de financiamiento (créditos) de las Mypes servicio – rubro restaurante en la Región de Piura, son: cajas, ahorros

Personales y bancos; ya que es una manera rápida y a su alcance, pues en las diferentes entidades obtendrán el financiamiento que necesitan para su negocio. Participan instituciones bancarias y no bancarias que otorgan crédito a las Micros y Pequeñas Empresas, formando un sector dinámico y competitivo, lo que genera beneficios a los usuarios puesto que la tasa de interés ofrecida declina y los servicios financieros van adecuando de mejor forma a las características y necesidades de los empresarios de la MYPE.

Ordoñez M. y Vásquez F. (2014), Tesis “*Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del rubro restaurantes en San Vicente*” Indica que Las Mypes surgen de la necesidad de generar puestos de trabajo que no han podido satisfacer el Estado ni las grandes empresas nacionales ni las inversiones de las grandes empresas internacionales. Las Mypes se constituyen en el eje del desarrollo industrial debido a su capacidad para crear empleos, sin embargo, no tienen acceso a apoyos financieros a la banca comercial no le atrae operar con este segmento de empresas por la baja rentabilidad y la complejidad que representan.

Kong J. y Morena J. (2014), Tesis “*Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José , Lambayeque*” Concluyo que Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las Mypes debido a que han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a un crecimiento en su producción y en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes.

#### **2.1.4. ANTECEDENTES LOCALES:**

Rosales. (2014), Tesis: “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hostales y restaurantes de la ciudad de Tumbes, departamento de Tumbes – período 2012 - 2013*”. Determino que El 6% de las Mypes en estudio a obtenido crédito de un banco, el 83.33% respondieron que el crédito obtenido en cajas de ahorros y el 11.12 % a recibido de otras fuentes. El 33.33% de las MYPES encuestas opto en invertir el crédito obtenido en el mejoramiento de su local y el 66.67% en adquisición de activos. El 55% de las Mypes encuestadas considera que su rentabilidad ha elevado en el año 2012. El 30% de las MYPES encuestadas del rubro restaurantes y hoteles cuenta con un año de permanencia en el mercado, el 50% tiene dos años, el 12.5% tiene tres años y el 7.5% tiene más de tres años.

#### **2.2. BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION :**

##### **2.2.1. MYPES:**

##### **2.2.1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MYPE:**

Las Mypes son definidas de las Siguietes maneras:

Según la Organización internacional del Trabajo (OIT), las micro y pequeña empresa son consideradas como empresas modernas, con no más de 50 trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

Según (OIT) y el Proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresa, se define como microempresa a “a las unidades productivas de baja capitalización, que

operan bajo riesgo propio en el mercado; por lo general, nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios. En esta definición se incluye a la microempresa, propiamente, y al autoempleo. Específicamente, se entiende por microempresa a las unidades económicas que contratan habitualmente mano de obra asalariada, mientras que auto empleados son aquellos que trabajan por cuenta propia y no contratan mano de obra”.

- **NORMATIVA** : El Glosario del Reglamento de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas al Acceso del Empleo Decente, la cual establece un concepto: “Unidad económica generadora de rentas de tercera categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con una finalidad lucrativa” (D.S. N° 007-2008-TR).

#### **2.2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES :**

Según RIVERA (2015), Describe las siguientes características generales al comercio y administración:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.
- Micro Empresas; de 1 hasta 10 Trabajadores y con nivel máximo de ventas anuales hasta 150 UIT.
- Pequeña Empresa; de 1 hasta 100 Trabajadores y con nivel máximo de ventas anuales hasta 1700 UIT.

### **2.2.1.3. IMPORTANCIA DE LA MYPE:**

La MYPES es un componente importante de la economía nacional. A nivel nacional, las MYPES dan empleo al 70% de la población económicamente activa y generan cerca del 43% del producto bruto interno (Lastra, E. 2010). Es indudable el aporte de las MYPES al bienestar económico del país, sobre todo su aporte en la generación de empleo.

## **2.2.2. FINANCIAMIENTO:**

### **2.2.2.1. CONCEPTUALIZACION DEL FINANCIAMIENTO:**

Son recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido.

### 2.2.2.1. TIPOS DE FINANCIAMIENTO :

#### a) FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO:

- **CRÉDITO COMERCIAL:** Es el uso de la cuenta corriente de una compañía a pagar, los pasivos acumulados a corto plazo tales como impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y la financiación de inventario como fuentes de recursos.
- **CRÉDITO BANCARIO:** Es una especie de financiación a corto plazo que las empresas obtienen a través de los bancos con los que constituyen relaciones funcionales.
- **LÍNEA DE CRÉDITO:** Significa dinero siempre utilizable en el banco, pero por un período acordado por adelantado.
- **PAPELES COMERCIALES:** Esta fuente de financiación a corto plazo reside en las notas no garantizadas de grandes e importantes empresas obtenidas por bancos, compañías de seguros, fondos de pensiones y algunas empresas industriales que quieren invertir a corto plazo sus excedentes de recursos temporales.
- **FINANCIAMIENTO POR MEDIO DE LA CUENTAS POR COBRAR:** Se basa en la venta de las cuentas por cobrar (Cartera) de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) de acuerdo con un acuerdo negociado de antemano, con el fin de obtener recursos para invertir en la empresa.

- **FINANCIAMIENTO POR MEDIO DE LOS INVENTARIOS:** Para esta modalidad de financiación, se emplea el inventario de la empresa como un préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho a tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa no cumple.

b) **EL FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO :**

- **HIPOTECA:** Se da cuando un bien inmueble del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) para avalar la cancelación de la deuda.
- **ACCIONES:** Se refiere a la intervención “accionaria” o de valor de un accionista en la organización de la empresa.
- **BONOS:** Son herramientas financieras, que se emiten con el propósito de tener fondos determinados, los mismos que el pagador se compromete a cancelar la suma definida más el cálculo de los interés y en fechas.

- c) **ARRENDAMIENTO FINANCIERO:** Es el alquiler de una propiedad en donde que el propietario y arrendatario (empresa) negocian un acuerdo que autoriza la utilización de la propiedad en un lapso de tiempo establecido y el pago de un alquiler fijo, los términos del acuerdo varían de acuerdo con el contexto y las necesidades de Cada una de las partes.

En nuestros países hay un gran número de instituciones financieras comunitarias, privadas públicas e internacionales. Estas instituciones



conceden préstamos de diferentes tipos, en diferentes plazos, a particulares y organizaciones.

#### **2.2.2.2. ORGANIZACIONES DEL SISTEMA FINANCIERO DEL PERU:**

##### **a) BANCOS:**

- Banco de Comercio
- Banco de Crédito del Perú
- Banco Interamericano de Finanzas (BanBif)
- Banco Financiero
- BBVA Banco Continental
- Citibank
- Interbank
- MiBanco
- Scotiabank Perú
- Banco GNB Perú
- Banco Falabella
- Banco Ripley
- Banco Santander Perú S.A.
- Banco Azteca
- Deutsche Bank
- Banco Cencosud
- ICBC Perú Bank.

**b) ENTIDADES FINANCIERAS ESTATALES.**

- Agrobanco
- Banco de la Nación
- Cofide
- Fondo MiVivienda

**c) EMPRESAS FINANCIERAS.**

- Amérika
- Crediscotia
- Confianza
- Compartamos Financiera
- Nueva Visión
- TFC
- Edyficar
- Efectiva
- Proempresa
- Mitsui
- Uno
- Qapac S.A.

**d) CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO (CMAC)**

- Arequipa
- Cusco
- Del Santa

- Trujillo
- Huancayo
- Ica
- Maynas
- Paita
- Piura
- Sullana
- Tacna

**e) CAJAS MUNICIPALES DE CRÉDITO Y POPULAR (CMCP)**

- Caja Metropolitana de Lima

**d) CAJAS RURALES DE AHORRO Y CRÉDITO (CRAC)**

- Cajamarca
- Chavin
- Credinka
- Incasur
- Los Andes
- Los Libertadores de Ayacucho
- Prymera
- Señor de Luren
- Sipán
- Del Centro.

**f) EDPYMES**

- Acceso Crediticio
- Alternativa
- BBVA Consumer Finance
- Credivisión
- Credijet
- Inversiones La Cruz
- Mi Casita
- Marcimex (antes Pro Negocios)
- Raíz
- Solidaridad
- GMG Servicios Perú

**g) EMPRESAS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO.**

- Leasing Total S. A.
- Leasing Perú S. A.

**h) EMPRESAS DE FACTORING.**

- Factoring Total S.A.

**2.2.3. RENTABILIDAD :**

Es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, a un excedente por encima del conjunto de gastos.

### 2.2.3.1. TIPOS DE RENTABILIDAD:

Según Sánchez (2002), Indico que existen dos tipos de rentabilidad:

- a) **LA RENTABILIDAD ECONÓMICA:** La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de estos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo.

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

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

- b) **LA RENTABILIDAD FINANCIERA:** La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

Para el cálculo de la rentabilidad financiera, a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de esta.

La más habitual es la siguiente:

$$\mathbf{ROE} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Fondos Propios}}$$

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio.

#### **2.2.4. TEORIA DE RESTAURANTES :**

##### **2.2.4.1. CLASIFICACION DE RESTAURANTES:**

Según Morfín (2011) brindó varias formas de clasificar a los restaurantes como: por el tipo de comida, por la variedad del servicio y el más completo y detallado por categorías. Con esta información el emprendedor en el mundo de la restauración tendrá una correcta apreciación de qué tipo de restaurante desea emprender, y todos los requisitos que cada uno necesita para su buen funcionamiento. Un complemento perfecto y muy importante son las personas que trabajarán en un establecimiento de comida, los requisitos y cualidades son especificados, para que al momento de contratar a las personas escojamos a los más idóneos. La selección de personal tiene que ser perfecta, porque son ellos los que darán la cara por nuestra empresa, y en muchos casos harán regresar y hasta fidelizar a muchos clientes. Con respecto al servicio, Morfín habla de varios tipos, estos son: el servicio francés, a la rusa, americano, inglés, autoservicio, buffet y japonés. Todos estos tipos de servicio son usados en la actualidad, con sus ventajas y desventajas, para aplicar y escoger el

correcto debemos analizar, que tipo de restaurante tenemos o vamos a emprender, y según eso que tipo de servicio vamos a utilizar. En muchos de los establecimientos de restauración se ponen avisos publicitarios, notas, para la contratación de personal sin tener en cuenta, sus actitudes, cualidades, experiencia entre otros, a lo mejor por desconocimiento, sin saber el papel que juega la selección del personal idóneo para el servicio. De otro lado el restaurante debe ofrecer varios tipos de comida según el segmento y sector donde se encuentra ubicado el negocio.

Por otro lado situado en Página web Cursos Gastronomía, define las Siguietes

Clasificación:

**a) TIPOS DE RESTAURANTES:**

**- RESTAURANTES GOURMET:**

Aquí los alimentos son de alta calidad y servidos a la mesa, el servicio y menú es muy parecido al de primera clase, en general se especializa en platillos poco comunes y muy bien elaborados.

**- RESTAURANTE DE ESPECIALIDAD:**

Ofrece una variedad limitada de estilos de cocina, su menú cuenta con diferentes platillos de acuerdo a su especialidad. En ocasiones se confunde con el restaurante étnico que acostumbra ofrecer los platillos más representativos de una región. Dentro de esta clase de restaurantes encontramos otra clasificación de acuerdo al tipo de comida; Vegetarianos y macrobióticos, De pescados y mariscos, Carnes rojas y aves.

- **RESTAURANTE FAMILIAR:**

Se sirven alimentos sencillos a precios accesibles, se caracteriza por el tipo de servicio que es bastante confiable, generalmente este tipo de restaurantes son franquicias.

- **RESTAURANTE BUFFET:**

Los comensales pueden elegir entre una gran variedad de platillos cocinados y dispuestos para autoservicio. Generalmente el precio es una cantidad fija por persona, aunque en ocasiones el precio va de acuerdo a la cantidad de platos.

- **RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA:**

Este tipo de restaurantes son informales y ofrecen productos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas fritas, pizzas o pollo frito.

- **RESTAURANTES TEMÁTICOS:**

Se clasifican de acuerdo al tipo de comida que ofrecen, aquí es donde encontramos los que ofrecen alimentos de acuerdo a su origen (cocina italiana, cocina francesa, argentina, etc.) También encontramos los restaurantes espectáculos, que son los que generalmente están asociados con algún tipo de personaje o tipo de música. En este tipo de negocios y los restaurantes de especialidad, podemos encontrar una gran afluencia de turistas, debido a las actividades del turismo gastronómico.

- **COMIDA PARA LLEVAR:**

En estos establecimientos se ofrece una gran variedad de primeros platos, segundos y aperitivos, expuestos en vitrinas frías o calientes, dependiendo del tipo de alimentos. Los clientes confecciona un menú de acuerdo a la oferta de alimentos que tiene, se usan recipientes desechables.



**b) CATEGORIAS DE RESTAURANTES:**

**- RESTAURANTE DE LUJO (CINCO TENEDORES):**

La decoración de este tipo de restaurantes debe tener los materiales de la mejor calidad, mesas, sillas, alfombras, cortinas, manteles, loza, cristalería deben ser cuidadosamente elegidos. De la misma forma, los alimentos son de la mejor calidad, preparados al momento escogido a la carta y servidos a la mesa.

El precio va de acuerdo al servicio y la calidad de los platillos, es importante que cuenten con carta de vinos.

**- RESTAURANTE DE PRIMERA CLASE (4 TENEDORES):**

Estos restaurante también son conocidos como full service, se diferencia de los de lujo porque su estrategia de venta es diferente, ofrece alimentos a la carta o en menú que puede presentar de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio y cuenta con una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

**- RESTAURANTE DE SEGUNDA CLASE (3 TENEDORES):**

También se le conoce como restaurante turístico, se distingue de los dos anteriores porque no tiene un acceso especial para los empleados y proveedores, utilizan la misma que los clientes pero en un horario donde no hay servicio. El espacio de servicio es más restringido, su carta cuenta sólo con seis tiempos: entremeses, sopas y cremas, verduras, huevos o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes y postres, dulces, helados o fruta.

- **RESTAURANTE DE TERCERA CLASE (2 TENEDORES):**

En este tipo de restaurantes sólo se necesita tener insumos resistentes sin necesidad de ser lujosos, se puede ofrecer hasta 4 entradas. De igual forma la entrada es compartida por clientes y personal, necesita tener baños para hombres y para mujeres.

- **RESTAURANTE DE CUARTA CLASE (1 TENEDOR):**

En estos establecimientos debe estar separado el comedor de la cocina, sólo ofrece un menú sencillo con al menos cuatro entradas. Vajilla, cristalería y mantelería sencillas, limpias y resistentes. Los meseros no necesitan estar uniformados, sólo muy bien aseados.

