



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA DE CONTABILIDAD

**FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO COMPRA Y VENTA DE ROPA EN
EL DISTRITO DE HUARAZ, 2018**

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

AUTORA:

BACH. EVELYN FRIDA YARINGAÑO MEZA

ASESOR:

Dr. CPC. JUAN DE DIOS SUÁREZ SÁNCHEZ.

HUARAZ – PERÚ

2019

Título:

Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas
empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en
el distrito de Huaraz, 2018.

Jurado de sustentación

Mgter. CPC. Eladio Germán Salinas Rosales

Presidente

Mgter. CPC. Justina Maritza Sáenz Melgarejo

Miembro

Mgter. CPC. Nélida Rosario Broncano Osorio

Miembro

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios,
quien con su bendición llena siempre mi vida
y a toda mi familia por estar siempre
presentes.

De igual manera mis agradecimientos
a la Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote Pontificia, a toda la Facultad de
Ciencias Contables, Financieras y
Administrativas, por brindarme los medios
necesarios para complementar mi
formación profesional.

A mis profesores en especial al
Magister CPC. Eustaquio Agapito Meléndez
Pereira y Dr. CPC. Juan De Dios Suárez
Sánchez, quienes con la enseñanza de sus
valiosos conocimientos hicieron que pueda
crecer día a día como profesional, gracias a
cada uno de ellos por su paciencia,
dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Dedicatoria

A mis padres Leonides y Frida quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir una de mis metas, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Finalmente quiero dedicar esta tesis, a mis hermanos Lennyn y Yhymy por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Resumen

Esta investigación posee como objetivo principal: Determinar las principales propuestas de mejora del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercialización de prendas de vestir en el Distrito de Huaraz, 2018. Originando al planteamiento de problema, ¿Cuáles son las principales propuestas de mejora del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercialización de prendas de vestir en el Distrito de Huaraz, 2018? . La metodología es de tipo cuantitativo, el nivel de la investigación es descriptivo y el diseño es descriptivo no-experimental, para realización del presente trabajo, se escogió una muestra de 21 MYPE de una población de 30 empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa de distrito de Huaraz, 2018; a quienes se le aplicó un cuestionario de 19 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: Con respecto a la propuesta de mejora del financiamiento de las MYPE el 81% creen que debe crear una organismo dedicado al financiamiento de las MYPE, el 61.9% manifiestan que no sería factible aliarse con otras empresas para acceder al crédito financiero, el 38.1% la opción de financiamiento son los proveedores y los créditos bancarios, el 66.7% proponen que las entidades financieras deben pedir pocos requisitos y respecto a la propuesta de mejora de la rentabilidad, el 76.2% no llevan correctamente sus inventarios de igual modo el 90.5% no tienen tecnología adecuada para llevar control de sus ingresos y gastos, el 57.1% en el año 2018 ha mejorado su rentabilidad y que 81% consideran que es necesario definir un periodo de tiempo para medir la rentabilidad.

Palabras claves: Propuesta, Mejora, Financiamiento, Rentabilidad, MYPE

Abstract

The main objective of this research is to: Determine the main proposals for improving financing and profitability in micro and small companies in the garment marketing sector in the Huaraz District, 2018? originating the problem statement What are the main proposals for improving financing and profitability in micro and small enterprises in the garment marketing sector in the district of Huaraz, 2018? The methodology is quantitative, the level of the research is descriptive and the design is non-experimental descriptive, for the realization of this, a sample of 21 MYPE was chosen from a population of 30 companies in the trade sector, clothing buying and selling. of the district of Huaraz, 2018; To whom a questionnaire of 19 questions was applied, the following results were obtained: With respect to the proposal to improve the financing of MYPE , 81% believe that they should create an organization dedicated to the financing of MYPE , 61.9% state that it would not be feasible to ally with other companies to access financial credit, 38.1% financing option are suppliers and bank loans, 66.7% propose that financial institutions should request few requirements and regarding the proposal to improve profitability 76.2 % do not correctly carry their inventories in the same way 90.5% do not have adequate technology to keep track of their income and expenses, 57.1% in 2018 have improved their profitability and that 81% consider it necessary to define a period of time to measure profitability

Keywords: Proposal, Improvement, Financing, Profitability, MYPE

Índice

Contenido.....	Pág.
1. Título de la tesis	ii
2. Hoja de firma de jurado	iii
3. Agradecimiento	iv
4. Dedicatoria	v
5. Resumen	vi
6. Abstract	vii
7. Contenido	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	11
2.1. Antecedentes	11
2.2. Bases teóricas	20
2.3. Marco conceptual	22
III. Hipótesis	37
IV. Metodología	38
4.1. Diseño de la investigación	38
4.2. Población y muestra	40
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	42
4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	47
4.5. Plan de análisis	48
4.6. Matriz de consistencia	49
4.7. Principios éticos	50
V. Resultados	52

5.1. Resultados	52
5.2. Análisis de resultados	56
VI. Conclusiones	62
6.1. Conclusiones	62
6.2. Recomendaciones	64
Referencias bibliográfico	65
Anexos	72
Cuestionario	72
Tablas	77
figuras	84

I. Introducción

El presente estudio proviene de la línea de investigación, propuesta de mejora del financiamiento, rentabilidad de las micro y pequeñas empresas nacionales. El estudio titulado “Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018”, tiene el propósito fundamental, ampliar los conocimientos y brindar la información específica referente al tema planteado, describir el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Hoy en día todas las empresas se deben enfrentar a un entorno cambiante, con clientes más exigentes y con un entorno muchos más cambiante y competitivo. Por ello el objetivo de la propuesta de mejora es lograr una mayor flexibilidad a los negocios y aumentar la calidad de procesos y mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, por eso exponer que las propuestas de mejora son una alternativa de solución para las MYPE, permitiendo focalizar y priorizar las acciones convenientes. Las micro y pequeñas empresas son elementales para el desarrollo económico de los países, por lo tanto, un ofrecimiento de mejora facilita al micro y pequeño empresario desarrollar una actividad económica constante de ese modo, aumentar la flexibilidad y la capacidad de respuesta ante los cambios del entorno. El mejoramiento continuo es una herramienta fundamental para todas las empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las organizaciones estén en constante actualización; además, permite que sean más

eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

En los mercados actuales las empresas se encuentran en un círculo competitivo muy alto por lo que demanda una cultura de servicio centrada en la satisfacción de clientes y usuarios mediante el constante mejoramiento. Por ello es importante no solo buscar mejorar en una sola área de la empresa, sino trabajar de manera conjunta para tener la perspectiva de la independencia que existe entre todos los miembros de la empresa. Se requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización, (Zúñiga, 2011)

Como se ha descrito con anterioridad, el aspecto medular del problema recae sobre la brecha entre las estimaciones iniciales de tiempo, así como en la definición, inicial del alcance, versus el resultado final en proyectos de análisis estructural. Todos estos efectos contraproducentes para la organización; desde entrar en contratos que puedan poner la estabilidad económica de la empresa en riesgo, hasta llegar a perder clientela en el mejor de los casos y en el peor de ellos llega comprometer la seguridad de algún diseño y poner en peligro vidas humanas. (Coreal, 2012)

Una propuesta de mejora para que proporcione una alternativa de solución depende de la capacidad de identificar, priorizar y resolver problemas; un problema es una desviación entre lo que debería estar ocurriendo y lo que realmente ocurre, y que sea lo suficientemente importante para hacer que alguien piense en que esa desviación debe de ser corregida (Cárdenas, 2005).

Según, la agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación nos dice que la excelencia de una organización viene marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos y cada una de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando dicha organización aprende de sí misma, y de otras, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante que la envuelve y el conjunto de fortalezas y debilidades que la determinan. Por lo tanto, para determinar una propuesta de mejora se debe identificar el área de mejora, realizando un diagnóstico en la unidad conociendo las principales fortalezas y debilidades en relación al entorno que la envuelve, también detectar las principales causas del problema reconociendo la causa o el origen del problema y por último se debe formular el objetivo, una vez identificadas las principales áreas de mejora y se conocen las causas del problema, se han de formular los objetivos de manera inequívoca al pretender el resultado de que pretende lograr, ser concretos y estar redactados con claridad y fijar el periodo para su consecución si es a corto, mediano o largo plazo con la dificultad de la implementación si es mucha, bastante, poca o ninguna y el último paso para la propuesta de mejora es la elaboración de un cronograma para el seguimiento e implementación de las acciones de mejora. En el mismo, se dispondrán de manera ordenada las prioridades con los plazos establecidos para el desarrollo de las mismas.

Si hablamos sobre el financiamiento existen diversos tipos, como los financiamientos a corto plazo constituidos por los créditos comerciales, créditos bancarios, pagares. Líneas de crédito. Papeles comerciales, financiamiento por medio de las cuentas por cobrar y financiamiento por medio

de los inventarios. Por otra parte, se encuentran los financiamientos a largo plazo constituidos por las hipotecas, acciones, bonos y arrendamientos financieros. Cada uno de los puntos ya nombrados son estudiados desde el punto de vista de su significado, ventajas y desventajas, importancia y formas de utilización; de esta manera comprender su participación dentro de las distintas actividades comerciales (Pyme)

Diario oficial el peruano (2018), el financiamiento de las MYPE en las unidades productivas representa el 99% de las empresas en el país y generan más de los dos tercios del empleo total nacional (70%). Sin embargo, de acuerdo con el Ministerio de la Producción (Produce), solo aportan el 24% del valor agregado nacional, menor al de los países de la región (30%) y de la organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (60%), lo cual es un signo de la escasa productividad de este segmento.

El bajo nivel de productividad estaría asociado a la incapacidad para aprovechar las economías de escala, las dificultades para el acceso al crédito, la falta de mano de obra especializada y la informalidad de sus contratos con clientes y proveedores. Por tal motivo, el Gobierno fomento el desarrollo de las MYPE con la implementación de medidas orientadas a aprovechar las económicas de escala, mejora las condiciones de financiamiento e implementar experiencias internacionales de éxito. En cuanto a la mejora de las condiciones de financiamiento para las MYPE, mediante la mayor disponibilidad de recursos y propuesta de reformas transversales, el Gobierno, por medio de la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), creando el Fondo Crecer,

orientado a cubrir las necesidades de financiamiento de las empresas del segmento MYPE.

En la mejora del financiamiento es lograr el porvenir de las empresas, las inversiones y el empleo de las utilidades, las empresas tienen que enfocarse en la estructura de financiamiento ya que es responsabilidad de la dirección obtener eficientemente recursos para minimizar el costo de capital, el cual respalda la gestión empresarial, los proyectos de inversión estas deben cuantificar el costo de capital y enfocarlos en la tasa de rendimiento que van a recuperar dicha inversión.

La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término de rentabilidad se utiliza de una forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea actual o posterior.