**2.2.4.1. IMPORTANCIA DE RESTAURANTES:**

Según Cendales (2014) sostuvo que las empresas de restaurantes pequeños o familiares, MYPES, son muy relevantes en los países en vías de desarrollo como lo es Sudamérica. En el caso del Perú, se da trabajo formal a personas de la misma localidad, y satisfacen una necesidad primaria, como el de la alimentación, no podemos dejar de mencionar que generan un ingreso considerable al país. La buena atención al cliente se da cuando este satisface sus necesidades, tenemos que los servicios son intangibles, no se pueden tocar, oler, degustar, entre otros, así mismo son inseparables, ya que la persona que los ofrece, no se puede separar del servicio que va a brindar, son heterogéneos, puesto que es muy difícil una estandarización de la producción en los servicios; y por último, perecibles por que no se pueden almacenar.

### **III. HIPOTESIS :**

La investigación es de Tipo descriptiva, por lo tanto no se Requiere Formular Hipótesis.

### **IV. METODOLOGIA :**

#### **4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

##### **4.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:**

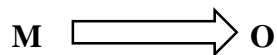
El estudio es de tipo Descriptiva y Explicativo, su propósito es describir realidades, hechos, Fenómenos, buscando especificar sus características.

##### **4.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN:**

La investigación fue de nivel cuantitativo, por que confirma la obtención de datos Sin manipularlos.

##### **4.1.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:**

No experimental descriptivo –Bibliográfico y Documental.



Dónde:

**M** = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

**O** = Observación de las variables: Financiamiento y rentabilidad.

## 4.2. POBLACION Y MUESTRA:

### 4.2.1. POBLACIÓN:

La población está constituida por las Mypes de dicadas al Rubro – Restaurantes (18), en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante villar. El número se determinó Filtrando la población conveniente para el estudio en objeto, de la fuente brindada de su registro de la entidad, Sunat.

### 4.2.2 MUESTRA:

La Muestra a considerar en el presente estudio son (8) de la totalidad de las Mypes de dicadas al Rubro – Restaurantes, en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar.

## 4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES:

VARIABLES	INDICADORES:
<b>FINANCIAMIENTO:</b> Son recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido. Para el desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Instituciones Prestamista</li><li>- Importes</li><li>- Tasas</li><li>- Plazos</li><li>- Usos del Crédito</li><li>- Dificultades</li></ul>
<b>RENTABILIDAD:</b> Es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrlo.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Costo de venta</li><li>- Ventas/Ingresos</li><li>- Utilidad</li><li>- Activo Total</li><li>- Dificultades</li></ul>

#### **4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECIÓN DE DATOS:**

##### **4.4.1. TÉCNICAS:**

Para el recojo de la información se ha utilizado la técnica de la encuesta.

##### **4.4.2. INSTRUMENTOS:**

Para el recojo de la información se utilizara un cuestionario estructurado de 20 preguntas.

#### **4.5. PLAN DE ANALISIS:**

Para el plan de análisis de los datos recolectados en la investigación se consideró el análisis descriptivo.

-Para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el Programa Microsoft Word 2013.

- Luego de realizar la encuesta respectiva a los representantes de las MYPE del rubro restaurantes del Distrito de Zorritos, con la información recolectada se realizó las tablas de distribución de frecuencias absolutas y frecuencias relativas porcentuales, así mismo se elaboraron figuras estadísticas de cada pregunta del cuestionario. Utilizando como soporte el Programa Microsoft Excel 2013.

#### 4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA:

PROBLEMA	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS	METODOLOGIA	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
"CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018".	FINANCIAMIENTO	Instituciones Prestamistas Importes Tasas Plazos Usos del Credito Dificultades	<b>OBJETIVOS GENERAL</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b>	<b>TÉCNICAS:</b>
			Describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las mypes – rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018.	El estudio es de tipo Descriptiva y Explicativo, su propósito es describir realidades, hechos, Fenómenos, buscando especificar sus características.	Para el recojo de la información se ha utilizado la técnica de la encuesta.
	RENTABILIDAD	Ventas/Ingresos Costo de venta Activo Total Utilidad Dificultades	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</b>	Para el recojo de la información se utilizara un cuestionario estructurado de 20 preguntas.
			1. Describir las características del financiamiento de las mypes – rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018.  2. Describir las características de la rentabilidad de las mypes – rubro restaurantes en el distrito de zorritos, provincia contralmirante villar 2018.  3. Elaborar una propuesta de Mejora en la Variable Rentabilidad en las Mypes – Rubro Restaurantes en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar 2018.	No experimental descriptivo – Bibliográfico y Documental.  M =====> O  Dónde: M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas. O = Observación de las variables: Financiamiento y rentabilidad.	
<b>2..POBLACION Y MUESTRA:</b>	<b>POBLACIÓN:</b>				
<b>MUESTRA :</b>	La población está constituida por las Mypes de dicadas al Rubro – Restaurantes (18), en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante villar. El número se determinó Filtrando la población conveniente para el estudio en objeto, de la fuente brindada de su registro de la entidad, Sunat.  La Muestra a considerar en el presente estudio son (8) de la totalidad de las Mypes de dicadas al Rubro – Restaurantes, en el Distrito de Zorritos, Provincia Contralmirante Villar.				

#### **4.7.PRINCIPIOS ETICOS :**

El presente trabajo de investigación titulado: “CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018”, ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

El cual se realizó con el principio ético profesional, de transparencia, honestidad y Veracidad, a su vez salvaguardar la información confidencial y de dominio privado que está relacionado con las operaciones de las Mypes encuestadas.

##### **4.7.1. ÉTICA PROFESIONAL:**

Esta investigación está sujeta a Los alineamientos éticos que toda investigación requiere basada en cuatro principios éticos fundamentales Como son el, respeto por Las personas. La beneficencia, la no maleficencia y la justicia. Estos principios Han guiado el proceso de investigación desde la obtención de información hasta la elaboración e interpretación de resultados.

##### **4.7.2. TRANSPARENCIA:**

La presente investigación se realizó con total transparencia, en la cual la obtención de datos de fuentes de información mencionada.

#### 4.7.3. HONESTIDAD:

Se informó a los Representantes Legal de las MYPES, que la encuesta es con los fines de investigación, las cuales se encuentran plasmados en el presente estudio.

#### 4.7.4 VERACIDAD:

La recolección de datos de la investigación se realizó y se plasmó con veracidad está íntimamente relacionado con la verdad o a la realidad y con sinceridad.

### V. RESULTADOS :

#### 5.1. RESULTADOS:

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIO
<b>I. REFERENTE A CARACTERISTICAS DE LAS MYPES</b>		
Género	1	El 62.5 %(5) de los encuestado son Género Femenino y El 37.5 %(3) son Género Masculino. En la cual manifestó que la mayor población de las mypes en estudio, son Constituidas por el Género Masculino.
Ocupación en el Negocio	2	El 75 %(6) del encuestado realizan todas las ocupaciones a su vez en el Negocio y El 25 %(2) Tienen como ocupación como Propietarios. En la cual manifestó que la mayor población de las mypes en estudio, realizan todas las ocupaciones a su vez en el Negocio.
<b>II.REFERENTE A CARACTERISTICAS DE LAS MYPES</b>		
Tiempo de labor en el Rubro	3	El 88 %(7) del encuestado tiene 4 años a más laborando en el Rubro y El 13 %(1) Tienen Menos de 1 Año.
Número de trabajadores	4	El 75 %(6) del encuestado cuentan con 2 a 4 trabajadores laborando en sus Mypes y El 25 %(2) cuentan con 4a 6 trabajadores laborando.
Régimen Tributario De las Mypes.	5	El 100 %(8) del encuestado se encuentra en el Régimen Nuevo Rus. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio se encuentran en el Régimen Nuevo Rus.
Categoría del Régimen de las Mypes.	6	El 100 %(8) del encuestado se encuentra en la Primera categoría del Régimen Nuevo Rus. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio Presentan sus Ingresos/ventas en un Promediar de 5,000 a 8,000 Nuevos soles mensuales.



<b>III. REFERENTE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:</b>		
Cómo Financias Tu Negocio	7	El 100 % (8) del encuestado Financian su negocio con Prestamos Financieros. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio realizan sus actividades de su negocio con Prestamos Financieros, Debido a que no cuenta con un capital Propio para invertir en su negocio.
A Qué Entidad Financiera Ha Solicitado Crédito.	8	El 100 % (8) del encuestado ha solicitado créditos a Cajas Municipales. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio ha solicitado créditos en las Cajas Municipales debido a que les brindan más facilidades para obtener un crédito.
Monto del crédito	9	El 37.5% (3) del encuestado han solicitado crédito por el monto de 15,000 a 20,000 soles, el 25% (2) por el monto de 20,000 a más, , el 12.5% (1) por el monto de 500 a 2,000 soles, el 12.5% (1) por el monto de 5,000 a 8,000 soles y el 12.5% (1) por el monto de 8,000 a 10,000 soles .
Tasa de Interés del crédito	10	El 50% (4) del encuestado han obtenido créditos con una tasa de interés de 37% a 42% , el 25% (2) por una tasa de interés de 10% a 18%, y el 25% (2) con una tasa de interés de 43% a más. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio es el 50% (4) asumieron el crédito Financiero con una tasa de interés de 37% a 42%.
Plazo del crédito	11	El 37.5% (3) del encuestado han obtenido créditos por un plazo de 2 años, el 25% (2) por el plazo de 18 meses, el 12.5% (1), 6 meses , el 12.5% (1) por 1 año y el 12.5% (1) por 3 años.
En qué fue invertido el crédito Obtenido	12	El 50% (4) del encuestado ha invertido el crédito solicitado en Mejoramiento y/o Ampliación de Local, el 25% (2) ha invertido en capital de trabajo y el 25% (2) en activo fijo.
Veces de crédito Solicitado	13	El 63% (5) del encuestado ha solicitado Crédito de 2 a 4 Veces y el 38% (3) de 4 a 6 veces.
Dificultades Para Obtener un Crédito	14	El 50% (4) del encuestado afirman que las dificultades presentadas para obtener un crédito es por Exigencia de Aval/Hipotecas personales, el 25% (2) indica que las son las Tasas elevadas, el 12.5% (1) Muchos Requisito, y el 12.5% (1) Montos insuficientes.
<b>IV. REFERENTE DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:</b>		
Ventas Mensual	15	El 75% (6) del encuestado presentan sus ventas mensuales entre 1,000 a 5,000 soles, el 12.5% (1) de 5,000 a 10,000 soles y el 12.5% (1) entre 15,000 a 20,000 soles.
Costo de Ventas Mensual	16	El 62.5% (5) del encuestado presentan sus Costo de Ventas mensuales entre 1,000 a 1,500 soles, el 25% (2) entre 500 a 1,000 soles y el 12.5% (1) entre 1,500 a 2,000 soles.
Total Activo del Negocio	17	El 75% (6) del encuestado indicaron que cuentan con un promediar de S/. 72,167.00 en Total activo, el 25% (2) en S/. 30,000.00 a S/. 35,000.00.
Rentabilidad Anual.	18	El 25% (2) del encuestado obtuvieron 10% a 15% de Rentabilidad anual en su negocio; el 25% (2) entre 25% a 30%; el 25% (2) 45% a 50%; el 12.5% (1) Menos de 10%, y el 12.5% (1) 15% a 20%.
Ha variado su Rentabilidad en los años 2016 y 2017	19	El 50% (4) del encuestado, "SI" obtuvieron Rentabilidad entre 10% a 100% en los años 2016 y 2017 y el 50% (4) "NO" obtuvieron Rentabilidad.
Problemas que Afectan la Rentabilidad	20	El 50% (4) del encuestado Indicaron que la competencia es uno de los problemas que más afectan la Rentabilidad del Negocio, Por otro lado el 37.5% (3) la disminución de ventas, y el 12.5% (1) Regularizaciones Gubernamentales.

FUENTE: TABLA N° 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15, 16, 17, 18,19 y 20 (ver anexo N° 02).

## **5.2.ANALISIS DE RESULTADOS:**

### **5.2.1. PRIMER OBJETIVOS ESPECÍFICO:**

- a) En la Tabla N° 07 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento al Total de la población 100 %(8) del encuestado Financian su negocio con Prestamos Financieros.
- b) En la Tabla N° 08 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento al Total de la población 100 %(8) del encuestado ha solicitado créditos a Cajas Municipales.
- c) En la Tabla N° 09 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 37.5%(3) del encuestado han solicitado crédito por el monto de 15,000 a 20,000 soles, el 25%(2)por el monto de 20,000 a más, , el 12.5%(1)por el monto de 500 a 2,000 soles, el 12.5%(1)por el monto de 5,000 a 8,000 soles y el 12.5%(1)por el monto de 8,000 a 10,000 soles .
- d) En la Tabla N° 10 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 50%(4) del encuestado han obtenido créditos con una tasa de interés de 37% a 42% , el 25%(2)por una tasa de interés de 10% a 18%,y el 25%(2)con una tasa de interés de 43% a más.
- e) En la Tabla N° 11 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 37.5%(3) del encuestado han obtenido créditos por un plazo de 2 años, el 25%(2) por el plazo de 18 meses, el 12.5% (1),6 meses , el 12.5%(1) por 1 año y el 12.5%(1) por 3 años.

- f) En la Tabla N° 12 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 50%(4) del encuestado ha invertido el crédito solicitado en Mejoramiento y/o Ampliación de Local, el 25%(2) ha invertido en capital de trabajo y el 25%(2) en activo fijo.
- g) En la Tabla N° 13 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 63%(5) del encuestado ha solicitado Crédito de 2 a 4 Veces y el 38%(3) de 4 a 6 veces.
- h) En la Tabla N° 14 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Financiamiento El 50%(4) del encuestado afirman que las dificultades presentadas para obtener un crédito es por Exigencia de Aval/Hipotecas personales, el 25%(2) indica que las son las Tasas elevadas, el 12.5%(1) Muchos Requisito, y el 12.5%(1) Montos insuficientes.

#### **5.2.2. SEGUNDO OBJETIVOS ESPECÍFICO:**

- a) En la Tabla N° 15 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Rentabilidad El 75%(6) del encuestado presentan sus ventas mensuales entre 1,000 a 5,000 soles, el 12.5%(1) de 5,000 a 10,000 soles y el 12.5%(1) entre 15,000 a 20,000 soles.
- b) En la Tabla N° 16 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Rentabilidad El 62.5%(5) del encuestado presentan sus Costo de Ventas mensuales entre 1,000 a 1,500 soles, el 25%(2) entre 500 a 1,000 soles y el 12.5%(1) entre 1,500 a 2,000 soles.

- c) En la Tabla N° 17 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable Rentabilidad El 75%(6) del encuestado indicaron que cuentan con un promedio de S/. 72,167.00 en Total activo, el 25%(2) en S/.30,000.00 a S/.35,000.00.
- d) En la Tabla N° 18 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable rentabilidad ,El 25%(2) del encuestado obtuvieron 10% a 15% de rentabilidad anual en su negocio; el 25%(2) entre 25% a 30%; el 25%(2) 45% a 50%; el 12.5%(1) Menos de 10%, y el 12.5%(1) 15% a 20%.
- e) En la Tabla N° 19 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable rentabilidad, El 50%(4) del encuestado, “SI” obtuvieron rentabilidad entre 10% a 100% en los 2 últimos años y el 50%(4) “NO” obtuvieron Rentabilidad en los 2 últimos años.
- f) En la Tabla N° 20 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable rentabilidad, El 50%(4) del encuestado indicaron que la competencia es uno de los problemas que más afectan la rentabilidad del Negocio, Por otro lado el 37.5%(3) la disminución de ventas, y el 12.5%(1) regularizaciones gubernamentales.

## VI. CONCLUSIONES:

### 6.1.1. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018.

Al término de la presente investigación de haber tenido como resultado que el 100% de los encuestados Afirman que si tienen la necesidad de financiamiento para su negocio, se ha logrado identificar las siguientes características del Financiamiento:

- a) Con respecto a **Instituciones Prestamistas**: el Total de la población 100 %(8) del encuestado ha solicitado créditos a Cajas Municipales.
- b) Con respecto a los **Importes** de los créditos: El 37.5%(3) del encuestado han solicitado crédito por el monto de 15,000 a 20,000 soles, el 25%(2) por el monto de 20,000 a más, el 12.5%(1)por el monto de 500 a 2,000 soles, el 12.5%(1)por el monto de 5,000 a 8,000 soles y el 12.5%(1)por el monto de 8,000 a 10,000 soles.
- c) Con respecto a las **Tasas** de los créditos : El 50%(4) del encuestado han obtenido créditos con una tasa de interés de 37% a 42% , el 25%(2)por una tasa de interés de 10% a 18%,y el 25%(2)con una tasa de interés de 43% a más.
- d) Con respecto a los **Plazos** de los créditos: El 37.5%(3) del encuestado han obtenido créditos por un plazo de 2 años, el 25%(2) por el plazo de 18 meses, el 12.5% (1),6 meses , el 12.5%(1) por 1 año y el 12.5%(1) por 3 años.

- e) Con respecto a los **Usos De Los Créditos**: El 50%(4) del encuestado ha invertido el crédito solicitado en Mejoramiento y/o Ampliación de Local, el 25%(2) ha invertido en capital de trabajo y el 25%(2) en activo fijo.
  
- f) Con respecto a las **Dificultades** para obtener crédito: El 50%(4) del encuestado afirman que las dificultades presentadas para obtener un crédito es por Exigencia de Aval/Hipotecas personales, el 25%(2) indica que las son las Tasas elevadas, el 12.5%(1) Muchos Requisito, y el 12.5%(1) Montos insuficientes.

**6.1.2. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018.**

Al término de la presente investigación de haber tenido como resultado que el 100% de los encuestados Afirman las siguientes características de la rentabilidad:

- a) Con respecto a **Ventas/Ingresos**: El 75%(6) del encuestado presentan sus ventas mensuales entre 1,000 a 5,000 soles, el 12.5%(1) de 5,000 a 10,000 soles y el 12.5%(1) entre 15,000 a 20,000 soles.
  
- b) Con respecto a **Costo de venta**: El 62.5%(5) del encuestado presentan sus Costo de Ventas mensuales entre 1,000 a 1,500 soles, el 25%(2) entre 500 a 1,000 soles y el 12.5%(1) entre 1,500 a 2,000 soles.

c) Con respecto al **Activo Total**: El 75%(6) del encuestado indicaron que cuentan con un promedio de S/. 72,167.00 en total activo, el 25%(2) en S/.30,000.00 a S/.35,000.00.

d) Con respecto a la **Utilidad del año en estudio**: El 25%(2) del encuestado obtuvieron 10% a 15% de Rentabilidad anual en su negocio; el 25%(2) entre 25% a 30%; el 25%(2) 45% a 50%; el 12.5%(1) Menos de 10%, y el 12.5%(1) 15% a 20%.

Con respecto **Rentabilidad en los años 2016 y 2017**: El 50%(4) del encuestado, “SI” obtuvieron Rentabilidad entre 10% a 100% en los 2 últimos años y el 50%(4) “NO” obtuvieron Rentabilidad en los 2 últimos años.

e) Con respecto **Dificultades/Problemas**: El 50%(4) del encuestado Indicaron que la competencia es uno de los problemas que más afectan la Rentabilidad del Negocio, Por otro lado el 37.5%(3) la disminución de ventas, y el 12.5%(1) Regularizaciones Gubernamentales.

### **6.1.3.ELABORAR UNA PROPUESTA DE MEJORA EN LA VARIABLE RENTABILIDAD EN LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018.**

- a) En el distrito de Zorritos, Provincia de Contralmirante villar, en el periodo 2018, Las Mypes del Rubro Restaurantes , Concluye que el 50%(4), mencionan que el principal problema que incide en su rentabilidad de sus Negocios es la **“competencia”** que existe en el mercado, siendo necesario darle solución al problema con la elaboración de una propuesta de mejora en la Variable rentabilidad, Como medida de solución para Ofrecer el servicio vía web y poder sobre salir en el mundo competitivo logrando un buen posicionamiento en el mercado.

Acuerdo con el autor Gualán Chacaguasay (2015), en la que Afirma que el mundo digital genera ventajas competitivas que le permiten a una pequeña o mediana empresa competir con grandes empresas de recursos económicos elevados. Así es como una pyme podrá crecer e incrementar su actividad económica. Ya que Gracias al Internet el Marketing Digital y el posicionamiento son el presente y el futuro de la comunicación entre las empresas y sus clientes, por lo tanto, es fundamental el estudio y desarrollo de estrategias que permitan posicionar cualquier marca en el mundo digital, o lo que es lo mismo, en internet.

- b) En la que se recomienda aplicar la propuesta mejora, que es adjuntada como (Anexo n° 06, pag.82) del Presente informe de tesis.



## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:**

### **Nueva Ley de Mype es más integral**

**(Decreto Legislativo N° 1086).**

Permitirá atender aspectos fiscales y administrativos, Disposiciones de aplicación permanente garantizan su viabilidad, La nueva Ley de la micro y pequeña empresa, aprobada por **Decreto Legislativo N° 1086**, constituye una norma integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

Así lo sostiene un informe legal de la Cámara de Comercio de Lima, el cual concluye que esta novedosa legislación constituye la norma más importante expedida por el Gobierno en el marco de las facultades legislativas delegadas por el Congreso de la República mediante la Ley N° 29157.

La norma, agrega, recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, mype hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad.

Se destaca igualmente la aplicación permanente de esta ley, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. “Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la Ley N° 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios”, sostiene.

Otro aspecto relevado es el mejor trato que ahora recibe el titular o dueño de la mype, a quien se le considera “trabajador que da trabajo” y, por cuyos servidores se les reconoce derechos laborales como el acceso a la seguridad social y a pensiones, con el

aporte solidario del Estado del 50 por ciento de las aportaciones.

El régimen laboral de la mype ha sido ratificado por el TC, al reconocer que no se trata de un régimen discriminatorio ni desigual, sino que busca la formalización y la generación de empleo decente en este importante sector productivo, destaca la CCL.

Reconocimientos.

1. El régimen especial reconoce derechos laborales básicos como: la jornada de 8 horas diarias, descanso semanal de 24 horas, 15 días de vacaciones, 15 días de CTS por año, dos gratificaciones de medio sueldo por año, derecho a la remuneración mínima.

2. Además, la indemnización por despido injustificado de 10 remuneraciones diarias por año para la mype y de 20 remuneraciones diarias por año para la pyme, derecho a la seguridad social y pensiones, sindicación y negociación colectiva de ser el caso.

3. La norma solo se aplicarán a los nuevos trabajadores que sean contratados a partir de la vigencia del D. Leg 1086 (luego de aprobado el reglamento en un plazo de 60 días).

4. Los trabajadores antiguos bajo el régimen general, conservarán los derechos que por ley les corresponde, inclusive, se establecen “candados” para evitar el recorte de estos derechos, al haberse fijado multas e indemnizaciones ante incumplimientos.

5. Incluso, quienes falseen información o dividan sus unidades empresariales para acceder a este régimen especial serán sancionadas e inhabilitadas de contratar con el Estado hasta por dos años.

**Fuente:** diario El peruano Pág14.

## REFERENCIAS BIBLOGRAFICAS

- (**NAVARRO, 2016**) *CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2016.*
- Baylon, J. A. (2016).** *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES, DEL DISTRITO DE SURQUILLO CERCADO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2014-2015.* LIMA.
- Carolina, B. P. (2016).** *“Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro restaurantes en el distrito de callería, 2015”.* pucalpa.
- CASTILLO, B. D. (2016).** *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SEVICIOS – RUBRO RESTAURANTES - NEPEÑA, 2014.* CHIMBOTE.
- CASTILLO, J. D. (2015).** *“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO- RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE JESÚS MARÍA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2015”.* LIMA.
- CURSOS GASTRONOMIA.** (12 de MARZO de 2014). *CURSOS GASTRONOMIA.* Obtenido de <http://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
- FLORES, J. L. (2018).** *CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO – COMPRA Y VENTA DE LUBRICANTES Y REPUESTOS AUTOMOTRICES, DE LA PROVINCIA DE HUARMEY, AÑO 2017.* CHIMBOTE.
- NAVARRO, N. A. (2016).** *CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD Y.* piura.
- PEREZ, L. G. (2016).** *LA FORMALIZACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO -RUBRO RESTAURANTES,DEL CASCO URBANO DE VILLA RICA,DISTRITO DE VILLA RICA,PROVINCIA DE OXAPAMPA,DEPARTAMENTO DE PASCO,PERIODO 2016.* PASCO.
- TAMPI, B. H. (2016).** *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. GRAN CHIMÚ (Cuadra 1-10) DE LA URBANIZACIÓN ZÁRATE DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO – PROVINCIA Y DEPARTAMENTO LIMA, PERIODO 2014-20.* LIMA.
- TELLO, B. R. (2016).** *“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERÍAS DE LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO- TINGO MARIA, PERÍODO 2015 – 2016”.* Tingo Maria.
- Vassallo, D. A. (2017).** *LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE SKY ROOM,LAS MUSAS,EN LA CIUDAD DE CHICLAYO,2016.* CHICLAYO.

# ANEXO

ANEXO N° 01:



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERA Y  
ADMINISTRATIVAS.**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CUESTIONARIO**

El Presente Cuestionario Tiene por Finalidad Recoger Información de las Micro y Pequeñas Empresas para Desarrollar el Trabajo de Investigación Denominada **“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR 2018”**.

La Información que usted Proporcionará será Utilizada sólo con Fines Académicos y de Investigación, Por lo Tanto se le agradece su Valiosa Información y Colaboración.

**Encuestador (a):** Vite Tejada, Julio Cesar. Zorritos,...../...../.....

**Razón Social:** .....

**.RUC** :.....

**Nombre del Negocio:** .....

**\*NOTA IMPORTANTE:** La mayoría de las respuestas que den los encuestados se deben marcar con una X. En otras (que son la menos) hay que escribir (especificar) la respuesta

**I. REFERENTE AL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPE EN ESTUDIO:**

**1.1. Género y Edad :**

- a) Masculino  b) Femenino   
- Edad: .....

**1.2. Ocupación en el Negocio:**

- a) Propietario  b) Administrador  c) Trabajador  d) Todas a su Vez

**II. REFERENTE A CARACTERISTICAS DE LAS MYPE:**

**2.1. Tiempo en Meses/ años que viene laborando en el Rubro Restaurantes: .....**

**2.2. Número de trabajadores: .....**

**2.3. ¿En qué Régimen Tributario se encuentra su Negocio?**

- a) Nuevo Rus  b) Régimen Especial de Renta  c) Régimen Mype Tributario   
d) Régimen General

**2.4. ¿En qué categoría del Régimen se encuentra Su Negocio? :.....**

**III. REFERENTE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:**

**3.1. ¿Cómo Finanzas Tu Negocio?**

- a) Capital Propio  b) Prestamos de Terceros  d) Prestamos Financieros

**3.2. ¿A Qué Entidad Financiera Ha Solicitado Crédito?**

- a) Bancos  b) Caja Municipales  c) Cooperativas  d) Prestamistas o Usureros

Nombre de la entidad/prestamistas:.....

**3.3.¿Cuánto fue el monto del crédito solicitado?**

- a) 500 a 2,000  b) 2,000 a 5,000  c) 5,000 a 8,000  d) 8,000 a 10,000   
e) 10,000 a 12,000  f) 12,000 a 15,000  g) 15,000 a 20,000  h) 20,000 a más.

**3.4.¿Cuánto Fue la tasa de Interés del crédito Solicitado?**

- a) 10 18%  b) 19 a 27%  c) 28 a 36 %  d) 37 a 42%  e) 43% a más.

**3.5.¿Cuánto fue el Plazo del crédito Solicitado?**

- a) 6 Meses  b) 1 año  c) 18 Meses  d) 2 Años  e) 3 Años   
f) 4 Años a más

**3.6.¿En qué fue invertido el crédito Obtenido?**

- a) Capital de Trabajo  b) Mejoramiento y/o Ampliación de Local  c) Activo Fijo

**3.7.¿Cuántas veces ha solicitado crédito? :.....**

**3.8.¿Cuáles Son las Dificultades Presentadas Para Obtener un Crédito?**

- a) Mucho Requisito  b) Monto Insuficientes  c) Plazos Muy Cortos   
d) Tasas Elevadas  e) Exigencia de Aval/Hipotecas personales

**IV. REFERENTE DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:**

**4.1.¿Cuánto es el importe de sus Ventas mensual de su negocio?**

- a) Menos de S/.1, 000  b) S/.1, 000 a S/.5, 000  c) S/.5, 000 a 10,000   
d) S/.10, 000 a 15,000  e) S/.15, 000 a S/ 20,000  f) Otros, S/.....

**4.2.¿Cuánto es el importe de su costo de Venta Mensual de su negocio?**

- a) S/.500 a S/.1,000       b) S/.1,000 a S/.1,500       c) S/.1,500 a S/.2,000   
d) S/.2,000 a S/. 2,500       e) S/.2,500 a S/ 3,000       f) Otro, S/.....

**4.3.¿Cuánto es el importe Total del activo de su negocio?**

- a) Menos de S/.10, 000       b) S/.10,000 a S/.15,000       c) S/15,000 a 20,000   
d) S/.20, 000 a 25,000       e) S/.30, 000 a 35,000       d) Otro, S/.....