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 los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada

como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad, rigiéndose en sí como indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues precisamente en el comportamiento de los activos, con independencia de su financiamiento que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación. (Sánchez, 2002).

Si queremos iniciar una propuesta de mejora en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas, lo primero que se tiene que hacer es definir cuáles son las deficiencias que posee este proyecto que no le ha permitido prestar el servicio esperado, y el uso necesario de las herramientas disponibles que nos ayudan a determinar de manera más precisa, el origen del o de los problemas, nos permiten definir el nivel de relevancia de las desviaciones encontradas, saber cuál o cuáles son las actividades de nuestra cadena de valor que requieren mejora para entregar un servicio de calidad y que cumpla con los estándares requeridos. Sin embargo, se entiende como problema o algo que necesitamos

mejorar. Para asegurar un buen resultado del método es necesario ser específico y concreto para así evitar que el número de elementos poco relevantes. (Toro, 2016).

La rentabilidad de la empresa, es entendiendo por este concepto la proporción que existe entre los recursos que se invierten en la operación de la misma comparado con los beneficios y/o ganancias que se obtienen es un indicador esencial al momento de realizar un análisis de la situación financiera en que se encuentra la organización, así como para evaluar la calidad con que se está llevando a cabo la gestión administrativa de la misma.

Para poder conocer a fondo de salud financiera de la empresa es primordial tener información de los estados financieros al día y que conozca el estado en que se encuentran cada uno de los indicadores clave que tiene en tu negocio, esto con el fin de saber en qué se está invirtiendo y si esto está siendo redituable.

Finalmente se determinó, el siguiente problema sobre: ¿Cómo es el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018?, y para dar respuesta al problema, se determinó el siguiente objetivo general de estudio:

Determinar el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el Distrito de Huaraz, 2018. Para poder dar solución al objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Describir el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.
- Describir la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

La investigación se justifica de la manera teórica debido a que el propósito de esta investigación es generar el desarrollo y descripción y más incidencia sobre este confrontando las diversas teorías, concepto y análisis de resultado sobre estos conocimientos existentes y desarrollarlos bajo esta línea de trabajo e investigación.

De este mismo modo también se justifica de manera práctica debido a que esta investigación expone las razones acerca de la utilidad y aplicabilidad de los resultados del estudio y de la importancia objetiva de analizar los hechos que los constituyen de la posibilidad de llegar a las conclusiones lógicas de su solución con respecto a su desarrollo, nos ayudó a resolver el problema y proponer estrategias que se aplican en el problema planteado, mejorando el nivel de desempeño de las diversas competencias en la investigación en las MYPE del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Finalmente, la investigación se justifica de manera metodológica porque el estudio propone la aplicación de nuevas capacidades y competencias y generando nuevos conocimientos confiables que podrán ser utilizar en otros trabajos de investigación.

La investigación reúne las características suficientes, condiciones que aseguran el cumplimiento de metas y objetivos, utilizando los recursos necesarios, por lo tanto, la investigación es viable y podemos ponerlo en marcha.

La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, porque nos permitió analizar con mayor claridad los resultados de manera numérica y estadística, logrando la mejor objetividad en el estudio realizado. El nivel de estudio fue descriptivo, debido a que solo se limitó a describir las principales propuestas de mejora de la variable en estudio. El diseño no experimental-descriptivo. La población estuvo constituida por 30 micro empresas dedicadas al sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018. Para realizar la investigación se tomó como muestra dirigida a 21 MYPE que representa 70% de la población. En el recojo de la información de campo se utilizó la técnica de la encuesta con un cuestionario estructurado de 19 preguntas.

Se tomó en cuenta los criterios de inclusión, por las MYPE de la muestra que se encuentren, registradas en la SUNAT, pertenecen al régimen MYPE tributario y régimen general contributivo, las que están acreditadas como micro y pequeñas empresas, a las que los representantes legales accedieron a facilitar la información necesaria de sus datos, los que proporcionaron los datos verídicos. Los criterios de exclusión que se tomaron en cuenta son las que se encuentran en los regímenes de nuevo rus y especial, los que no accedieron a proporcionar sus datos con facilidad y veracidad, los que no están acreditados como micro y pequeñas empresas.

En la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, el instrumento utilizado para el recojo de la información fue un cuestionario estructurado por 19 preguntas, que nos permitió procesar los datos recolectados en la investigación, haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tuvo como soporte tecnológico al programa de Microsoft Excel.

Revisión de literatura

1.1. Antecedentes

1.1.1. Internacional

Quintero (2018) en su tesis titulada, “Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad”, tuvo como objetivo principal, identificar las principales barreras para el desarrollo de las Pymes en Colombia y su perdurabilidad en el tiempo. Llegando en conclusión que las denominadas Pymes representa a nivel global un gran aporte para la economía de los países en que se desarrollan, sin embargo, deben establecer mecanismo para poder competir en el mercado frente a las grandes empresas, ya que tienen ciertas desventajas frente a ellos teniendo en consideración las certificaciones de calidad de las Pymes para mejorar la calidad y mejorar los beneficios y la imagen frente a los clientes, y para ello el recursos humano es el factor fundamental dentro de la organización y las buenas prácticas empresariales en donde los modelos de planeación estratégica son necesarios para permanecer en el mercado y aumentar su competitividad.

Según autores Alvares y Testa (2017) en su investigación titulado “Proyecto de emprendimiento para la creación de un negocio de ropa de niños y jóvenes por catálogo general y personalizada Online en la ciudad de Guayaquil”, plantea como objetivo fundamental de la investigación, crear una empresa de ventas de ropa por catálogo de Guayaquil y elaborar un plan de estrategias de

marketing para emprender este tipo de negocio, el tipo de investigación fue bibliográfico, de campo, descriptivo, cuantitativo y cualitativo, siendo el método de investigación inductivo-deductivo, llegando a la conclusión que la estrategia de marketing que se emplea para ganar aceptación entre los clientes de los colegios privados, se acoge a las necesidades de los clientes al tener la opción de observar los modelos de ropa de la empresas shock, por medio de Facebook y otros medios de comunicación, con la capacidad de personalizar y hacer el pedido, desde cualquier punto donde se encuentren.

Gutiérrez (2017), en su estudio titulado “Creación de empresa para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá”, tuvo como objetivo general, desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá. A partir de los estudios realizados en el presente trabajo se concluye que si es posible crear empresa a partir de la comercialización de la ropa deportiva en la ciudad de Bogotá. Siempre y cuando se tengan en cuenta los factores que permitirán su desarrollo continuo como el análisis de la demanda, los diferentes pronósticos, el cumplimiento con los tiempos de entrega y las especificaciones de los productos, la definición de políticas adecuadas bajo las cuales se va dirigir la organización y el monitoreo y análisis de todas las entradas y salidas financieras que presenta la empresa.

1.1.2. Nacional

Puglias (2017), en su tesis “Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas del distrito de Callería, 2016”, planteó como objetivo general: describir las principales características del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas, del distrito de Callería, 2016. La investigación fue cuantitativo-descriptiva, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información escogió en forma dirigida a 22 micro y pequeñas empresas a quienes les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Concluyendo de la siguiente manera: que el financiamiento de la mayoría de las MYPE solicitaron crédito financiero, siendo el 64% de entidades bancarias, ya que estas les permiten cumplir y priorizar sus planes a corto y mediano plazo, el 79% pagó 3.42% de intereses mensuales, sus créditos que obtuvieron utilizaron en mejoramiento y ampliación de local, respecto a la rentabilidad el 77% firmaron que su rentabilidad mejoraron en los últimos años donde permitió que el financiamiento y la capacitación favoreció seguir compitiendo en el mercado y de eso modo lograr sus objetivos.

Chávez (2018), en su investigación titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de

abarrotes en el distrito de Yarinacocha, 2018”, en la cual tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Yarinacocha, 2018. La investigación fue descriptiva, debido a que solo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio, para llevar a cabo trabajó con una población de 60 y una muestra de 60 microempresas a quienes le aplicó un cuestionario de 36 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Llegando a la conclusión que, los representantes encuestados hicieron mención que 100% las entidades bancarias brindan mayor facilidad, el 92% afirmaron que otorgaron los montos solicitados, el 100% solicitaron préstamos a corto plazo y el 67% invirtiendo dicho crédito en compra de activos fijos. Respecto a la rentabilidad el 83% afirmaron que mejor la rentabilidad gracias al financiamiento, el 67% considera que aún existen algunos instrumentos que se pueden aplicar para mejorar la rentabilidad.

García (2018), en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2018”, tuvo como objetivo general: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito

de Callería, 2018. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información escogió en forma dirigida a microempresarios, donde concluye que para el financiamiento, solicitaron crédito financiero a terceros, siendo el 66.6% del Banco de Crédito y Mi Banco, el 66.7% desconocen el interés mensual que pagan, las entidades bancarias les otorgan beneficios, los créditos fueron en los montos solicitados entre S/21,000 a S/90,000, siendo el 55.6% a largo plazo, asimismo lo invirtieron en mejoramiento y/o ampliación de local. Respecto a la rentabilidad de las MYPE, el financiamiento y la capacitación mejoró su rentabilidad y afirman que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.

1.1.3. Regional

Moreno (2018), en su estudio titulado “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro-compra/venta de prendas de vestir del distrito de Huaraz, 2017”, tuvo como objetivo general en: determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro- compra/venta de prendas de vestir del distrito de Huaraz, 2017, el tipo de investigación fue cuantitativo, el diseño de la investigación fue no experimental, la población de 50 y la muestra de 20 MYPE, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario; se consignaron los principios éticos. Llegan al resultado final que en relación a las

características del financiamiento se concluyó que existen dos fuentes de financiamiento, los cuales son de acuerdo a su vencimiento, tales como el financiamiento a corto y largo plazo, en donde el financiamiento a corto plazo está conformado créditos comerciales, pagarés, líneas de crédito y créditos financieros; el financiamiento a largo plazo está compuesto por la hipoteca, bonos y arrendamiento financiero.

Crespín (2016), en su estudio titulado “Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa-Chimbote, 2015.” tuvo como objetivo general: determinar y describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa de Chimbote, 2015. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo la investigación escogió una muestra dirigida de 16 MYPE de una población de 25, a quienes les aplicó un cuestionario de 27 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: que el financiamiento de las MYPE, poco más de la mitad (56%) recurren a financiamiento de terceros, la mayoría el (91%) reciben crédito financiero a corto plazo, la mayoría el (82%) lo invirtió en capital de trabajo. Dado que la mayoría el (56%) de los créditos financieros recibidos son de corto plazo y son invertidos en capital de trabajo en (82%) y, por otro lado, en el objetivo específico 2 se establece que el 69% de las MYPE encuestadas se formaron por

subsistencia; entonces, se debe procurar que el sistema bancario otorgue a las MYPE, financiamiento de largo plazo y no de corto plazo; de esta manera, las MYPE que se formaron por subsistencia pueden crecer y desarrollarse.