**4.4.¿Cuánto ha sido el Porcentaje de su Rentabilidad en el año de estudio?**

- a) Menos de 10%       b) 10% a 15%       c) 15% a 20%       d) 25% a 30%   
e) 30% a35%       f) 40% a 45%       g) 45% a 50%

**4.5.¿Ha variado su Rentabilidad de su Negocio en los años 2016 y 2017?**

Si       No

**\*Si la Respuesta es “SI” ¿En cuánto?**

- a) Menos de 10%       b) 10% a 15%       c) 15% a 20%       d) 25% a 30%   
e) 30% a35%       f) 40% a 45%       g) 45% a 50%       h) Otro;... ..%

**4.6.¿Qué Problemas Afectan la Rentabilidad de Su Negocio?**

- a) Disminución de Ventas       b) Competencia       c) Tasas de Interés Altas   
d) Precios Altos de Productos       e) Moda/Novedades       f) Nuevas Tecnologías   
g) Usos y costumbres       h) Regularizaciones Gubernamentales



## ANEXO N° 02:

### HOJA DE TABULACION

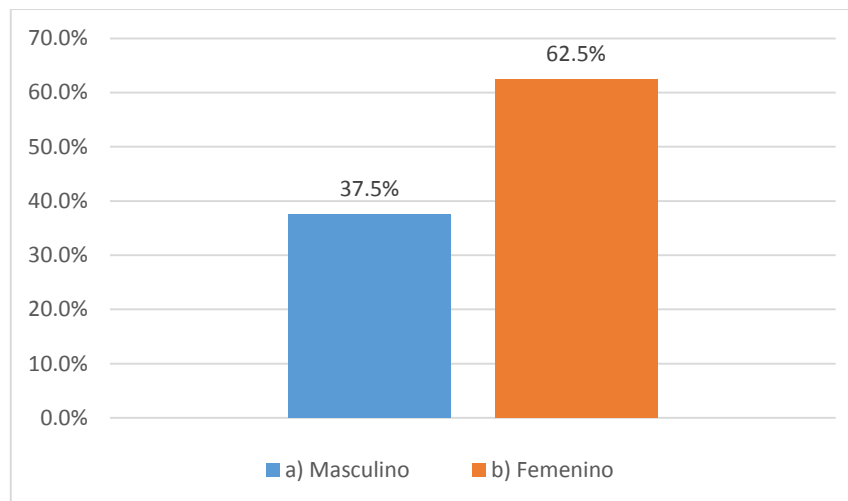
#### 1. REFERENTE AL REPRESENTANTE LEGAL DE LA MYPE EN ESTUDIO:

*Tabla N° 01 : Género*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Masculino	3	37.5%
b) Femenino	5	62.5%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



*Figura N° 01. ¿GENERO?  
Fuente: Tabla N° 01.*

#### **Interpretación:**

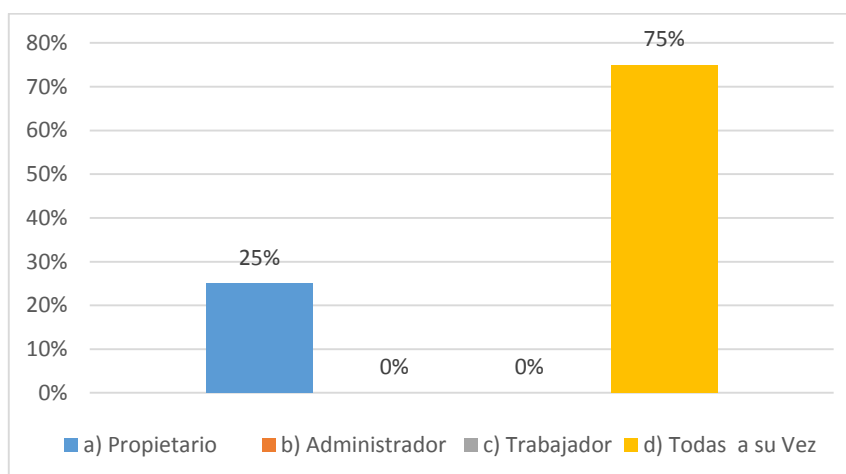
El 62.5 %(5) de los encuestado son Género Femenino y El 37.5 %(3) son Género Masculino. En la cual manifestó que la mayor población de las mypes en estudio, son Constituidas por el Género Masculino.

**Tabla N° 02 : Ocupación en el Negocio:**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a) Propietario	2	25%
b) Administrador		0%
c) Trabajador		0%
d) Todas a su Vez	6	75%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 02. Ocupación en el Negocio**  
**Fuente:** Tabla N° 02.

### **Interpretación:**

El 75 %(6) del encuestado realizan todas las ocupaciones a su vez en el Negocio y El 25 %(2) Tienen como ocupación como Propietarios.

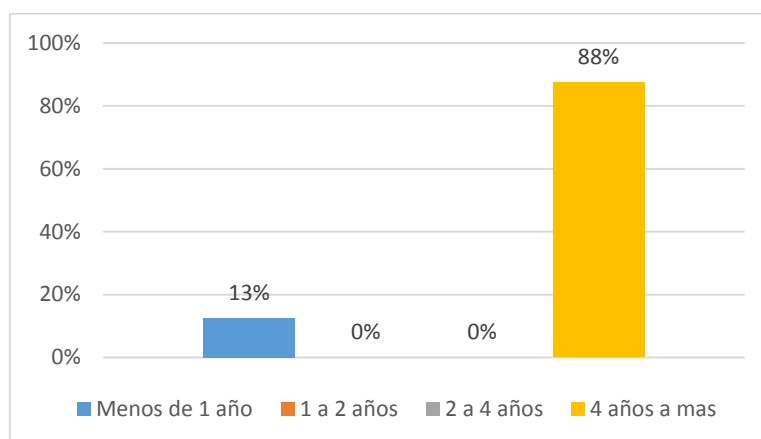
## II. REFERENTE A CARACTERISTICAS DE LAS MYPE:

**Tabla N° 03 :Tiempo de labor en el Rubro**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	1	13%
1 a 2 años		0%
2 a 4 años		0%
4 años a mas	7	88%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 03. Tiempo de labor en el Rubro.**

**Fuente:** Tabla N° 03.

### **Interpretación:**

El 88 %(7) del encuestado tiene 4 años a más laborando en el Rubro y El 13 %(1)

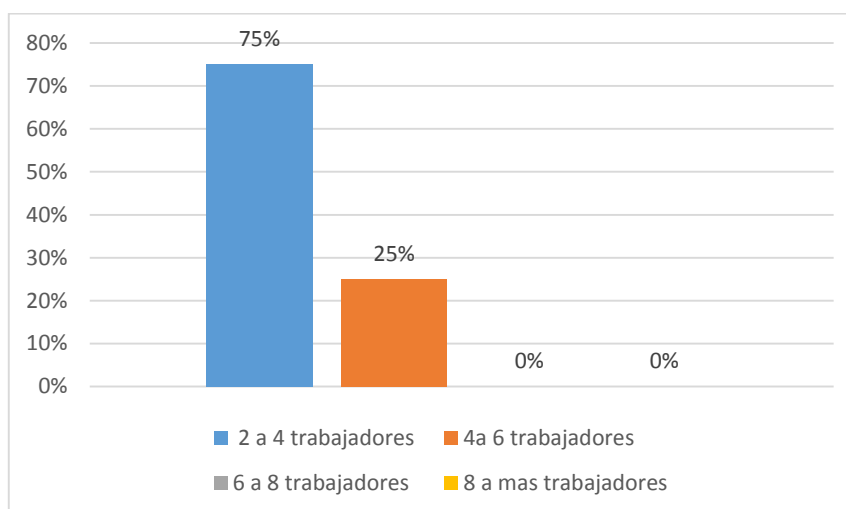
Tienen Menos de 1 Año.

**Tabla N° 04 : Número de trabajadores**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2 a 4 trabajadores	6	75%
4a 6 trabajadores	2	25%
6 a 8 trabajadores		0%
8 a mas trabajadores		0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los propietarios, gerentes, y/o representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



*Figura N° 04. Número de trabajadores.  
Fuente: Tabla N° 04.*

### **Interpretación:**

El 75 %(6) del encuestado cuentan con 2 a 4 trabajadores laborando en sus Mypes y

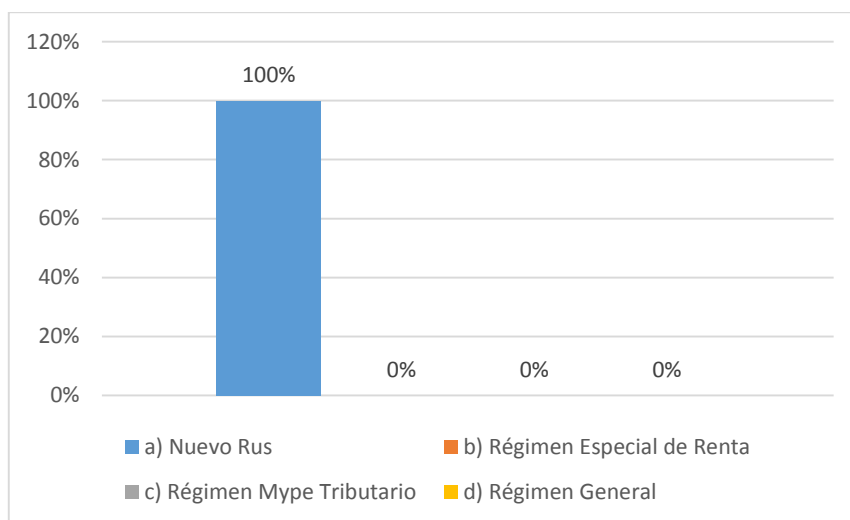
El 25 %(2) cuentan con 4a 6 trabajadores laborando.

**Tabla N° 05 : Régimen Tributario De las Mypes.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Nuevo Rus	8	100%
b) Régimen Especial de Renta		0%
c) Régimen Mype Tributario		0%
d) Régimen General		0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 05. Régimen Tributario De las Mypes.**  
**Fuente:** Tabla N° 05.

### **Interpretación:**

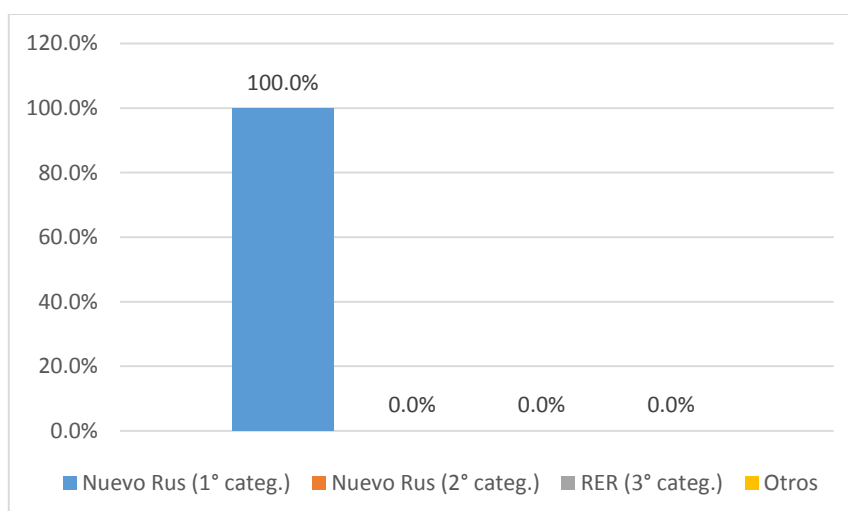
El 100 % (8) del encuestado se encuentra en el Régimen Nuevo Rus. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio se encuentra en el Régimen Nuevo Rus.

**Tabla N° 06 : Categoría del Régimen de las Mypes.**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nuevo Rus (1° categ.)	8	100.0%
Nuevo Rus (2° categ.)		0.0%
RER (3° categ.)		0.0%
Otros		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 06. Categoría del Régimen de las Mypes.**

**Fuente:** Tabla N° 06.

### **Interpretación:**

El 100 %(8) del encuestado se encuentra en la Primera categoría del Régimen Nuevo Rus. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio Presentan sus Ingresos/ventas en un Promediar de 5,000 a 8,000 Nuevos soles mensuales.

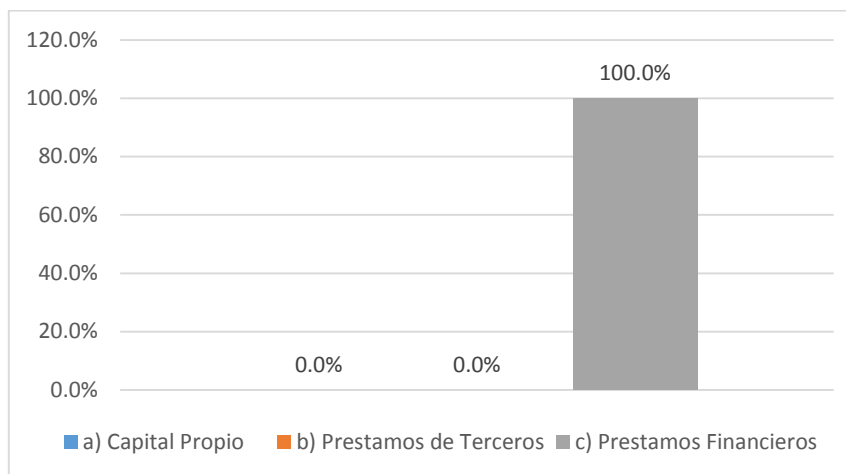
### III. REFERENTE DEL FINANCIAMIENTO DE LA MYPES:

**Tabla N° 07 :Cómo Finanzas Tu Negocio**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Capital Propio		0.0%
b) Prestamos de Terceros		0.0%
c) Prestamos Financieros	8	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 07. Cómo Finanzas Tu Negocio**

**Fuente:** Tabla N° 07.

### **Interpretación:**

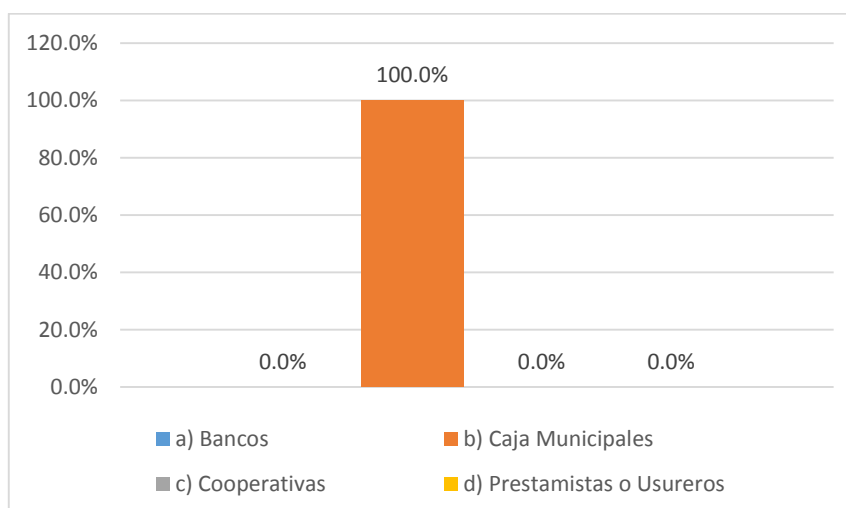
El 100 %(8) del encuestado Finanzan su negocio con Prestamos Financieros.

**Tabla N° 08 : A Qué Entidad Financiera Ha Solicitado Crédito.**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a) Bancos		0.0%
b) Caja Municipales	8	100.0%
c) Cooperativas		0.0%
d) Prestamistas o Usureros		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 08. A Qué Entidad Financiera Ha Solicitado Crédito.**  
**Fuente:** Tabla N° 08.

**Interpretación:**

El 100 %(8) del encuestado ha solicitado créditos a Cajas Municipales. En la cual se manifestó que la mayor población de las mypes en estudio ha solicitado créditos en las Cajas Municipales debido a que les brindan más facilidades para obtener un crédito.

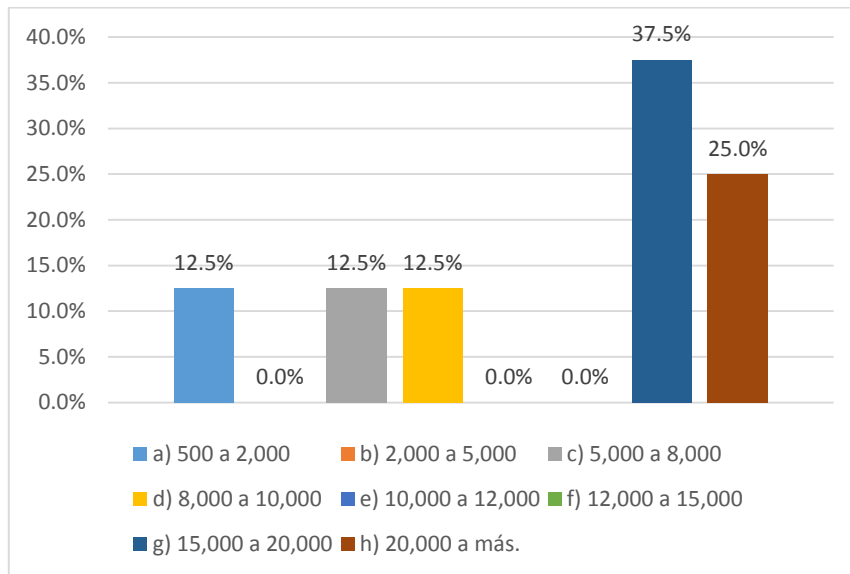


**Tabla N° 09 : Monto del crédito.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) 500 a 2,000	1	12.5%
b) 2,000 a 5,000		0.0%
c) 5,000 a 8,000	1	12.5%
d) 8,000 a 10,000	1	12.5%
e) 10,000 a 12,000		0.0%
f) 12,000 a 15,000		0.0%
g) 15,000 a 20,000	3	37.5%
h) 20,000 a más.	2	25.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 09. Monto del crédito.**

**Fuente:** Tabla N° 09.

### **Interpretación:**

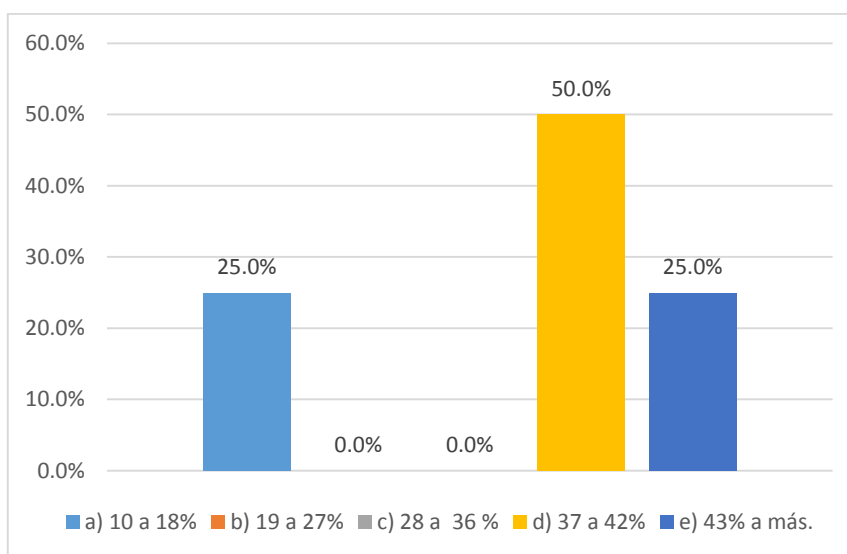
El 37.5%(3) del encuestado han solicitado crédito por el monto de 15,000 a 20,000 soles, el 25%(2)por el monto de 20,000 a más, , el 12.5%(1)por el monto de 500 a 2,000 soles, el 12.5%(1)por el monto de 5,000 a 8,000 soles y el 12.5%(1)por el monto de 8,000 a 10,000 soles.

**Tabla N° 10 : Tasa de Interés del crédito.**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a) 10 a 18%	2	25.0%
b) 19 a 27%		0.0%
c) 28 a 36 %		0.0%
d) 37 a 42%	4	50.0%
e) 43% a más.	2	25.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 10: : Tasa de Interés del crédito.**

**Fuente:** Tabla N° 10.

### **Interpretación:**

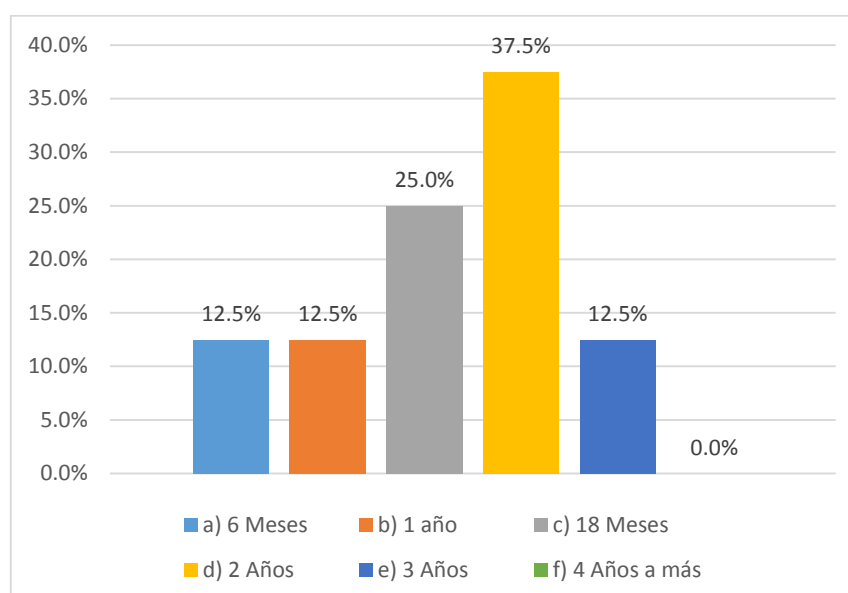
El 50%(4) del encuestado han obtenido créditos con una tasa de interés de 37% a 42% , el 25%(2)por una tasa de interés de 10% a 18%,y el 25%(2)con una tasa de interés de 43% a más. .

**Tabla N° 11 : Plazo del crédito**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) 6 Meses	1	12.5%
b) 1 año	1	12.5%
c) 18 Meses	2	25.0%
d) 2 Años	3	37.5%
e) 3 Años	1	12.5%
f) 4 Años a más		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 11: Tasa de Interés del crédito.**  
**Fuente:** Tabla N° 11.

### **Interpretación:**

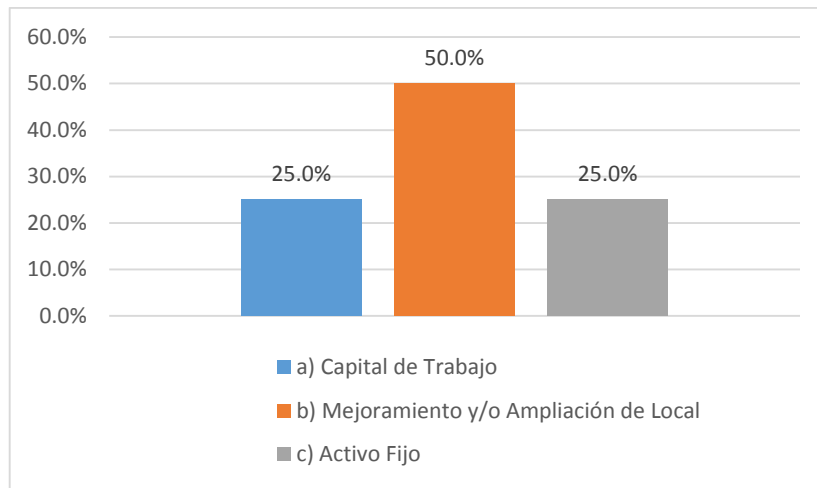
El 37.5%(3) del encuestado han obtenido créditos por un plazo de 2 años, el 25%(2) por el plazo de 18 meses, el 12.5% (1),6 meses , el 12.5%(1) por 1 año y el 12.5%(1) por 3 años.

**Tabla N° 12 : En qué fue invertido el crédito Obtenido**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a) Capital de Trabajo	2	25.0%
b) Mejoramiento y/o Ampliación de Local	4	50.0%
c) Activo Fijo	2	25.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 12: En qué fue invertido el crédito Obtenido.**

**Fuente:** Tabla N° 12.

### **Interpretación:**

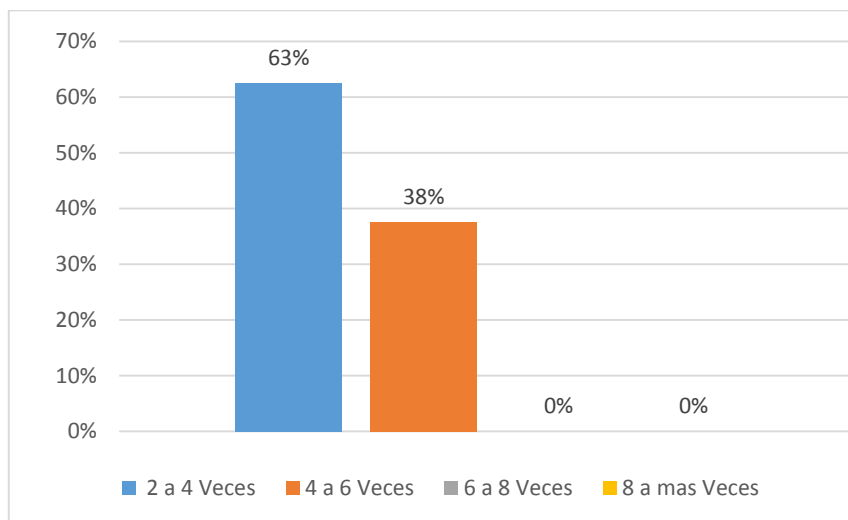
El 50%(4) del encuestado ha invertido el crédito solicitado en Mejoramiento y/o Ampliación de Local, el 25%(2) ha invertido en capital de trabajo y el 25%(2) en activo fijo.

**Tabla N° 13: Veces de crédito Solicitado**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2 a 4 Veces	5	63%
4 a 6 Veces	3	38%
6 a 8 Veces		0%
8 a mas Veces		0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 13: Veces de crédito Solicitado.**  
**Fuente:** Tabla N° 13.

### **Interpretación:**

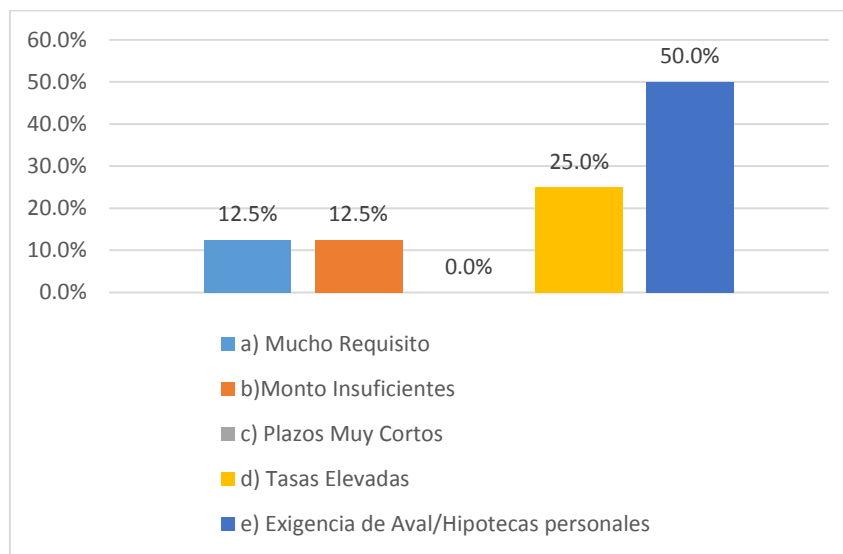
El 63%(5) del encuestado ha solicitado Crédito de 2 a 4 Veces y el 38%(3) de 4 a 6 veces.

**Tabla N° 14: Dificultades Para Obtener un Crédito**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Mucho Requisito	1	12.5%
b)Monto Insuficientes	1	12.5%
c) Plazos Muy Cortos		0.0%
d) Tasas Elevadas	2	25.0%
e) Exigencia de Aval/Hipotecas personales	4	50.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 14: Dificultades Para Obtener un Crédito.**

**Fuente:** Tabla N° 14.

### **Interpretación:**

El 50%(4) del encuestado afirman que las dificultades presentadas para obtener un crédito es por Exigencia de Aval/Hipotecas personales, el 25%(2) indica que las son las Tasas elevadas, el 12.5%(1) Muchos Requisito, y el 12.5%(1) Montos insuficientes.

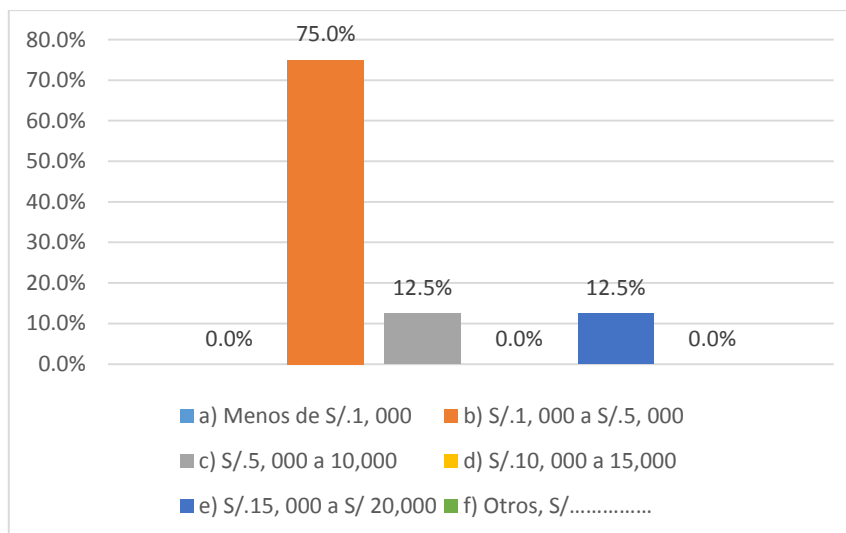
#### IV. REFERENTE DE LA RENTABILIDAD DE LA MYPES:

**Tabla N° 15: Ventas Mensual**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de S/.1, 000		0.0%
b) S/.1, 000 a S/.5, 000	6	75.0%
c) S/.5, 000 a 10,000	1	12.5%
d) S/.10, 000 a 15,000		0.0%
e) S/.15, 000 a S/ 20,000	1	12.5%
f) Otros, S/.....		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 15: Ventas Mensual.**

**Fuente:** Tabla N° 15.

#### **Interpretación:**

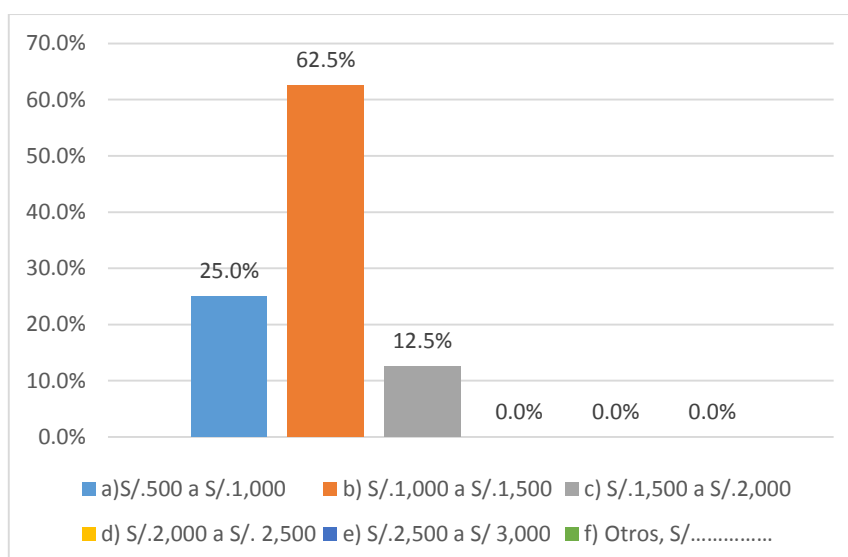
El 75%(6) del encuestado presentan sus ventas mensuales entre 1,000 a 5,000 soles, el 12.5%(1) de 5,000 a 10,000 soles y el 12.5%(1) entre 15,000 a 20,000 soles.