Córdova (2016), en su tesis titulada “Caracterización de la competitividad de las micro y pequeña empresa del sector comercio – rubro venta de ropa para niños en el Mercado modelo de la ciudad de Chimbote, periodo julio 2013 – 2014”, tuvo por objetivo general, describir las principales características de la competitividad de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio-rubro venta de ropa para niños del Mercado modelo de la ciudad de Chimbote, periodo julio 2013 - julio, 2014. La investigación fue no experimental – transversal-descriptiva, se utilizó una muestra poblacional de 17 Micros y pequeñas Empresas, obtenida mediante la técnica de sondeo, a quienes les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas llegando a la conclusión que el 76,47% de las micro y pequeñas empresas, son competitivas, del sector comercio– rubro venta de ropa para niños de la ciudad de Chimbote, periodo julio_2013 –julio 2014, debido a la aplicación de herramientas administrativas tienen clientes satisfechos, sus precios son competitivos, poseen una calidad máxima. y utilizan herramientas administrativas como la calidad total, y han utilizado un plan de negocios.

1.1.4. Local

Torres (2018), en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huaraz, 2017”, tuvo como objetivo general: describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boutique en la ciudad de Huaraz, 2017. El diseño de la investigación fue descriptivo simple-no experimental, la población estuvo constituida por 35 micro y pequeñas empresas, la muestra fue dirigida a 10 MYPE, en la técnica se utilizó el cuestionario, como instrumento la encuesta. Llegando a la conclusión que el 70% recibieron financiamiento a largo plazo, el 30 % fue a corto plazo; en cuanto a la rentabilidad, el 46% afirmaron que sí mide la rentabilidad de su patrimonio, el 71% manifestó que mejoró la rentabilidad de su negocio en estos últimos años, el 51% sí miden la rentabilidad financiera. Concluyendo con respecto al financiamiento, que la mayoría de la MYPE recurre a las cajas municipales de ahorro y crédito para financiar su empresa, en cuanto a la rentabilidad se verifica que las MYPE sí miden su rentabilidad patrimonial y financiera, lo cual le ayudan a tener una buena estabilidad y buen manejo en su empresa.

Silva (2016), en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por

menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016”, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptivo-cuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). Para la determinación de la muestra, se identificó una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue pequeña. Llegando a la conclusión que manifiestan deficiente interés en la recepción de candidatos, en un gran porcentaje no realizan la preselección, bajan interés de los gerentes de las boutiques sobre las pruebas de entrada de los empleados, poco interés respecto a las entrevistas, baja valoración y documentación en la elección de los candidatos, carencia respecto a la contratación del personal.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Teorías del financiamiento

Según Gitman (1996), los requerimientos de financiamiento de una empresa pueden dividirse en una necesidad permanente y una necesidad temporal. La necesidad permanente, compuesta por el activo fijo más la parte que permanece del activo circulante empresa, es decir, la que se mantiene sin cambio a lo largo del año. La necesidad temporal, es atribuible a la existencia de ciertos activos circulantes temporales, esta necesidad varía durante el año.

Para los autores como Boscán y Sandra (2006), el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.

Según autores (Damodaran, 1999) y (Mascareñas, 2004), la estructura financiera debe contener todas las deudas que impliquen el pago de intereses, sin importar el plazo de vencimiento de las mismas, en otras palabras “es la combinación de todas las fuentes financieras de la empresa, sea cual sea su plazo o vencimiento”. Sin embargo, hay autores que consideran relevante darle más importancia a la estructura de los recursos que financian las operaciones a largo plazo.

1.2.2. Teoría de la rentabilidad

Según Hosmalin (1966), la rentabilidad es la confrontación de ingresos y gastos durante un periodo para la producción, también llamado según Apaza Meza (2011) utilidades, que se reflejan en el estado de resultados integrales.

La teoría del equilibrio, o del trade-off, no explica por qué algunas empresas mantienen sistemáticamente niveles de deuda diferentes a los que poseen otros rivales directos; o por qué en ciertos sectores o actividades el nivel de deuda es tan anormalmente bajo, siendo la tributación sobre beneficios similar en todos ellos. Parece haber algún factor subyacente que hace que las empresas tengan "preferencia" por unas fuentes u otras, al margen de su impacto fiscal y la incidencia sobre la rentabilidad (apalancamiento financiero).

Clyde P. Stickney & Roman L. Weil (2013) define la rentabilidad como el retorno sobre la inversión, que para Abad (2011) se da un tiempo determinado, donde el poder de generación de utilidades y la capacidad de obtener un rendimiento sobre la inversión. (Clyde P. Stickney & Roman L. Weil, 2013), permite obtener un elemento de análisis para la gestión empresarial (Chacón, 2007).

La rentabilidad es el porcentaje que muestra la utilidad sobre las ventas, activos o el patrimonio (Lira Briceño, 2009).

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Definición de las micro y pequeñas empresas

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086).

Según Aguilar (1994), a la MYPE considera tres tipos de microempresas:

- a. Microempresas de sobrevivencia: tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos.
- b. Microempresas de subsistencia: son aquellos que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- c. Microempresa en crecimiento: tiene la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos.

Por tanto y teniendo en cuenta las consideraciones vamos a describir a la pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que

pertenece, cuya venta anual de valores no excede las 1, 500 unidades impositivas tributarias, y el número de trabajadores máximo es 50 y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

- **Mercado:** como se exploran y utilizan las señales del mercado para desarrollar una posición competitiva fuerte dentro de él.
- **Competencia:** hasta qué punto la empresa puede sostener a lo largo del tiempo una posición siempre competitiva a pesar de las acciones que desplieguen sus competidores.
- **Mercadeo:** en qué medida la empresa amplía sus mercados y multiplica su capacidad de penetración a través de acciones de promoción e instancias de distribución.
- **Precios:** hasta qué punto los precios aseguran un buen equilibrio entre la satisfacción del cliente y las aspiraciones de rentabilidad de la empresa.
- **Producto:** en qué medida los productos de la empresa responden a las necesidades de clientes y generan a los accionistas beneficios significativos.

- **Costos:** cómo se asegura un control adecuado de los costos desde su origen para procurar el máximo margen de beneficios.
- **Compras:** cómo asegura la empresa la dotación oportuna de materiales y componentes a todo lo largo del proceso de producción.
- **Calidad:** cómo responde la empresa a su compromiso de procurar la máxima satisfacción de las expectativas de sus clientes.
- **Tecnología:** en qué medida la experiencia productiva, los conocimientos y la investigación pueden contribuir a mejorar los resultados y la capacidad competitiva de la empresa.
- **Medio ambiente:** en qué grado la empresa ha asumido y está enfrentado su responsabilidad de asegurar un desarrollo sustentable en el largo plazo.
- **Personal:** cómo se propicia el desarrollo de una organización sana y dinámica, que ofrezca a toda su personal oportunidad interesantes de crecimiento.
- **Capitación:** cómo se estimula e impulsa el desarrollo del potencial de los miembros de la organización de la empresa para contribuir a su fortalecimiento.
- **Dirección y administración:** cómo armonizan todos los recursos de la empresa para conducir a la realización plena y crecimiento de sus propósitos.

- **Finanza:** cómo se consiguen, cuánto cuestan y como se aprovechan los recursos financieros invertidos en la empresa.
- **Comercio exterior:** cómo contribuye la exportación al desarrollo futura de la empresa y como se prepara para ello.
- **Informática:** en qué medida se aprovechan en la empresa las ventajas de las tecnologías de información para impulsar su desarrollo estratégico.
- **Mantenimiento:** cómo se utilizan la experiencia y el conocimiento desarrollados a partir de la función de mantenimiento como contribución a la generación de valor.

1.3.2. Concepto de financiamiento

Es el acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable.

1.3.3. El crédito

Es una operación en la que un acreedor, presta una cantidad de dinero durante un tiempo determinado a un deudor, que lo devolverá en un futuro con interés.

1.3.4. Objetivo del financiamiento

Obtener liquidez suficiente para poder realizar las actividades propias de la empresa en un periodo de tiempo, de una forma segura y eficiente. Las etapas de financiamiento son una serie de pasos cronológicos, en el cual se le dará seguimiento al financiamiento.

- a. Previsión de la necesidad de fondos.
- b. Previsión de la negociación: aquí se establece las relaciones precias con las instituciones nacionales de crédito potencial para el financiamiento. Se analiza la situación actual del país, en cuanto al costo del dinero y se elabora un análisis cuantitativo y cualitativo de alternativas.
- c. Negociación: se seleccionan dos o tres instituciones de crédito, a las cuales se les proporciona la información requerida por ellas, para el posible financiamiento.
- d. Mantenimiento en la vigencia del financiamiento.

1.3.5. Entidades que otorgan financiamiento

Los créditos son otorgados por diversas entidades públicas y privadas, a las que desagregamos de la siguiente forma: créditos gubernamentales, créditos internacionales, créditos bancarios y créditos de otras instituciones.

1.3.5.1. Créditos gubernamentales

El Gobierno Peruano otorga créditos de manera directa e indirecta. La mayor parte de los créditos directos está dirigida a un fin específico y son otorgados por FONDEPES. Banco de

Materiales y Agro banco; en cambio los créditos indirectos son otorgados por la Cooperación Financiera de Desarrollo a través de otras instituciones financieras

- **FONDEPES:** que otorga únicamente financiamiento a actividades dirigidas a la pesca artesanal y acuicultura.
- Agro banco

1.3.5.2. Créditos internacionales

Es la operación de crédito internacional que incluye toda transferencia directa o indirecta de los recursos financieros entre dos o más países. La transferencia de recursos financieros presenta unos casos en particular. (Zea, 2014).

1.3.5.3. Créditos de otras instituciones

Hay diversas instituciones financieras y no financieras que también otorgan créditos directos. La mayor parte de estas está ubicada en provincias. Entre estas, tenemos:

- Empresas afianzadoras de crédito (Fondo de Garantía para préstamos a la pequeña industria - Fogapi).
- EDPYME.
- Cajas municipales.
- Cajas rurales.
- ONG (Portocarrero, 2008).

1.3.6. Necesidades de financiamiento

Para poder entender cómo funcionan las finanzas dentro de una empresa, supongamos a una empresa como dos recipientes

interconectados, el primero etiquetado como “Fuente” y el segundo como “Usos”. El recipiente Fuente representa la cantidad de capital con el que la empresa debe contar para operar, en tanto que el marcado como Usos establece la manera cómo esos capitales son utilizados. Detengámonos un momento en el segundo recipiente, Usos. ¿En qué puede una empresa utilizar los fondos que ha reunido? Ya adelantamos una respuesta: podrá utilizarlos en inversiones en activos (en el caso de Antonio sería para adquirir maquinaria) o para dotar de capital de trabajo a las operaciones del negocio.