**Tabla N° 16: Costo de Ventas Mensual**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) S/.500 a S/.1,000	2	25.0%
b) S/.1,000 a S/.1,500	5	62.5%
c) S/.1,500 a S/.2,000	1	12.5%
d) S/.2,000 a S/. 2,500		0.0%
e) S/.2,500 a S/ 3,000		0.0%
f) Otros, S/.....		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 16: Costo de Ventas Mensual**  
**Fuente:** Tabla N° 16.

### **Interpretación:**

El 62.5%(5) del encuestado presentan sus Costo de Ventas mensuales entre 1,000 a 1,500 soles, el 25%(2) entre 500 a 1,000 soles y el 12.5%(1) entre 1,500 a 2,000 soles.

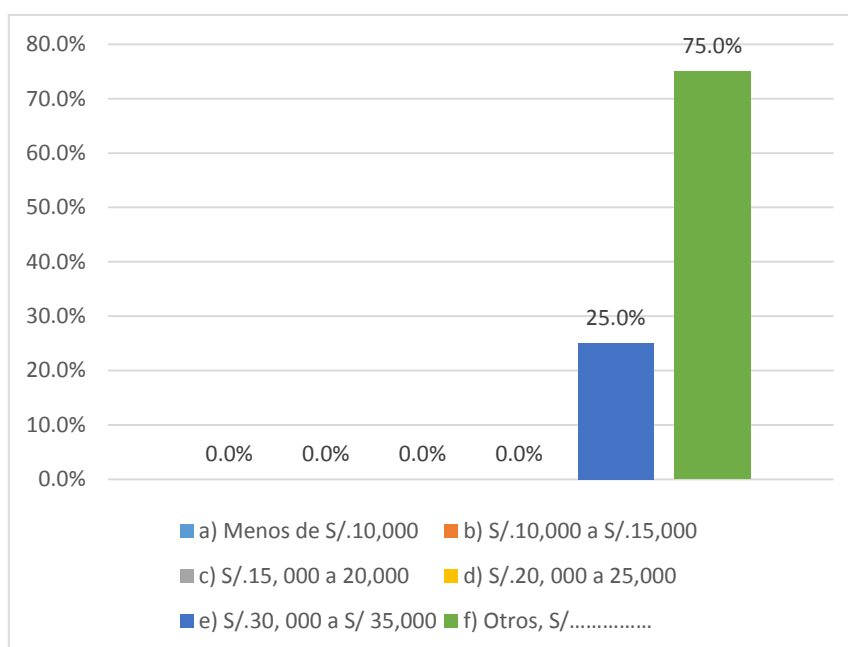


**Tabla N° 17: Total Activo del Negocio**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de S/.10,000		0.0%
b) S/.10,000 a S/.15,000		0.0%
c) S/.15, 000 a 20,000		0.0%
d) S/.20, 000 a 25,000		0.0%
e) S/.30, 000 a S/ 35,000	2	25.0%
f) Otros, S/.....	6	75.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 17: Total Activo del Negocio.**

**Fuente:** Tabla N° 17.

### **Interpretación:**

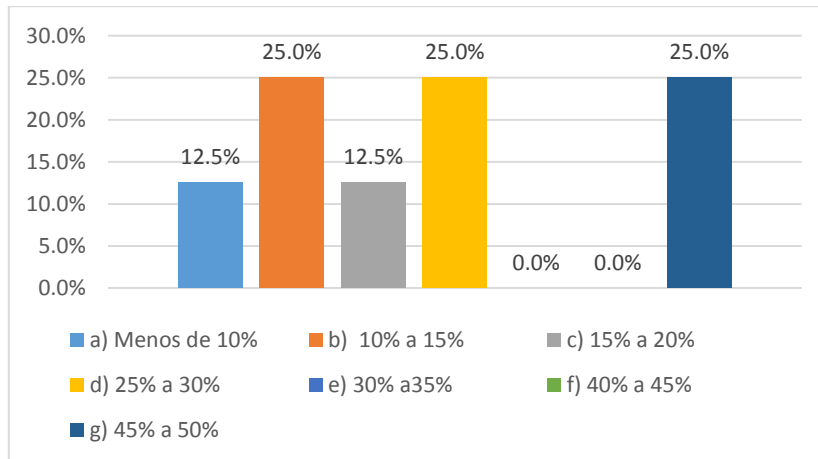
El 75%(6) del encuestado indicaron que cuentan con un promediar de S/. 72,167.00 en Total activo, el 25%(2) en S/.30,000.00 a S/.35,000.00.

**Tabla N° 18: Rentabilidad Anual.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de 10%	1	12.5%
b) 10% a 15%	2	25.0%
c) 15% a 20%	1	12.5%
d) 25% a 30%	2	25.0%
e) 30% a 35%		0.0%
f) 40% a 45%		0.0%
g) 45% a 50%	2	25.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 18: Rentabilidad Anual.**

**Fuente:** Tabla N° 18.

### **Interpretación:**

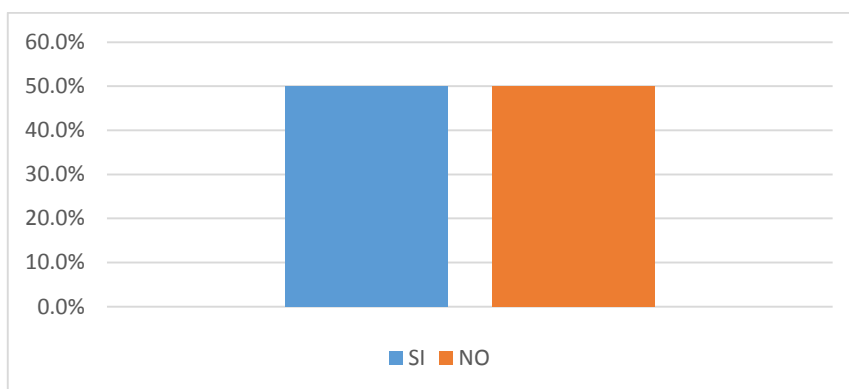
El 25%(2) del encuestado obtuvieron 10% a 15% de Rentabilidad anual en su negocio; el 25%(2) entre 25% a 30%; el 25%(2) 45% a 50%; el 12.5%(1) Menos de 10%, y el 12.5%(1) 15% a 20%.

**Tabla N° 19: Ha variado su Rentabilidad en los años 2016 y 2017**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	<b>4</b>	<b>50.0%</b>
a) Menos de 10%		0.0%
b) 10% a 15%	1	12.5%
c) 15% a 20%		0.0%
d) 25% a 30%	1	12.5%
e) 30% a35%		0.0%
f) 40% a 45%		0.0%
g) 45% a 50%	1	12.5%
h) Otro;... ..%	1	12.5%
<b>NO</b>	<b>4</b>	<b>50.0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 19: Ha obtenido Rentabilidad en los 2 últimos años**  
**Fuente:** Tabla N° 19.

### **Interpretación:**

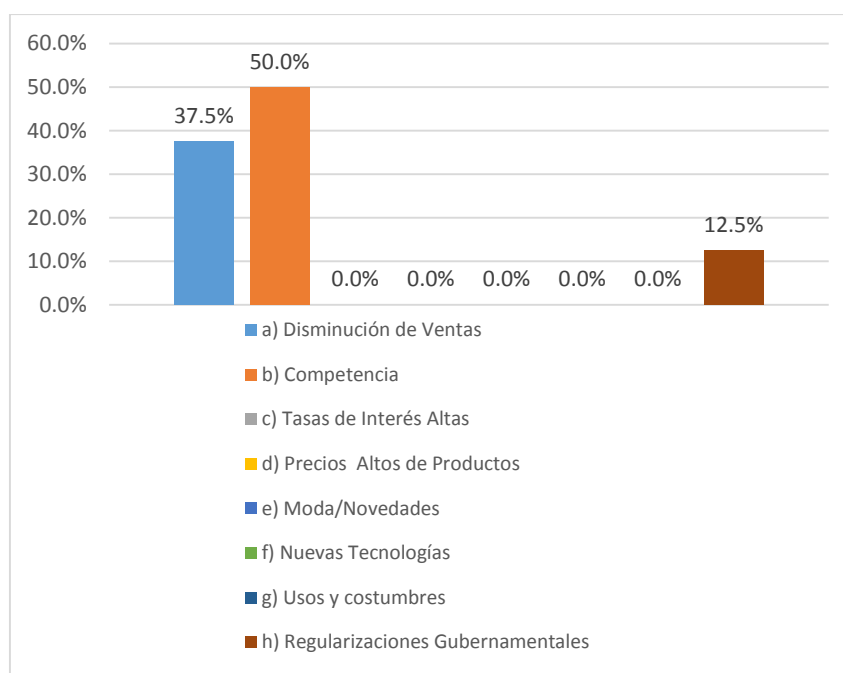
El 50%(4) del encuestado, “SI” obtuvieron Rentabilidad entre 10% a 100% en los años 2016 Y 2017 y el 50%(4) “NO” obtuvieron Rentabilidad en los años antes mencionado.

**Tabla N° 20: Problemas que Afectan la Rentabilidad**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Disminución de Ventas	3	37.5%
b) Competencia	4	50.0%
c) Tasas de Interés Altas		0.0%
d) Precios Altos de Productos		0.0%
e) Moda/Novedades		0.0%
f) Nuevas Tecnologías		0.0%
g) Usos y costumbres		0.0%
h) Regularizaciones Gubernamentales	1	12.5%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**FUENTE :** Encuesta aplicada a los representante legal de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio.

**ELABORACION:** JCVT.



**Figura N° 20: Problemas que Afectan la Rentabilidad.**

**Fuente:** Tabla N° 20.

### **Interpretación:**

El 50%(4) del encuestado Indicarón que la competencia es uno de los problemas que más afectan la Rentabilidad del Negocio, Por otro lado el 37.5%(3) la disminución de ventas, y el 12.5%(1) Regularizaciones Gubernamentales.

**ANEXO N° 03: RELACION DE LAS MYPES EN ESTUDIO.**

<b>ruc</b>	<b>nombre</b>	<b>des_estado</b>	<b>des_condicion</b>	<b>domicilio</b>
10002118918	ESPINOZA ZARATE JUAN	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NRO. 318 URB. BOCAPAN (ALTURA COLEGIO SANTA ROSA DE LIMA) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10002517863	GOMEZ CARRASCO LINO ALFREDO	ACTIVO	HABIDO	AV. REPUBLICA DEL PERU NRO. 092 TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10003200201	ERAS HIDALGO RONER ARTURO	ACTIVO	HABIDO	PRO. GRAU NRO. 446 (ESPALDAS DEL HOSPITAL) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10003220384	SALDARRIAGA DE SUAREZ NELLY ESPERANZA	ACTIVO	HABIDO	AV. 28 DE JULIO NRO. 734 CAS. LOS PINOS (CERCA A COLEGIO TECNOLOGICO DE LOS PINOS) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10003223057	SALDARRIAGA NOLAZCO IRMA	ACTIVO	HABIDO	AV. REPUBLICA DEL PERU NRO. 304 TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10003231009	SANCHEZ GARCIA ROSA ELENA	ACTIVO	HABIDO	AV. GRAU NRO. 100 CENTRO DE CONTR. VILLAR (ALT. DEL TALLER DE MECÁNICA CHICHO) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10038965943	PEÑA VIVAS KARIN JUNET	ACTIVO	HABIDO	AV. GRAU NRO. 404 TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10168013669	APOLO DE MORQUENCHO RUMINA VALIERE	ACTIVO	HABIDO	AV. REPÚBLICA DEL PERÚ NRO. 300 (FRENTE AL CENTRO DE SALUD) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10417389658	SILVA AMAYA JUAN ALBERTO	ACTIVO	HABIDO	AV. REPÚBLICA DEL PERÚ NRO. S/N CENTRO DE ZORRITOS (AL COSTADO DE COMERCIAL MILAGRITOS) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10003626623	MORE SALAZAR MARIA MAURA	ACTIVO	HABIDO	AV. EMANCIPACIÓN NRO. 88 A.H. ACAPULCO (FRENTE AL MUELLE DE ACAPULCO) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10038343829	NIZAMA DE SERNAQUE GLADIS	ACTIVO	HABIDO	AV. 28 DE JULIO NRO. 740 CAS. LOS PINOS (ALT. TECNOLOGICO) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10027218623	VELASQUEZ DE FLORES MARIA SALOME	ACTIVO	HABIDO	AV. REPUBLICA DEL PERU NRO. 210 (FRENTE A DISCOTECA REFUGIO) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10805241115	ZAVALA VELA OMAR	ACTIVO	HABIDO	AV. REPUBLICA DEL PERU NRO. S/N (COSTADO PUENTE LOS POZOS) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10436331237	CARPIO SALDARRIAGA IRENE DEL PILAR	ACTIVO	HABIDO	MZA. L LOTE 01 A.H. J.F. SANCHEZ C. (FRENTE AL CENTRO DE SALUD DE ZORRITOS) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10456285851	RUIZ AYALA VANESSA NAILEA	ACTIVO	HABIDO	AV. 28 DE JULIO NRO. 738 CAS. LOS PINOS (A ESPALDAS DE INSTITUTO TECNOLOGICO) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10470658474	MARTINEZ HURTADO JOSE	ACTIVO	HABIDO	PJ. HUASCAR NRO. 403 URB. CENT. ZORRITOS (AL COSTADO DEL IE CONTRALMIRANTE VILLAR) TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
10765054660	AQUINO PEÑA ARNOLD YOSSIMAR	ACTIVO	HABIDO	AV. PANAMERICANA NORTE NRO. S/N CAS. ACAPULCO TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS
20409467483	BAR RESTAURANT SAZON & SABOR E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	AV. FAUSTINO PIAGGIO NRO. 162 OTR. CENT. ZORRITOS TUMBES - CONTRALMIRANTE VILLAR - ZORRITOS

FUENTE: SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria).