1.3.6.1. Tipos de financiamiento:

Según Molina (2010), las fuentes de financiamiento se dividen según los plazos. En este sentido existen fuentes a corto y largo plazo.

Financiamiento a corto plazo

Es un préstamo de recursos o de dinero que se le otorga a una empresa durante un periodo de tiempo menor a un año, donde este tipo de financiamiento tiene la ventaja de tener bajo costes de devolución de dinero y de interés.

- **Crédito comercial:** consiste en el ofrecimiento de crédito por parte de un proveedor de productos y servicios, a su cliente, con el objetivo de que el cliente pague más adelante, es decir, en el futuro. Ambas acuerdan la fecha de pago donde el cliente deberá cumplir de caso contrario puede ocasionarse algunos cargos legales por el incumplimiento del pacto acordado.

- **Crédito bancario:** es la operación financiera que una entidad le concede a otra una cantidad de dinero con la finalidad que devuelva el efectivo con el interés y la fecha pactada.
- **Línea de crédito:** representa un crédito permanente para ser usado en cualquier momento y debe de ser cancelado en los plazos que se indiquen en el contrario.
- **Papeles comerciales:** son instrumentos de deuda a menos de un año, emitidos por las empresas en el mercado de valores, generalmente, para financiar sus actividades diarias.
- **Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar:** es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento.
- **Financiamiento por medio de los inventarios:** permite utilizar los bienes tangibles como medio de financiamiento no es extraño, al menos para las empresas. Esto, porque además de existir otras modalidades de financiamiento, del tipo bancario, existe la posibilidad a través de inventario de la empresa.

Financiamiento a largo plazo

Entre las formas y fuentes de financiamiento a largo plazo tenemos:

- a. **Hipoteca:** es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el deudor al acreedor, a fin de garantizar el pago del préstamo realizado.

- b. **Las acciones:** representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.
- c. **Bonos:** es una promesa escrita, incondicional y certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma establecida en una fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas por las partes.

Costos de financiamiento

Es el costo del dinero que representa el financiarte y lo podrás activar siempre y cuando constituya dicho activo un activo calificado.

1.3.7. Concepto de rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla. La rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Dichas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, reducción integral de costos y gastos y en general de la observación de cualquier medida tendencia a la obtención de utilidades (García, 2009).

1.3.7.1. Tipos de rentabilidad

1.3.7.1.1. 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 libertad de financiación de los mismos. 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 total a su estado medio.

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.

$$\mathbf{RE} = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

1.3.7.1.2. La rentabilidad financiera

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son el resultado de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda actividad económica en la que se movilizan los medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados (Zamora, 2008).

Resultado neto

$$\text{RF} = \frac{\text{Resultados netos}}{\text{Fondos propios a su estado medio}}$$

1.3.7.2. Clasificación de la rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a

1.3.7.2.1. Rentabilidad social

La rentabilidad social es muy utilizada en el planeamiento de infraestructuras. Una actividad es rentable socialmente cuando provee de más beneficios que pérdidas a

la sociedad en general, independientemente de si es rentable económicamente para su promotor.

1.3.7.2.2. Rentabilidad fija

Es el acuerdo de una tasa de interés fija que se paga periódicamente o con una fecha de vencimiento pactada para la inversión. Dentro de las herramientas más comunes que proporcionan una rentabilidad de este tipo están los bonos, los certificados de depósito a término o CDTS y los TES o títulos de tesorería.

1.3.7.2.3. Rentabilidad variable

Al contrario que la mencionada anteriormente supone la inexistencia de una tasa determinada de antemano, ya que la rentabilidad del valor dependerá de aspectos tales como las circunstancias del mercado o la situación real de las empresas emisoras. Para este tipo de rentabilidad son las acciones, en este tipo de inversiones debemos saber que así cómo es posible hallar muy buenas rentabilidades que incrementen el capital originariamente comprometido en la compra de acciones, también es viable que veamos reducido nuestro capital por variaciones negativas del valor de la acción en el mercado (Arozena, 2010).

1.3.7.3. Consideración para construir indicadores de rentabilidad

Todas las empresas, a la hora de realizar su actividad empresarial tienen interés en conocer si están realizando sus

operaciones adecuadamente y si están generando los beneficios esperados o por el contrario su actividad no se está llevando a cabo de manera correcta y no alcanzan los objetivos marcados. Por ello llevan a cabo un análisis de la situación financiera a través de una serie de indicadores de rentabilidad.

Los indicadores de rentabilidad son una serie de índices que sirven a una empresa para medir la capacidad que tiene de obtener beneficios, principalmente a través de los fondos propios disponibles o del activo total con el que cuenta la empresa.

1.3.7.4. Niveles de análisis de la rentabilidad

La razón implícita de ser de todo negocio es la de generar beneficios o utilidades, que en términos generales se mide como la diferencia de los ingresos y los costos incurridos como resultado de las operaciones al cierre de ejercicio. Sin embargo, ello no explica mucho, pues es importante evaluar qué tan eficientes han resultado los recursos empleados e invertidos, lo que conlleva a realizar el análisis de rentabilidad de la empresa. Ello se mide por medio de algunos indicadores o ratios que serán tema de estudio del presente artículo, presentando un panorama general para su mejor entendimiento.

1.3.7.5. Ratios financieras de la rentabilidad

Las ratios de rentabilidad son fórmulas matemáticas que nos permite desvelar cuál es la marcha de la organización a nivel

financiero, es decir, la eficiencia con la que la empresa ha utilizado los recursos para obtener ganancia.

a. Liquidez

Razón corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Mide la aptitud de la entidad para pagar las deudas que vencen a corto plazo (plazo inferior a un año) con los bienes que integran su activo corriente.

Liquidez Inmediata = caja y bancos / Pasivo Corriente

b. Solvencia

Ratio de endeudamiento = Pasivo / Patrimonio Neto

Es determinar la proporción que existe entre el importe total de las deudas de la empresa y el valor de su patrimonio neto.

Ratio Solvencia = Activo / Pasivo

Determinar la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a todas sus deudas y obligaciones empleando para ello todos los bienes y derechos que integran su activo.

Ratio de rentabilidad y Capital propio:

Rentabilidad Capital Propio (ROE) = (Beneficio Neto / Patrimonio Neto) * 100

Estos ratios nos permiten proporcionar un resultado expresado en porcentaje. A mayor porcentaje, mayor rentabilidad.

Rentabilidad Neta:

Esta ratio mide la capacidad de la empresa para genera ganancia, estas ratios se expresan en porcentajes y nos dicen la rentabilidad obtenida por casa soles vendido.

Margen Neto = (Utilidad Neto / Total de Ingresos) * 100

Del Patrimonio = Utilidad Neta / Patrimonio Neto

II. Hipótesis

Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018 tiene características propias, siendo importantes en el medio que se desarrollara.

III. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativo, según Rodríguez (2010) señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por lo estado subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente a la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficos y un análisis numérico.

Según Hernández, Fernández y Baptistas (2010), manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio.

Según autores Fernández y Díaz (2002), manifiestan que la investigación cuantitativa trata de determinar a fuerza de asociación o correlación entre las diversas variables, la generalización y la mejora de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual muestra procede.

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo, debido a que solo se limita a describir la propuesta de mejora y la caracterización de las variables en estudio, porque existe otros estudios que anteceden a nuestra investigación, es por eso que solo nos limitamos a describir las principales propuestas de mejora en financiamiento y rentabilidad.

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación se define con base al procedimiento. Este diseño alude al proceso de recolección de datos que permite al investigador, lograr la validez interna de la investigación, es decir, generar un alto grado de confianza en las conclusiones generadas, que van en consonancia con los objetivos establecidos Hernández (2012).

El diseño de la investigación es no experimental-descriptivo.

M ----- O

Donde:

M = Muestra conformado por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables complementarias y principal.

1. No experimental

Según Pella y Martins (2010), definen que el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en formar deliberada ningún variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los

hechos tal y como se presentan su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizar. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica, sino que se observa las que existen.

2. Descriptivo

Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), la investigación descriptiva, consiste en la caracterización de un hecho fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos refiere.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Según Hernández Sampieri, “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

La población estuvo constituida por 30 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

3.2.2. Muestra

Citado por Tamayo y Tamayo (1998), la muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

(H. Sampieri, citado por Balestrini (2001)), la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población.

La muestra de la investigación se tomó a 21 MYPE que representa el 70% de la población.

3.2.2.1. Criterios de inclusión

Tamayo (2012), son todas las características de los integrantes de la población de referencia que permiten su ingreso-formar parte a la población en estudio.

3.2.2.2. Criterios de exclusión

Según Tamayo (2012), son todas las características de los integrantes de la población de referencia que descartan su ingreso-no formar parte a la población en estudio.

3.2.3. Muestras por conveniencia

Creswell (2008), define como un conjunto de procedimientos de muestreo cuantitativo donde el investigador selecciona a los participantes, que están aptos y disponibles para ser estudiados.

3.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Financiamiento	Es un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, sea nivel personal organizacional	Financiamiento de las MYPE	Creación	¿Creé que la creación de un organismo financiero dedicado exclusivamente a financiamiento de micro y pequeñas empresas, haría más accesibles su función?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
			Alianza de las MYPE	¿Cree que al aliarse con empresas de su mismo sector, sería un medio para acceder al financiamiento, estaría dispuesto a unirse para garantizar conjuntamente los prestamos adquiridos?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
			opciones de financiamiento	Marque las opciones de financiamiento que utiliza.	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Crédito bancario • Factoring • Reinversión de utilidades

			Opciones de financiamiento	¿Conoce todas las opciones de financiamiento que existe para su empresa?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
			Facilidad de crédito	¿Qué propondría Ud. para tener facilidad en créditos financieros?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Pocos requisitos • Bajos tasas de interés • Tiempo de pago accesible • Garantes
			Requisitos	¿Cuáles son los requisitos que no ha podido cumplir cuando ha solicitado crédito?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Garantes • Experiencia crediticia • Avales
			Necesidad	¿Cuánto dinero cree necesitar para asegurar el crecimiento y/o la competitividad?	Intervalos: <ul style="list-style-type: none"> • Menos de s/. 10, 000.00 • Más de s/. 10, 000.00 menos de s/. 15, 000.00 • Más de s/. 15, 000.00 menos de s/. 20, 000.00 • Más de s/. 20, 000.00

				De acuerdo a las necesidades de su empresa, ¿en qué invertiría el financiamiento solicitado?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria y equipo • Tecnología • Creación de nueva sucursal • Aumento de capital • Publicidad y promoción
			Tiempo	¿Qué opción de financiamiento le parece más conveniente para su empresa?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Crédito a corto plazo • Crédito a largo plazo • Ninguna
			Dificultades	¿Ha tenido dificultades para cumplir con el pago de algún crédito obtenido?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
Rentabilidad	Es el rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de	Rentabilidad de las MYPE	Control	¿Gestiona de manera eficiente sus inventarios?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
				Para llevar control de sus ingresos y gastos, ¿cuenta con tecnología para su negocio?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No

comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.			Oportunidad	¿Cree haber perdido oportunidades de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	
			Índices financieros		¿Analizas la rentabilidad de tu cartera de clientes?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
					¿Aumentó las compras de tus productos y/o servicios?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
					Durante el periodo 2018, ¿incrementó sus márgenes de ganancias?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
					¿Cree Ud., que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No

				¿Para incrementar su rentabilidad Ud. evalúa?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Productividad • Participación de mercado • Costo de operación
			Tiempo	¿Cree que es necesario definir el período de tiempo para medir la rentabilidad fija?	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Para recolección de información en este campo se utilizó la técnica de la encuesta.

3.4.2. La encuesta

Para la recolección de información en este campo se utilizó la técnica de la encuesta.

Según Trespalacios, Vázquez y Bello (2005), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se va obteniendo.

3.4.3. Instrumentos

Para recojo de la información se utilizó el cuestionario estructurado de 19 preguntas.

3.4.4. Cuestionario

Según Hurtado (2000:469), un cuestionario “Es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”.

“Este instrumento consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado

problema de investigación del que deseamos conocer algo” (Sierra, 1994, p. 194).

3.5. Plan de análisis

En este caso se utilizó Microsoft Office para la tabulación y procedimiento de los datos que obtuvo en las encuestas que se realizó en el cual se presentó cuadros estadísticos, etc.

3.6. Matriz de consistencia

Título: Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Problema	objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Enunciado del Problema: ¿Cómo es el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo es el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018? 2. ¿Cómo es la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018? 	<p>Objetivos generales: Determinar el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018. • Describir la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018. 	<p>Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018 tiene características propias</p>	<p>Financiamiento, rentabilidad de las MYPE.</p>	<p>Tipo y nivel de la investigación: El estudio es de tipo cuantitativo y del nivel descriptivo correlacional.</p> <p>Diseño de la investigación: M = Muestra O = Observación de las variables de financiamiento y rentabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población y muestra • Definición de operacionalización de variables. • Técnicas e instrumentos. • Procedimientos de datos. • Plan de análisis.

3.7. Principios éticos:

Según Aristóteles, la ética es el compromiso efectivo del ser humano que lo debe llevar a su perfeccionamiento personal. Es el compromiso que se adquiere con uno mismo de ser siempre más persona. Se refiere una decisión interna y libre que no representa una simple aceptación de lo que otros piensan, dicen y hacen.

Para P. Barroso, la ética es la ciencia de filosofía-normativa y teórica-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de las personas, el temor de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, la honestidad teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad.

Según Uladech (2016), los principios que rigen la actividad de la investigación son como sigue:

- **Protección a las personas:** En este aspecto se tendrá en cuenta el derecho de la libertad personal y respetar su dignidad, la diversidad, confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicara que las personas que son sujetas a la investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de la información adecuada, sino también involucrara el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad
- En el ámbito de investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicara

que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrar el pleno respeto de sus derechos fundamental, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficio y no maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En tal sentido en regla general no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia:** Se debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.
- **Integridad científica:** La integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extender a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.
- **Consentimiento informado y expreso:** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

IV. Resultados

4.1. Resultados

4.1.1. Describir el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Alternativas	Tabla	Resultados
¿Cree que la creación de un organismo financiero dedicado exclusivamente al financiamiento de micro y pequeñas empresas, haría más accesible su función?	1	81% (17) Sí, 19% (4) No
¿Cree que, al aliarse con empresas de su mismo sector, sería un medio para acceder al financiamiento, estaría dispuesto a unirse para garantizar conjuntamente los préstamos adquiridos?	2	38.1% (8) Sí, 61.9% (13) No
Marque las opciones de financiamiento que utiliza	3	38.1% (8) proveedores, 38.1% (8) crédito bancario y 23.8% (5) reinversión de utilidades.
¿Conoce todas las opciones de financiamiento que existe para su empresa?	4	42.9% (9) Sí, 57.1% (12) No

¿Qué propondría Ud. para tener mayor facilidad en créditos financieros?	5	66.7% (14) pocos requisitos, 14.3% (3) bajas tasas de interés, 9.5% (2) tiempo de pago accesible y 9.5% (2) garantes
¿Cuáles son los requerimientos que no ha podido cumplir cuando ha solicitado crédito?	6	23.8% (5) garantes, 71.4% (15) experiencia crediticia y 4.8% (1) avales.
¿Cuánto dinero cree necesitar para asegurar el crecimiento y/o la competitividad?	7	23.8% (5) menos de s/. 10,000.00, 28.6% (6) más de s/. 10,000.00 meno de s/. 15,000.00, 38.1% (8) más s/. 15,000.00 menos de s/. 20,000.00 y 9.5% (2) más de s/. 20,000.00.
De acuerdo a las necesidades de su empresa, ¿en qué invertiría el financiamiento adquirido?	8	23.8% (5) maquinaria y equipo, 14.3% (3) tecnología, 9.5% (2) creación de nuevo sucursal, 47.6% (10) Aumento de capital y 4.8% (1) Publicidad y promoción.
¿Qué opción de financiamiento le parece más conveniente para su empresa?	9	47.6% (10) crédito a corto plazo, 47.6% (10) crédito a

		largo plazo y 4.8% (1) ninguna.
¿Ha tenido dificultades para cumplir con el pago de algún crédito obtenido?	10	71.4% (15) Si, 28.6% (6) No.

Tabla 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10

4.1.2. Describir la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Alternativas	Tablas	Resultados
¿Gestiona de manera eficiente su inventario?	11	23.8% (5) Sí, 76.2% (16) No
Para llevar control de sus ingresos y gastos, ¿cuenta con tecnología para su negocio?	12	9.5% (2) Sí, 90.5% (19) No
¿Cree haber perdido oportunidad de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?	13	47.6% (10) Sí, 52.4% (11) No
¿Analizas la rentabilidad de tu cartera de clientes?	14	9.5% (2) Sí, 90.5% (19) No
¿Aumentó las compras de tus productos y/o servicios?	15	47.6% (10) Sí, 52.4 (11) No

Durante el periodo 2018, ¿incrementó sus márgenes de ganancias?	16	57.1% (12) Sí, 42.9% (9) No
¿Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?	17	71.4% (15) Sí, 28.6% (6) No
¿Para incrementar su rentabilidad Ud. evalúa?	8	23.8% (5) Sí, 76.2% (16) No
¿Cree que es necesario definir el periodo de tiempo para medir la rentabilidad?	19	81% (17) Sí, 19% (4) No

Tabla 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 y 19

4.2. Análisis de resultados

4.2.1. Describir el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Según la Tabla 1 del total del 100% de los representantes de las MYPE encuestadas, el 81% manifestaron que, si creen que la creación de un organismo financiero dedicado al financiamiento de las MYPE, haría más accesible su función, mientras el 19% de los representantes manifestaron lo contrario.

Se observa en la Tabla 2, que el 38.1% de los representantes encuestados manifestaron que, si creen en hacer una alianza con otras empresas de su mismo sector para acceder a un crédito financiero, mientras el 61.9% manifestaron lo contrario.

En la Tabla 3, el 38.1% de los encuestados hicieron mención que la opción que adoptan para sus MYPE es trabajar con los proveedores, el 38.1% con crédito bancario y el 23.8% con la reinversión de sus utilidades. De acuerdo los resultados obtenidos en su estudio por Aguilar y Cano (2017), en su tesis “Fuente de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las MYPE de la Provincia de Huancayo”, concluye que de 300 MYPE encuestados el 42% de las empresas afirman que sí es fácil obtener crédito con sus proveedores y un 58% afirman que no es accesible a obtener con sus proveedores, así mismo afirman que el 70% de las MYPE en estudio

mencionan que sus proveedores no cobran interés por la deuda obtenida y el 5% afirman que sí, en tanto un 25% no opina.

Según la Tabla 4 del total de los encuestados el 42.9% sí conocen las opciones de financiamiento que existe para sus empresas, mientras el 57.1% negaron de conocer algunas opciones de financiamiento para sus empresas.

En la Tabla 5, el 66.7% de los representantes de las MYPE manifiestan que las entidades financieras deberían pedir pocos requisitos, así mismos el 14.3% bajas tasas de interés y como también el 9.5% que el tiempo sea accesible para el pago del crédito y que no sea requisito los garantes. Según Pretel (2016), concluye que en la Tabla N° 08 reflejan que, el 70% de los encuestados manifestaron que el criterio más importante para adoptar decisiones de financiamiento ha sido la tasa de intereses, seguido por el prestigio de la entidad financiera con un 16% y finalmente por las garantías solicitadas con un 14%.

En la Tabla 6, el 23.8% de los representantes de las MYPE manifestaron de no haber cumplido con el requisito de tener garantes, así como el 71.4% hicieron mención que no cumplieron con experiencia crediticia y el 4.8% en avales.

Se observa que en la Tabla 7, los representantes hicieron mención que el 23.8% necesitan menos de s/. 10,000.00 para asegurar el crecimiento y competitividad de su empresa, así mismo el 28.6% necesitan más de s/. 10,000,00 menos de s/. 15,000.00, el 38.1% más

de s/. 15,000.00 a menos de s/. 20,000,00 y el 9.5% más de s/. 20,000.00. Según Aguilera (2012), en Revista científica pensamiento y gestión, No 32: Considera en dicho artículo que la responsabilidad social empresarial actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa. El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores; la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes y promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. En este contexto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora ostensiblemente la reputación y la credibilidad, y con ello logra el reconocimiento ante sus grupos de interés (stakeholder), especialmente cuando el compromiso con el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social es percibido como reflexivo, ético y espontáneo.

Según la Tabla 8, el 23.8% hicieron mención que el financiamiento adquirido invertirían en compra de activos fijos, el 14.3% en implementación de tecnología, el 9.5% en expansión de sus negocios, 47.6% en aumento de capital y el 4.8% en publicidad y promoción. Por lo tanto, nuestros resultados obtenidos son concordantes con los resultados de Romayna (2018), en su tesis “Crédito financiero no bancario y la competitividad de las

microempresas industriales en la ciudad de Tingo María-2017”.

Como se aprecia, el 39% de las microempresas industriales aseguran que el fin del crédito fue para capital de trabajo, el 3% de los encuestados manifestaron que fue para mano de obra, el 27% respondieron que para mejoras del negocio y el 3% de los encuestados objetaron que, para otros fines, asimismo, el 28% argumentaron que ninguno, ya que no solicitaron algún crédito financiero no bancario.