UNIVERSIDAD : UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE - ULADECH. ENCUESTADOR : JULIO CÉSAR VITE TEJADA.		LISTA DE ENCUESTADOS	
FECHA :		FECHA :	
N°	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	NOMBRE DE LA MYPE	FIRMA
1	AQUINO PENA, ARNOLD AQUIÑO	"LA RES Y EL PEZ"	[Firma]
2	JUAN ESPINOZA ZARATO	RESTAURANT SUANITO	[Firma]
3	Zeladis Vizama De Serrano	RESTAURANT "La Tía Gladis"	[Firma]
4	Nelly Rojas-Salvadora de Sauer	(M <sup>te</sup> Espinoza)	[Firma]
5	MORE SALGADO MARIA M	"MARIA"	[Firma]
6	Rosa Elena Sanchez Garcia	"Playa Escondida"	[Firma]
7	LINO GOMEZ CARRASCO	"BLUE DOLPHIN"	[Firma]
8	Maria Salome Vilasquez de Flores	"Piscicultura Flores"	[Firma]
9			
10			
11			
12			

**FOTOS:**



**Figura:** RESTAURANTE LA “RES Y EL PEZ”.  
DE AQUINO PEÑA ARNOLD YOSSIMAR  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE LA “JUANITO”.  
DE, JUAN ESPINOZA ZARATE  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE LA “GLADIS”.  
DE, NIZAMA DE SERNAQUE GLADIS  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE “MI ESPERANZA”.  
DE, SALDARRIAGA DE SUAREZ NELLY ESPERANZA.  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.





**Figura:** RESTAURANTE “MARIA”.  
DE, MORE SALAZAR MARIA.  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE “PLAYA ESCONDIDA”.  
DE, SANCHEZ GARCIA ROSA ELENA.  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE “BLUE DOLPHIN”.  
DE, GOMEZ CARRASCO LINO ALFREDO.  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.



**Figura:** RESTAURANTE “FLORES”.  
DE, VELASQUEZ DE FLORES MARIA SALOME.  
**Foto:** JULIO CESAR VITE TEJADA.

**ANEXO N° 04:**

**PROYECCION DE LAS MYPE:**

<b>NOMBRE DEL NEGOCIO : " PLAYA ESCONDIDA "</b>		
<b>NOMBRE: SANCHEZ GARCIA ROSA ELENA</b>		
<b>RUC: 10003231009</b>		
<b>GASTO ADMINISTRATIVO</b>		
(MENSUAL) :	<b>S/</b>	<b>1,960.67</b>
HONORARIOS	S/	750.00
ENERGIA ELECTRICA (LUZ)	S/	120.00
SERV. AGUA Y DESAGUE	S/	60.00
MANTENIMIENTO	S/	90.00
PASAJES	S/	24.00
PRESTAMO	S/	166.67
<b>GASTO FINANCIERO</b>		
(MENSUAL) :	<b>S/</b>	<b>70.00</b>
INTERESES	S/	70.00

**NOMBRE DEL NEGOCIO : " PLAYA ESCONDIDA "**

**NOMBRE: SANCHEZ GARCIA ROSA ELENA**

**RUC: 10003231009**

**INGRESOS/VENTAS : S/ 5,000.00 MENSUAL**  
**COSTO DE VENTAS : S/ 1,000.00 MENSUAL**  
**UTILIDAD : ?**  
**TOTAL ACTIVO : S/ 70,000.00**  
**GASTO ADMINISTRATIVO: S/ 1,960.67 MENSUAL**  
**GASTO FINANCIERO : S/ 70.00 MENSUAL**  
**OTROS INGRESOS : S/ -**

		<u>MENSUAL</u>	<u>ANUAL</u>
INGRESOS/VENTAS	(+):	S/ 5,000.00	S/ 60,000.00
COSTO DE VENTAS	(-):	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>:</b>	<b>S/ 4,000.00</b>	<b>S/ 48,000.00</b>
GASTO ADMINISTRATIVO	(-) :	S/ 1,960.67	S/ 23,528.04
GASTO FINANCIERO	(-) :	S/ 70.00	S/ 840.00
OTROS INGRESOS	(+) :	S/ -	S/ -
<b>UTILIDAD ANTE IMPUESTO</b>	<b>:</b>	<b>S/ 1,969.33</b>	<b>S/ 23,631.96</b>

<b>RENTABILIDAD ECONOMICA (RE) =</b>	<b>UTILIDAD ANTE IMPUESTO</b>
	<b>TOTAL ACTVIO</b>

**RENTABILIDAD ECONOMICA (RE) =**  $\frac{S/ 23,631.96}{S/ 70,000.00} = 34\%$

## ANEXO N° 05:

### EVIDENCIAS:

**SOLICITUD DE INFORMACION:** Se Solicitó la información de la relación de las Mypes del sector restaurantes, en el distrito de zorritos, Provincia de Contralmirante villar, tumbes a la entidad sunat por via Web, en la página SOLICITUD DE ACESSO A LA INFORMACION PUBLICA (Formulario 5030)

**Link :** <http://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itpresf5030/rsdS01Alias>



The screenshot shows a web browser window with the URL [www.sunat.gob.pe/ol-ti-itpresf5030/rsdS01Alias](http://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itpresf5030/rsdS01Alias). The page title is "SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (Formulario 5030) - CONFIRMACIÓN". The user's name is "LADINES LEON JULIO CESAR". The request details are as follows:

DATOS DEL SOLICITANTE:	
Documento de Identidad:	DNI/LE - TITEXOS VITE TENDI JULIO CESAR
Dirección:	CAL. INDEPENDENCIA - VIZCARRILLA 888 - LIMA 18000 - A.M. JOSÉ P. SANCHEZ CARRION
Ciudad:	TUMBES PROV. CONTRALMIRANTE VILLAR DISTR. ZORRITOS
Teléfono:	78-488852
Correo Electrónico:	jladines@sunat.gob.pe

**DETALLE DE LA INFORMACIÓN SOLICITADA:**  
QUE, ACTUALMENTE ME ENCUENTRO REALIZANDO MI TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS, POR LO CUAL, SOLICITO LA RELACIÓN DE LAS MYPES - RESTAURANTES DEL DISTRITO DE ZORRITOS-PROVINCIA DE CONTRALMIRANTE VILLAR-TUMBES, LAS DEL NUESTRO PAIS.

**DEPENDENCIA DE LA CUAL SE REQUIERE LA INFORMACIÓN:**  
DISTRITO ZORRITOS

**FORMA DE ENTREGA DE LA INFORMACIÓN:**  
Correo Electrónico

Buttons:

**RESPUESTA DE LA SOLICITUD:** El día viernes 07 de Septiembre del 2018 siendo las 04:52 pm , recibí el correo electrónico con Respuesta a Formulario 5030 con N° Orden 88015381, Por Parte de la entidad-sunat, Encargado por el responsable funcionario **Ladines Leon Julio Cesar**, con correo electrónico : [jladines@sunat.gob.pe](mailto:jladines@sunat.gob.pe) , Remite un archivo adjunto Excel con Tamaño de 31 KB conteniendo la información relativa de N° de RUC, la razón social, el estado, la condición y la dirección del domicilio fiscal de los contribuyentes pertenecientes a esta Dependencia. **“donde usted podrá filtrar la información que sea de su interés”**.



La “**DATA MYPES RESTAURANTES ZORRITOS**”, Conteniendo una relación de 68 contribuyentes con las Siguietes Características:

**Estado:** (Activo, Baja Prov. Por Oficio, Baja Definitiva y Suspensión Temporal).

**Condición:** (Habido, No Habido, No Hallado Nro. Puerta no E, No Hallado Cerrado, No Aplicable, No Hallado Destinario, No Hallado Se Mudó De Domicilio, No Hallado Por Otros Motivos y Pendiente).

En la cual opte Por filtrar la información acuerdo al interés del estudio como son las Mypes que se Encuentren en Curso en el rubro”, como son los que cuentan con las características **Estado** (Activo) y **Condición** (Habido), Resultando una Población de 18 Mypes , en base a la mencionada población.

**ANEXO N° 06: (Propuesta Mejora)**

**I. PROBLEMA:**

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL (PAG. FACEBOOK) PARA LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES-RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR ,2018.**

## **II. INTRODUCCION :**

Según, (Gualán Chacaguasay, 2015, p. 25). En la actualidad el usuario es quien crea, consume y comparte los contenidos (textos, fotos, audios, videos, links, Ebooks, etc.), esto quiere decir que el usuario deja su rol pasivo y se vincula a la red para aportar, opinar y compartir su propio punto de vista frente al contenido compartido por los usuarios o marcas en los medios digitales.

El mundo digital genera ventajas competitivas que le permiten a una pequeña o mediana empresa competir con grandes empresas de recursos económicos elevados. Así es como una pyme podrá crecer e incrementar su actividad económica.

En la que se Justifica La investigación realizando conocimientos del nuevo modelo de marketing, denominado Marketing Digital; con el objetivo de diseñar una estrategia de marketing digital a través de una aplicación Pagina Web (Facebook) para promocionar al Restaurante “Playa Escondida “ del Distrito de Zorritos , Provincia de Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, pues, aunque cuentan con una atractiva oferta, su publicidad es escasa, haciéndose necesario desarrollar una gran publicitaria para darse a conocer en el mercado. La investigación es significativa, ya que al disponer de a la página web (Facebook) como estrategia de marketing digital se mejora la promoción de venta de dicha Mype, con muchos menos recursos y de manera más efectiva. Con los datos obtenidos en la búsqueda de información, se diseña y desarrolla la estrategia de marketing digital, Las métricas y estadísticas resultantes de la implementación de dicha estrategia, resultan en el aumento de clientes a consumir en los Restaurantes, los cuales han sido motivados y atraídos por las ofertas promocionales que les llega a su Facebook a través de la página web, promocionando de manera eficaz del restaurante. Se concluye que el marketing digital a través de la



Página Web (Facebook) mejora las oportunidades del Restaurante “Playa Escondida” de crecer y posicionarse en el mercado.

### **III. MARCO TEORICO O CONCEPTUAL:**

#### **3.1. ANTECEDENTES:**

Según Grandi Bustillos (2013), con el tema “*El uso de las redes sociales como estrategia de marketing en empresas del sector hostelero: una revisión del estado del arte*”, Para la tesis de grado en la cual se plantea que las nuevas tecnologías han logrado revolucionar las acciones tradicionales de marketing para la promoción de servicios; partiendo de que hoy los potenciales clientes están influenciados por las opiniones que perciben a través de las redes y de las aplicaciones móviles, para adquirir o elegir servicios, lo que las establece como importantes herramientas para el marketing.

Según Campaña Soria (2013), en la tesis de grado con el tema “*Plan de Marketing Turístico para la Hostería CASA ZULEM*” señala que el Marketing Estratégico analiza el entorno genérico de carácter económico, social, tecnológico y político; analiza la competencia; aprovecha las ventajas de las nuevas tecnologías e internet, teniendo en cuenta que el sector turístico nacional se está convirtiendo en un mercado cada vez más competitivo, donde solo los destinos bien dirigidos, liderarán el mercado.

#### **3.2. BASES TEORICA:**

##### **3.2.1. MYPES:**

Las Mypes son definidas de las siguientes maneras:

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las micro y pequeña empresa

son consideradas como empresas modernas, con no más de 50 trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

Según (OIT) y el Proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresa, se define como microempresa a “a las unidades productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado; por lo general, nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios. En esta definición se incluye a la microempresa, propiamente, y al autoempleo. Específicamente, se entiende por microempresa a las unidades económicas que contratan habitualmente mano de obra asalariada, mientras que auto empleados son aquellos que trabajan por cuenta propia y no contratan mano de obra”.

- **NORMATIVA** : El Glosario del Reglamento de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas al Acceso del Empleo Decente, la cual establece un concepto: “Unidad económica generadora de rentas de tercera categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con una finalidad lucrativa” (D.S. N° 007-2008-TR).

### **3.2.2. CONCEPTO DE RENTABILIDAD:**

Es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, a un excedente por encima del conjunto de gastos.

Para entender la rentabilidad, es necesario dar algunos conceptos acerca de este término:

Según Raúl Palomino (1981) la rentabilidad es “la capacidad de un bien o servicio de producir una renta o ingreso. Se mide porcentualmente, indicando el éxito económico con relación al capital empleado.”

Segun Gitman, L., Joehnk, Michael (2005) “La rentabilidad es el nivel beneficio de una inversión, esto es, la recompensa por invertir”.

### **FACTOR DETERMINACION DE RENTABILIDAD:**

Las principales estrategias que considerarían a obtener mayores utilidades, y con ello generaría mayor rentabilidad en la empresa:

- a) Reducción de costos promedio.
- b) Mayor calidad relativa.
- c) Mayor participación en el mercado según el giro del negocio.

### **- IDENTIFICACIÓN DE LOS INGRESOS DE LA ACTIVIDAD:**

Para poder determinar el beneficio obtenido habrá que identificar qué parte de los ingresos procede de la campaña en los medios en concreto, separándolo de otras acciones comerciales que se hayan llevado a cabo durante el mismo periodo de tiempo. Si no se diferencian una por una las acciones será mucho más costoso determinar si el aumento de ingresos se produce por una campaña online u offline.

### **3.2.3. CONCEPTO VENTAS:**

Es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía personal, por correo, por teléfono, entre otros medios.

El término venta es de origen latín “vendita”, participio pasado de “vendere”. Entre los sinónimos que se pueden emplear en relación a esta palabra están negocio, transacción o reventa. Como antónimos se pueden mencionar las palabras compra o lucro.

### **TIPOS DE VENTA:**

Existen diferentes tipos de venta como la venta directa o domicilio, la venta personal, la venta online, la venta cruzada, venta al detal, entre otras.

- **VENTA ONLINE O TIENDA VIRTUAL:** Existen diversas herramientas en el mercado con las que se puede estudiar las conversiones en los medios sociales; es decir, se puede analizar cuántos de los clientes que realizan una compra han venido dirigidos por los perfiles en los medios.
- **VENTA DIRECTA O DOMICILIO:** consiste en la comercialización de bienes y servicios directamente a los consumidores a través del contacto personal con un representante de la empresa. Esta venta consiste en que el vendedor se acerque al lugar combinado con el comprador, para demostrar las características del producto y cerrar la negociación.