En la Tabla 9, del total de los encuestados el 47.6% de los representantes consideran que el financiamiento adquirido para sus MYPE sea corto plazo y así mismo el 47.6% considera a largo plazo y solo el 4.8% del representante no consideran ninguno, de acuerdo a los resultados obtenidos por Sánchez (2014), en su tesis “Grados de informalidad de ñas Mipymes formales y su repercusión en el acceso a créditos de las entidades financieras en Lima”, considera que el 12% de las Mipymes encuestadas presenta una visión empresarial a largo plazo, el 36% tiene alguna idea de lo que proyecta para su próximo año o desea cambiar de un rubro, 52% restantes no piensa en un futuro, solamente le interesa ganar dinero para sobrevivir el día a día.

Según la Tabla 10, el 71.4% de los representantes ha tenido dificultad para cumplir con sus obligaciones crediticias y el 28.6% manifestaron de no haber tenido ningún tipo de dificultad en momento de cancelar el crédito obtenido. De acuerdo los resultados obtenidos

por Jiménez (2016), el motivo de su atraso o dificultades en su crédito según el gráfico el 54% contestaron que la razón es por la disminución de las ventas de su negocio seguido con el 37% porque tiene otras obligaciones financieras que les dificulta cumplir con todas en las fechas según cronograma.

4.2.2. Describir la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

En la Tabla 11, el 23.8% de los representantes si gestionan de manera correcta y eficiente sus inventarios de sus negocios, mientras el 76.2% negaron de realizar inventario a sus negocios.

Según la Tabla 12, del total de 100% de los encuestados el 9.5% hicieron mención que, si llevan control de sus ingresos y gastos, ya que cuentan con tecnología adecuada para dicho control y el 90.5% mencionaron de tener deficiencia en cuanto control de sus ingresos gastos de sus negocios.

Se observa que en la Tabla 13, los representantes de los MYPE hicieron mención que el 47.6% creen haber perdido oportunidad de obtener mayores utilidades por el hecho no haber obtenido financiamiento y el 52.4% manifestaron que no han perdido la oportunidad de generar utilidades para sus empresas, aunque no hayan accedido al financiamiento.

En la Tabla 14, del 100% de los representantes de las MYPE, el 9.5% hicieron mención que si realizan un análisis de sus carteras

de clientes y el 90.5% que no realizan un análisis de sus carteras de clientes.

Según la Tabla 15, el 47.6 manifestaron que ha aumentado en cuanto compras de productos y el 52.4% manifestaron lo contrario.

En la Tabla 16, el 57.1% de los representantes de las MYPE manifestaron que en el año 2018 incrementó sus márgenes de ganancias y el 42.9% manifestaron lo contrario.

Se observa en la Tabla 17, el 71.4% la rentabilidad de sus empresas a mejorado en los dos últimos años y el 28.6% manifestaron lo contrario.

En la Tabla 18, los representantes encuestados, el 23.8% realizan una evaluación de sus negocios para incrementar su rentabilidad y el 76.2% no realizan ningún tipo de acción para incrementar sus ingresos en sus negocios. Según Aguilar y Cano (2017) en su investigación concluyen que el porcentaje mayor desconocen evaluar sus empresas mediante las ratios financieros en donde concluye que el, 300 MYPE el 88% de las empresas encuestadas afirma que no conocen las ratios de rentabilidad, solo un 10% afirman que si conoce las ratios financieras y un 2% no opina.

Según la Tabla 19, del total del 100% de los presentantes legales de las MYPE el 81% hicieron mención que es necesario definir un periodo de tiempo para medir la rentabilidad de sus negocios y el 19% de los encuestados hicieron mención que no es necesario dicha opción.

V. Conclusiones

5.1. Conclusiones

1. El estudio sobre el primer objetivo específico, describe el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas en el distrito de Huaraz, 2018. De acuerdo a los resultados obtenidos el 81% de los encuestados creen conveniente la creación de un organismo dedicado exclusivamente al financiamiento de las MYPE, mientras el 61.9% consideran que no es conveniente aliarse con otras empresas de su mismo sector para acceder el financiamiento, el 38.1% de los representantes legales encuestado tiene como opción el financiamiento bancario y como segunda opción el crédito como proveedores, además el 57.1% no conocen las diversas opción de financiamiento existente en el mercado. El principal requisito para acceder a un financiamiento es tener un buen historial crediticio expreso el 71.4% de los representantes y de ese mismo modo también han tenido alguna dificultad al momento de pagar las cuotas programadas por su entidad financiera y el financiamiento obtenido en la mayoría de sus casos ha sido invertido en las diversas formar de capital de trabajo
2. Sobre la rentabilidad del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018. Referente al segundo objetivo específico se concluyó de la siguiente manera, el 76.20% de los empresarios no gestionan sus inventarios de manera eficiente, 90% de las MYPE no cuenta con la tecnología suficiente para control de

ingresos y gastos de sus empresas, el 90% no analiza la rentabilidad que obtiene con su cartera de clientes de esa forma disminuyendo sus márgenes de rentabilidad y el 81% de los encuestados no mide la rentabilidad obtenida en periodo determinados.

3. A razón del objetivo principal se concluye que el financiamiento y la rentabilidad no van de la mano puesto que la adquisición de un financiamiento no asegura la optimización o mejora de los niveles de rentabilidad sin embargo un financiamiento adquirido y manejado dentro de las necesidades de la MYPE podría mejorar los niveles de rentabilidad.

5.2. Recomendaciones

1. A las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018, que no utilicen el financiamiento como capital de inversión inicial debido a las altas tasas de interés que existe en el mercado, porque el financiamiento externo no garantiza la viabilidad y rentabilidad de las MYPE en el sector estudiado.
2. Manejar y gestionar de manera precisas y eficiente, evaluando la rotación y la recompra de sus mercaderías y reinvertir las utilidades obtenidas en capital de trabajo para optimizar los niveles de rentabilidad de las MYPE en estudio.
3. Hacer un análisis detallado al momento de adquirir un financiamiento sobre las obligaciones comprometidas y al mismo tiempo analizar la inversión que se realizará para sustentar el pago puntual de las obligaciones adquiridas.

Datos Bibliografía

Aguilera (2012). *En revista científica pensamiento y gestión, No 32*: disponible en:

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3977/3864>

Aguilar, K. y Cano, N. (2017). *“fuente de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las Mypes de la Provincia de Huancayo”*. Tesis de titulación. Universidad Nacional del centro del Perú. Encontrado:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiKwoDDu_ffAhXQ1lkKHTCeCP8QFjADegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.uncp.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2FUNCP%2F3876%2FAguilar%2520Soriano-Cano%2520Ramirez.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw2UqE8E3o3NayEarRHEfwtkY

Alvares, B. y Testa, C. (2017). *“Proyecto de emprendimiento para la creación de un negocio de ropa de niños y jóvenes por catálogo general y personalizada Online en la ciudad de Guayaquil”*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Trabajo de titulación. Disponible en:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj2vfyktOjfAhWjVN8KHZISClSjQFjAAegQICRAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.ucsg.edu.ec%2Fbitstream%2F3317%2F8007%2F1%2FT-UCSG-PRE-ECO-ADM-391.pdf&usg=AOvVaw0X983wyJ6trYo3VpIuxlBC>

Angulo, E. (2012). *“Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense. un estudio de caso”*. Disponible

en: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html

Arismendi, E. (2013). *tipos y diseño de la investigación*. Encontrado en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html

Chávez, L. (2018). “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Yarinacocha, 2018*”. Tesis de titulación. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5521>

Crespín, P. (2016). “*Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa-Chimbote, 2015.*” Tesis de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2009>

Córdova, D. (2016). En su tesis titulada “*Caracterización de la competitividad de las micro y pequeña empresa del sector comercio – rubro venta de ropa para niños en el mercado Modelo de la ciudad de Chimbote, periodo julio 2013 – 2014*”. Tesis de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1046>

García, A. (2018). “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2018*”. Tesis

de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3879>

Gutiérrez, A. (2017). *“Creación de empresa para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá”*. Tesis de titulación de la Universidad Católica de Colombia. Disponible en:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjCt7vRuOjfAhWjdN8KHUUSBMMQFjAAegQIChAC&url=https%3A%2F%2Frepositorio.ucatolica.edu.co%2Fbitstream%2F10983%2F15625%2F1%2FCREACI%25C3%2593N%2520DE%2520EMPRESA%2520PARA%2520COMERCIALIZACI%25C3%2593N%2520DE%2520ROPA%2520DEPORTIVA%2520EN%2520LA%2520CIUDAD%2520DE%2520BOGOT%25C3%2581.pdf&usg=AOvVaw1qXmiJR0OciJwIycEDCyBW>

Hernández, M. (2012). *TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN*. Disponible en:
<https://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html?view=classic>

Jiménez, N. (2016). *“La gestión de la calidad crediticia como alternativa de solución a los problemas de morosidad de la cartera de la micro y pequeña empresa y su efecto en los resultados económicos y financieros de la caja municipal de ahorro y crédito del Santa-año 2014 y 2015”*. Tesis de Maestría. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjJjOG7yPffAhWHm1kKHAXEABEQF>

jAAegQICbAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.uladech.edu.pe%2Fbits
tream%2Fhandle%2F123456789%2F507%2FGESTION_CALIDAD_CR
EDITICIA_MOROSIDAD_JIMENEZ_LOPEZ_NANCY_RAQUEL.pdf
%3Fsequence%3D4%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw0VTND_VW2k
W2z9ucPNqtp2

Moreno, L. (2018). *“Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro-compra/venta de prendas de vestir del distrito de Huaraz, 2017”* Tesis de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5525>

Pretel, S. (2016). *“Financiamiento y desarrollo de las Mypes del sector artesanía textil en la provincia de Huamanga: 2011-2014”*. Tesis de maestría.

Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Encontrado en:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiJ1bmNxPffAhXtpVkKHWQxCEYQFjACegQICbAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.unsch.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2FUNSCH%2F1395%2FTM%2520E31_Pre.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw3tM21kPYAgYuzIx3N938h7.

Puglias, W. (2017). *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas del distrito de Callería, 2016”*. Tesis de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4826>

- Quintero, J. (2018). “*Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad*”. Universidad Militar Nueva Granada. Tesis de titulación. Disponible en:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj_-IXTrujfAhXt01kKHYK3B-AQFjABegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Frepositorio.unimilitar.edu.co%2Fbitstream%2Fhandle%2F10654%2F17949%2FQuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw1vS4R5A00y7ULwK8t6Qfeb
- Romayna, L. (2018). “*Crédito financiero no bancario y la competitividad de las microempresas industriales en la ciudad de Tingo Maria-2017*”. Tesis de titulación. Universidad de Huanuco. Encontrado en:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiKwoDDu_ffAhXQ11kKHTCeCP8QFjAJegQIChAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.udh.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F1197%2FAPAC%2520ROMAYNA%2520C%2520Lourdes%2520Nelly.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw2jYJDD6_XvtRVblVU_xCV2
- Sánchez, L. (2014). “*Grados de informalidad de ñas Mipymes formales y su repercusión en el acceso a créditos de las entidades financieras en Lima*” tesis de titulación. Universidad Nacional de Ingeniería. Disponible en:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=15&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjB1672tvffAhVhkeAKHbjxA2wQFjAOegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fcybertesis.uni.edu.pe%2Fbitstream>

%2Funi%2F3712%2F1%2Fsanchez_cl.pdf&usg=AOvVaw3pustUm0lyxB
AWhwP-cuAC

Sierra, R. (1994). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo. Disponible en:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwi1lfHI9-XfAhUrmeAKHfcNA7cQFjAEegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Fservicio.bc.uc.edu.ve%2Feducacion%2Frevista%2Fn36%2Fart08.pdf&usg=AOvVaw1ahGgQGpOc9Xkd55j6kDsG>

Torres, P. (2018). “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huaraz, 2017*”. Tesis de titulación. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7805>

Trespalacios, Vázquez y Bello (2005) Del libro: *Investigación de Mercados, de Trespalacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino*, International Thomson Editores, 2005, Pág. 96. Disponible en:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi8isPfeXfAhUmhuAKHWfMDyoQFjAAegQIChAC&url=http%3A%2F%2Fbiblioteca2.ucab.edu.ve%2Fanexos%2Fbiblioteca%2Fmarc%2Ftexto%2FAAS3948.pdf&usg=AOvVaw1Q0PFHs0mvt3vTTamrFuYF>

Uladech (2016). *Código de ética para la investigación*. Disponible en:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1>

&ved=2ahUKEwifvJWz9OXfAhWFd98KHamhC0gQFjAAegQICRAC&
url=https%3A%2F%2Fwww.uladech.edu.pe%2Fimages%2Fstories%2Fun
Funiversi%2Fdocumentos%2F2016%2Fcodigo-de-etica-para-la-
investigacion-v001.pdf&usg=AOvVaw2rTMsa6yJFUiMrkA4htPKM

Anexos:

Anexo 1: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – (ENCUESTA)

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales y trabajadores de las Mype del ámbito de estudio.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada “Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el Distrito de Huaraz, 2018”. La información que usted proporcionará será utilizará solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador(a): EVELYN FRIDA YARINGAÑO MEZA

1. Describir el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito Huaraz, 2018.

1.1. ¿Cree que la creación de un organismo financiero dedicado exclusivamente al financiamiento de micro y pequeñas empresas, haría más accesible su función?

Sí () No ()

1.2. ¿Cree que, al aliarse con empresas de su mismo sector, sería un medio para acceder al financiamiento, estaría dispuesto a unirse para garantizar conjuntamente los préstamos adquiridos?

Sí () No ()

1.3. Marque las opciones de financiamiento que utilice:

- a. Proveedores
- b. Crédito bancario
- c. Factoring
- d. Reinversión de utilidades

1.4. ¿Conoce todas las opciones de financiamiento que existe para su empresa?

Sí () No ()

1.5. Qué propondría Ud. ¿Para tener mayor facilidad en créditos financieros?

- a. Pocos requisitos
- b. Bajos tasas de interés
- c. Tiempo de pago accesible
- d. Garantes

1.6. ¿Cuáles son los requerimientos que no ha podido cumplir cuando ha solicitado crédito?

- a. Garantes
- b. Experiencia crediticia
- c. Avales

1.7. ¿Cuánto dinero cree necesitar para asegurar el crecimiento y/o la competitividad?

- a. Menos de s/. 10,000.00
- b. Más de s/. 10,000.00 menos de s/ 15,000.00
- c. Más de s/. 15,000.00 menos de s/. 20,000.00
- d. Más de s/. 20,000.00

1.8. De acuerdo a las necesidades de su empresa, en que invertiría el financiamiento adquirido.

- a. Maquinaria y equipo
- b. Tecnología
- c. Creación de nueva sucursal
- d. Aumento de capital
- e. Publicidad y promoción

1.9. ¿Qué opción de financiamiento le parece más conveniente para su empresa?

- a. Crédito a corto plazo
- b. Crédito a largo plazo
- c. Ninguna

1.10. ¿Ha tenido dificultades para cumplir con el pago de algún crédito obtenido?

Sí () No ()

2. Describir la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el Distrito de Huaraz, 2018.

2.1. Gestiona de manera eficiente su inventario

Sí () No ()

2.2. Para llevar control de sus ingresos y gastos ¿Cuenta con tecnología para su negocio?

Sí () No ()

2.3. ¿Cree haber perdido oportunidad de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?

Sí () No ()

2.4. Analiza la rentabilidad de tu cartera de clientes

Sí () No ()

2.5. Aumentó las compras de tus productos y/o servicios

Sí () No ()

2.6. Durante el periodo 2018 ¿Incrementó sus márgenes de ganancias?

Sí () No ()

2.7. Cree Ud. ¿Que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?

Sí () No ()

2.8. ¿Para incrementar su rentabilidad Ud. Evalúa?

a. Productividad

b. Participación de mercado

c. Costo de operación

2.9. Cree que es necesario definir el periodo de tiempo para medir la rentabilidad

Sí ()

No ()

Anexo 2: Tablas

I. Describir el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 1

¿Cree que la creación de un organismo financiero dedicado exclusivamente al financiamiento de micro y pequeñas empresas, haría más accesible su función?

Alternativas	f₁	%
Sí	17	81.0
No	4	19.0
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 2

¿Cree que, al aliarse con empresas de su mismo sector, sería un medio para acceder al financiamiento, estaría dispuesto a unirse para garantizar conjuntamente los préstamos adquiridos?

Alternativa	f₁	%
Si	8	38.1
No	13	61.9
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes

Tabla 3*Marque las opciones de financiamiento que utilice:*

Alternativa	f₁	%
Proveedores	8	38.1
Crédito bancario	8	38.1
factoring	0	-
Reinversion de utilidades	5	23.8
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.**Tabla 4***¿Conoce todas las opciones de financiamiento que existe para su empresa?*

Alternativa	f₁	%
Si	9	42.9
No	12	57.1
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.**Tabla 5**

Qué propondría Ud. ¿Para tener mayor facilidad en créditos financieros?

Alternativas	f₁	%
Pocos requisitos	14	66.7
Bajas tasa de interés	3	14.3
Tiempo de pago accesible	2	9.5
Garantes	2	9.5
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 6

¿Cuáles son los requisitos que no ha podido cumplir cuando ha solicitado crédito?

Alternativas	f₁	%
Garantes	5	23.8
Experiencia crediticia	15	71.4
Avales	1	4.8
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 7

¿Cuánto dinero cree necesitar para asegurar el crecimiento y/o la competitividad?

Alternativas	f₁	%
Menos s/. 10,000.00	5	23.8
Más s/. 10,000.00 menos de s/ 15,000.00	6	28.6
Más s/. 15,000.00 menos de s/.20,000.00	8	38.1
Más de s/. 20,000.00	2	9.5
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 8

De acuerdo a las necesidades de su empresa, en que invertiría el financiamiento adquirido.

Alternativas	f₁	%
Maquinaria y equipo	5	23.8
Tecnología	3	14.3
Creación de Nuevo sucursal	2	9.5
Aumento de capital	10	47.6
Publicidad y promoción	1	4.8
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 9*¿Qué opción de financiamiento le parece más conveniente para su empresa?*

Alternativas	f₁	%
Crédito a corto plazo	10	47.6
Crédito a largo plazo	10	47.6
Ninguna	1	4.8
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.**Tabla 10***¿Ha tenido dificultades para cumplir con el pago de algún crédito obtenido?*

Alternativa	f₁	%
Si	15	71.4
No	6	28.6
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

II. Determinar las propuestas de mejora de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercialización de prendas de vestir en el distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 11*Gestiona de manera eficiente su inventario*

Alternativas	f₁	%
Si	5	23.8
No	16	76.2
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 12

Para llevar control de sus ingresos y gastos ¿Cuenta con tecnología para su negocio?

Alternativa	f₁	%
Si	2	9.5
No	19	90.5
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 13

¿Cree haber perdido oportunidad de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?

Alternativa	f₁	%
Si	10	47.6
No	11	52.4
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 14

Analiza la rentabilidad de tu cartera de clientes

Alternativa	f₁	%
Si	2	9.5
No	19	90.5
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 15

Aumentó las compras de tus productos y/o servicios

Alternativa	f₁	%
Si	10	47.6
No	11	52.4
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 16

Durante el periodo 2018 ¿Incrementó sus márgenes de ganancias?

Alternativa	f₁	%
Si	12	57.1
No	9	42.9
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 17

Cree Ud. ¿Que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?

Alternativa	f₁	%
Si	15	71.4
No	6	28.6
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 18

¿Para incrementar su rentabilidad Ud. Evalúa?

Alternativa	f₁	%
Si	5	23.8
No	16	76.2
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Tabla 19

Cree que es necesario definir el periodo de tiempo para medir la rentabilidad

Alternativa	f₁	%
Si	17	81.0
No	4	19.0
TOTAL	21	100

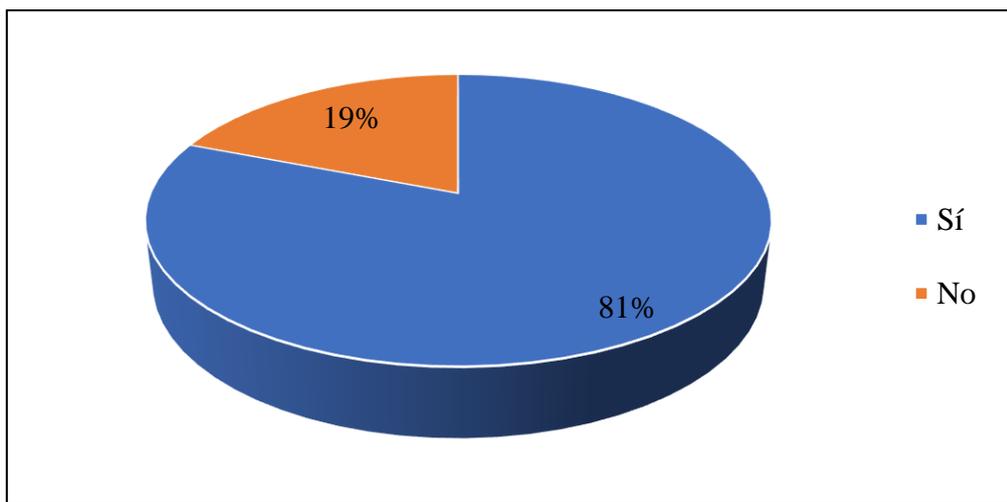
Fuente: Encuestada aplicada a los representantes legales de las Mypes.

Anexo 3: Figuras

Describir el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el distrito de Huaraz, 2018.

Figura 1:

¿Cree que la creación de un organismo financiero dedicado exclusivamente al financiamiento de micro y pequeñas empresas, haría más accesible su función?