- **VENTA PERSONAL:** es una herramienta poderosa debido a que permite persuadir al cliente, aclarar dudas y concretar o cerrar la venta del producto o servicio.
- **VENTAS CRUZADAS:** Las **ventas al mayor** consisten en la compra de bienes en grandes cantidades al proveedor, con el fin de ser revendidos por un precio más elevado y obtener un beneficio en la venta. A su vez, las **ventas minoristas**, conocidas como ventas al detal, consisten en la venta de servicios y productos a los consumidores finales para su uso personal.
- **VENTAS AL DETAL:** consisten en que se llevan a cabo en todas las tiendas o comercios que se encuentran en los centros urbanos vendiendo bienes o servicios directamente al público, por ejemplo, supermercados, ferreterías, farmacias, entre otros.

Segun, Tristán Elosegui (2012) en su blog, ¿Podemos vender a través de las redes sociales? las redes sociales son un canal perfecto para acompañar al cliente desde que conoce la marca/producto hasta que se hace fan, pero que a la hora de recomendar, de empujar ventas, son más efectivas con productos que requieran mayor esfuerzo de recomendaciones, etc.

#### **3.2.4. MARKETING TRADICIONAL:**

Segun Gualán Chacaguasay (2015), plantea que la publicidad exterior no es más que los medios de comunicación que se encuentran al alrededor de las personas. Las mismas pueden ser carteles, vallas publicitarias, rótulos luminosos, afiches y todos aquellos soportes que son colocados en lugares públicos.

Actualmente se siguen utilizando y destinando grandes presupuestos por parte de las marcas a los distintos medios convencionales, pero cabe señalar que gracias a internet han aparecido nuevas formas y medios de comunicación que forman parte de las nuevas estrategias de comunicación.

#### **3.2.4.1. MARKETING DIGITAL:**

Según, (Gualán Chacaguasay, 2015, p. 25). En la actualidad el usuario es quien crea, consume y comparte los contenidos (textos, fotos, audios, videos, links, Ebooks, etc.), esto quiere decir que el usuario deja su rol pasivo y se vincula a la red para aportar, opinar y compartir su propio punto de vista frente al contenido compartido por los usuarios o marcas en los medios digitales.

El mundo digital genera ventajas competitivas que le permiten a una pequeña o mediana empresa competir con grandes empresas de recursos económicos elevados. Así es como una pyme podrá crecer e incrementar su actividad económica.

Gracias al Internet el Marketing Digital y el posicionamiento son el presente y el futuro de la comunicación entre las empresas y sus clientes, por lo tanto, es fundamental el estudio y desarrollo de estrategias que permitan posicionar cualquier marca en el mundo digital, o lo que es lo mismo, en internet. Lastimosamente encontrar una estrategia de Marketing Digital que permita brindar información sobre las empresas, conectarse con los clientes y al mismo tiempo mejorar su experiencia, es un reto para los responsables del marketing y las ventas.

Hacer Marketing Digital no es solo tener presencia en alguna red social o tener una página web, mostrando lo que se vende o se hace. “Se tiene que mostrar algo más a los usuarios o clientes, el contenido que se comparte debe aportar algún valor. Un

contenido de calidad genera más valor en los usuarios que un simple contenido de productos o servicios con sus costos”.

### **3.2.5. REDES SOCIALES:**

Es una herramienta clave para sobresalir, en un mundo competitivo, ya que te permite crear un perfil de carácter profesional y asimismo abrirte puertas con futuros empleadores. En cual define como sitios en internet, páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares.

#### **3.2.5.1 USO DE LAS REDES SOCIALES:**

Según, INEI (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática) Las redes sociales se han convertido en una de las herramientas más populares en el mundo, no solo por su llegada a niños, jóvenes y adultos, sino por su nivel de utilidad para el desarrollo de las empresas. Estas han demostrado ser eficientes al momento de invertir en publicidad o en el desarrollo de redes de contactos.

Dentro de las redes más populares;

**FACEBOOK:** ha logrado posicionarse como la red social más importante a nivel mundial. Permite crear páginas para las empresas, campañas de publicidad, y hacer más conocidas las marcas mediante un sistema de pago accesible para cualquier tipo de empresa.

**TWITTER:** por su parte, cuenta con más de 270 millones de usuarios activos, de los cuales más del 70% siguen a una marca dentro de la plataforma. Su mensajería rápida

y concisa llama la atención de aquellas empresas que necesitan informar constantemente a sus clientes o trabajadores.

**INSTAGRAM:** también se muestra como una de las redes más populares en el mundo, poniendo énfasis en las fotos y videos cortos.

Los usuarios están constantemente actualizando su perfil y visualizando información con mucho contenido visual. Instagram, al igual que Facebook y Twitter ha implementado un sistema de pago para fines publicitarios.

### **3.2.5.2. DIFUSIÓN VIRAL:**

La difusión viral se conoce como la capacidad que tienen las redes sociales (gracias a la interacción de sus usuarios) para hacer que un contenido llegue a un elevado número de personas de forma fácil y directa. Es decir, generando marketing viral, campañas de publicidad en las redes sociales.

A continuación tenemos las diez más populares son las siguientes: Facebook, YouTube, Ozone, Weibo, Twitter, Google+, LinkedIn, Instagram, Renren, Vkontake.

#### **- FACEBOOK :**

Según, Arroyo, N. (2008). Nos dice que “**la esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas.** Cuando abres una cuenta en Facebook, entras en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios, y es así con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook. Sin embargo, el espíritu de la red sigue siendo un espíritu muy orientado a las vidas personales, algo que precisamente las marcas deben tener muy en cuenta si quieren “enganchar” a los usuarios”.



Facebook es la red social con mayor número de usuarios, en un inicio esta red solo estaba diseñada con un objetivo de conectar personas individuales a través de sus perfiles personales, pero vivimos en mundo globalizado, que en la práctica ha experimentado un gran éxito en el ámbito empresarial como herramienta de marketing, tal es el hecho que se han generado nuevas cuentas. Teniendo así 3 tipos de cuentas básicamente.

### **TIPOS DE CUENTAS (FACEBOOK)**

- **PERFIL PERSONAL:** Son las cuentas que representan a personas individuales para contactar e interactuar con otras personas u organizaciones.

- **PÁGINAS:** también llamados perfiles públicos o páginas de fans, están concebidas para que organizaciones, empresas y personajes públicos difundan información de forma oficial y pública e interactúen con las personas que desean conectarse con ellos.

- **GRUPOS:** Este tipo de cuentas son creadas por usuarios que ya tienen un perfil, y tienen como objetivo reunir a personas alrededor de un tema en común. A diferencia de un perfil, donde los contactos son tus amigos y conocidos, a un grupo se pueden sumar personas desconocidas en función del nivel de privacidad, que hayamos establecido al momento de crearlo.

### **BENEFICIOS DE LA PUBLICIDAD EN FACEBOOK PARA LA MYPE:**

- Llegar a públicos específicos que están concentrados en la plataforma social más grande del mundo.
- Tu marca puede llegar a un público global, sin fronteras. Es un canal que te

permite llegar a más gente.

- Acceder a este mercado global es mucho más económico que en los medios masivos tradicionales.
- Te permite dirigir tu mensaje al nicho de mercado que EXACTAMENTE andas buscando.



#### IV. DIAGRAMA DE GANTT:

El cronograma organizará en el tiempo las actividades relevantes para el desarrollo de la propuesta, mediante el diagrama de Gantt. En la cual ha sido proyectado hasta el Próximo periodo, Para lograr el mercado en temporada de verano, donde dichas fechas son frecuentadas por un sin número de turistas.

ACTIVIDADES	AÑO	2018												2019			
	MES	PRIMER				SEGUNDO				TERCERO				CUARTO			
	SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de la problemática		X	X														
Diseño de la propuesta mejora				X	X												
Implementación de la mejora					X	X	X	X	X	X	X	X					
Análisis de los resultados de la implementación de mejora														X	X	X	X

## V. RECURSOS:

En este punto se analizarán los gastos incurridos en el proyecto.

Se requiere Contar con un equipo informático para realizar dicha implementación como; (una computadora, laptop o celular); Para optimizar el costo de la inversión, Se consideró Un Teléfono Móvil (Celular), Con las siguientes Características:

- Cámara de alta calidad (Trasera y Frontal)
- Datos Móviles.
- Wi-fi
- Radio
- Audio y Video :Formatos de reproducción de audio MP3, M4A
- Sistema operativo Android
- Memoria (4 GB)
- Etc.
- Precio estándar entre S/.250.00 a S/. 450.00. (Costo único).

Así mismo con un Plan Postpago entre S/.30.00 a S/. 120.00. (Mensual) hasta la culminación del proyecto. Para Crear y Monitorear los resultados Obtenidos de la Implementación de dicho Proyecto.

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PRECIO</b>
1	TELEFONO CELUAR (COSTO UNICO)	S/ 250.00
4	PLAN POSTPAGO (MENSUAL)	S/ 120.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 370.00</b>

## V. EJEMPLOS:

A continuación se presenta los pasos a seguir que se deben de tener en cuenta para la creación de la página propia de la micro y pequeña empresa **RESTAURANTE “PLAYA ESCONDIDA”. DE, SANCHEZ GARCIA ROSA ELENA.**, del distrito de Zorritos, Provincia de Contralmirante Villar. Como se observa la captura de pantalla obtenidas en la creación de la página de Facebook.

**FIGURA N° 01:**



**Figura N°01:** Creación de pág. Facebook del Restaurante “Playa Escondida”.

**Fuente:** Elaboración propia.

**FIGURA N° 02:**



**Figura N°02:** Llenado de Datos.

**Fuente:** Elaboración propia.

**FIGURA N° 03:**



**Figura N°03:** Adjuntando archivos (Fotos).

**Fuente:** Elaboración propia.

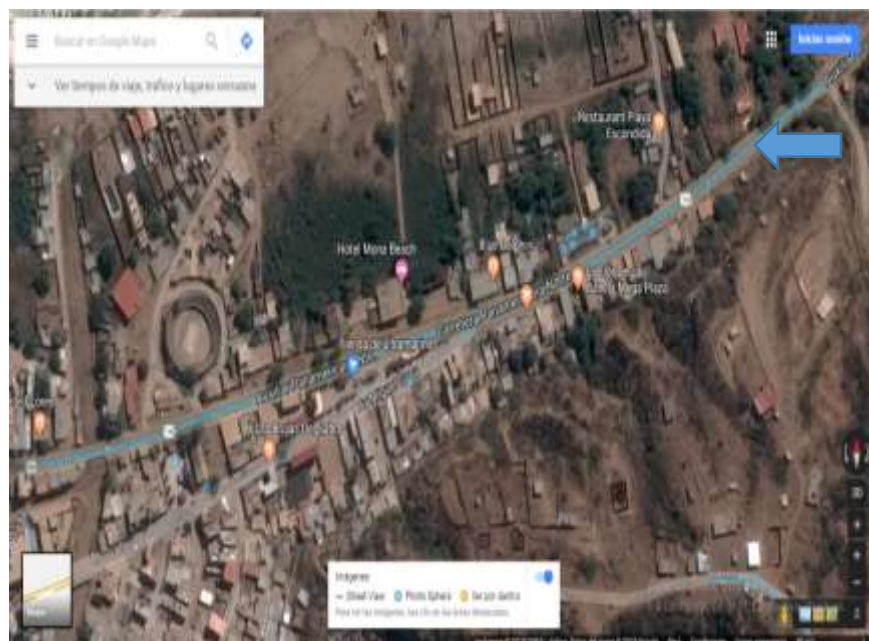
## FOTO DE LA PORTADA DE LA PAGINA WEB:



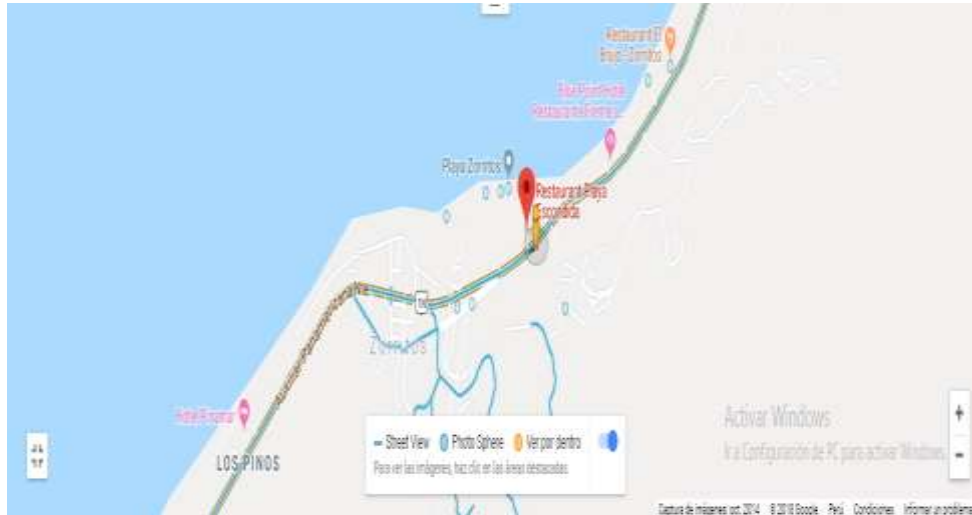
Sitio web : <http://web.facebook.com/RestaurantePlayaescondida>

URL:[https://web.facebook.com/pg/Restaurante-Playa-Escondida-710095679359718/reviews/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/pg/Restaurante-Playa-Escondida-710095679359718/reviews/?ref=page_internal)

## UBICACIÓN:



## CROQUIS:



## VI. EVALUACION:

Se evaluara las actividades Aplicada Acuerdo a Tiempo establecido en el cronograma de Gantt, Analizando los resultados e comportamiento atravez de los indicadores, con las siguientes características:

- Comparación de ejercicios en la Mype.
- Comparación de las Mypes en el mercado.
- Análisis del Posicionamiento de la Mype en el Mercado.
- Comportamiento de las Ventas.
- Resultados de la página web (Facebook) como; comentarios, link, sugerencias, etc.
- Evaluación del Negocio; (Posición en el mercado, Prestigio del negocio a Nivel regional, Provincial y Nacional si se requiere).

## **REFERENCIA BIBLIOGRAFICA:**

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s.f.). *Peru : Tecnologías De Información y Comunicación en Las Empresas*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf)

Melisa Gabriela Macías Morales, Karen Estefanía Aguirre Intriago. ( Mayo 2017). *“PROPUESTA TECNOLÓGICA PARA EL DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB USANDO LOS PRINCIPIOS DE USABILIDAD DE JAKOB NIELSEN PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE EMBARQUE DE LA EMPRESA TUCHOK S.A.”*. Guayaquil, Mayo 2017.

MIGUEL, C. S. (2017). *ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA PROMOCIONAR LA CADENA DE RESTAURANTES HAPPY POLLO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA. RIOBAMBA – ECUADOR.*

SILVA, K. V. (JULIO 2014). *“ESTUDIO SOBRE LA UTILIZACIÓN Y EFECTIVIDAD DEL SOCIAL MEDIA MARKETING Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL”*. GUAYAQUIL.