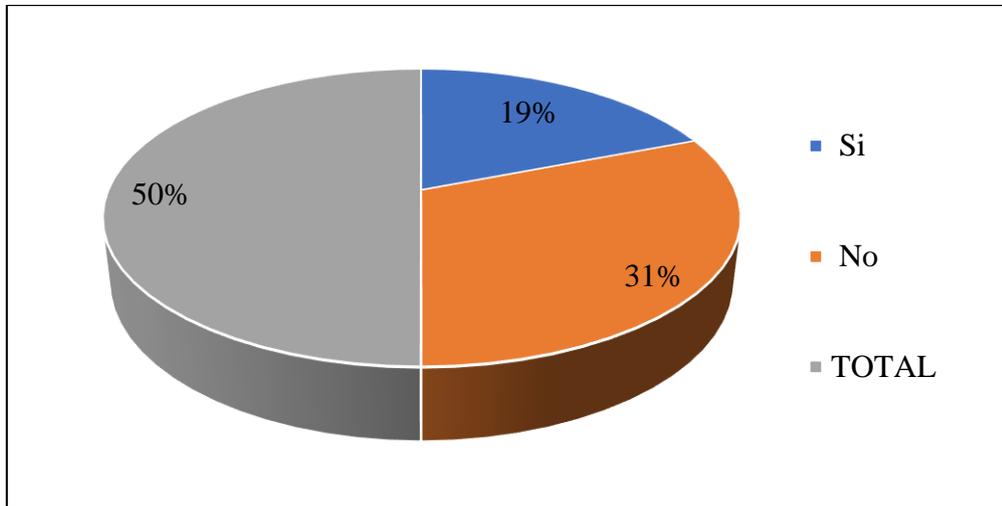
Fuente: Tabla 1

Interpretación:

La encuesta aplicada del 100%, el 81% de los representantes si cree que debe existir un organización dedicado netamente a los MYPE y el 19% respondieron que no es necesario creación de un organismo para los MYPE.

Figura 2:

¿Cree que, al aliarse con empresas de su mismo sector, sería un medio para acceder al financiamiento, estaría dispuesto a unirse para garantizar conjuntamente los préstamos adquiridos?



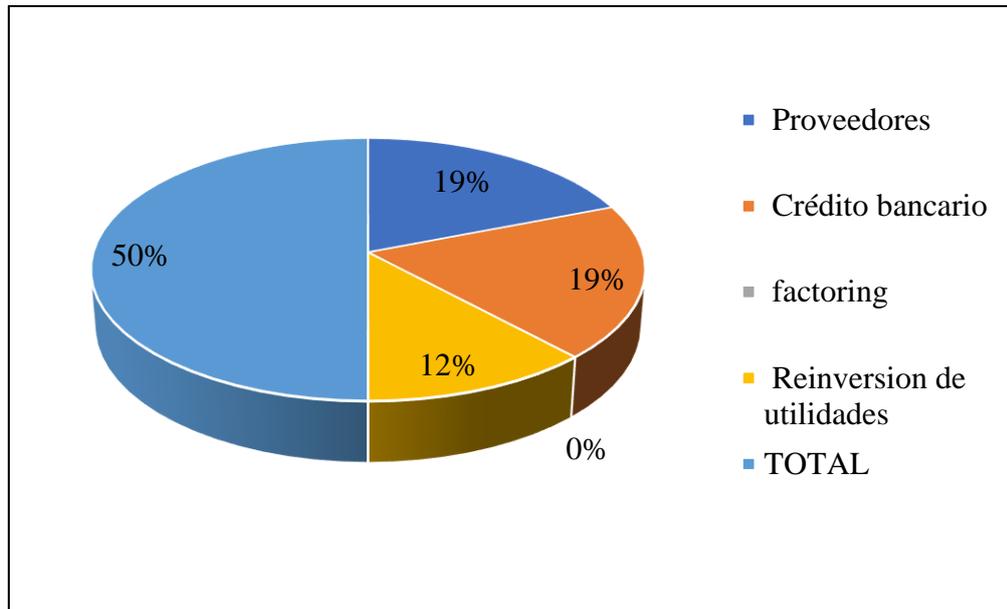
Fuente: Tabla 2

Interpretación:

Del 100%, el 38% de los representantes si creen que al aliarse con otras empresas de su mismo sector sería un medio para acceder al financiamiento y el 62% hicieron mención que no sería necesario dicha alianza.

Figura 3:

Opciones de financiamiento que utiliza



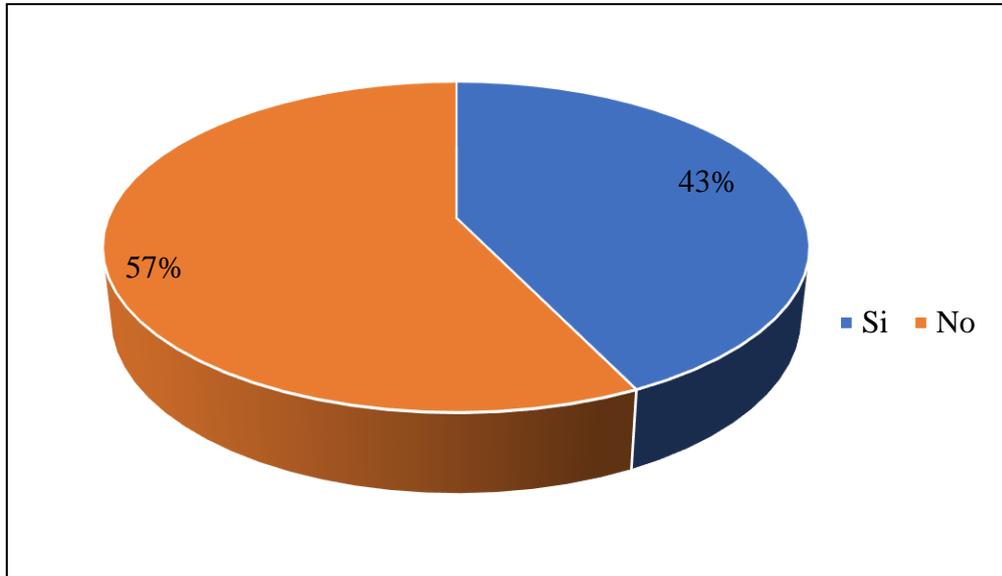
Fuente: Tabla 3

Interpretación:

El 38% de los representantes de las MYPE la opción que recurren como fuente de financiamiento son a los proveedores, 38% a crédito bancario y el 24% reinversión de sus utilidades en sus negocios.

Figura 4:

¿Conoce todas las opciones de financiamiento que existe para su empresa?



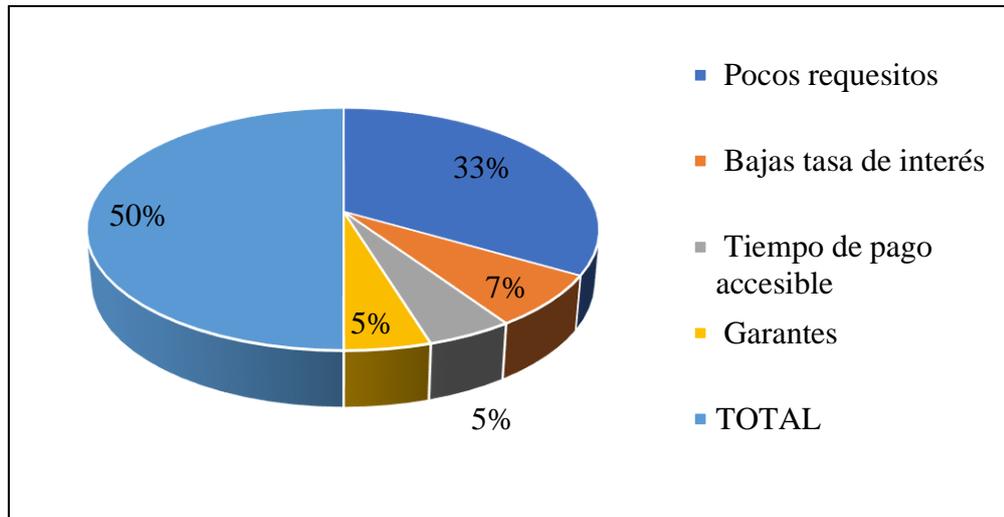
Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Del total de 100% de los representantes de las MYPE, el 43% manifestaron que, si conoce todas las opciones de financiamiento, mientras el 57% hicieron mención de desconocer las opciones de financiamiento para sus MYPE.

Figura 5:

Qué propondría Ud. ¿Para tener mayor facilidad en créditos financieros?



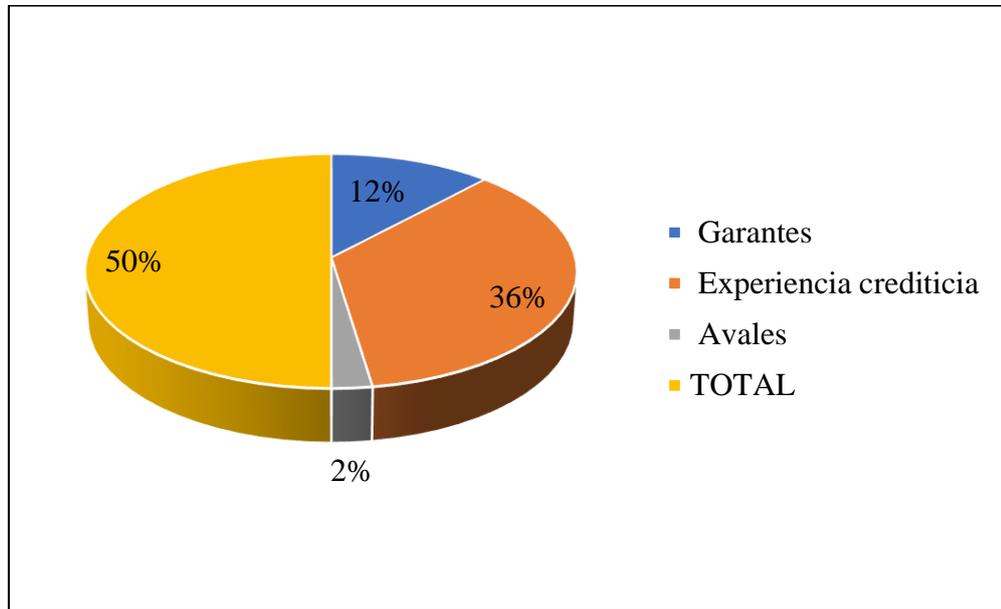
Fuente: Tabla 5

Interpretación:

El 66.7% de los representantes de las MYPE manifiestan que las entidades financieras deben tener pocos requisitos, el 14.3% bajas tasas de interés, 9.5% el tiempo de pago sea accesible y que pidan garantes.

Figura 6:

¿Cuáles son los requisitos que no ha podido cumplir cuando ha solicitado crédito?



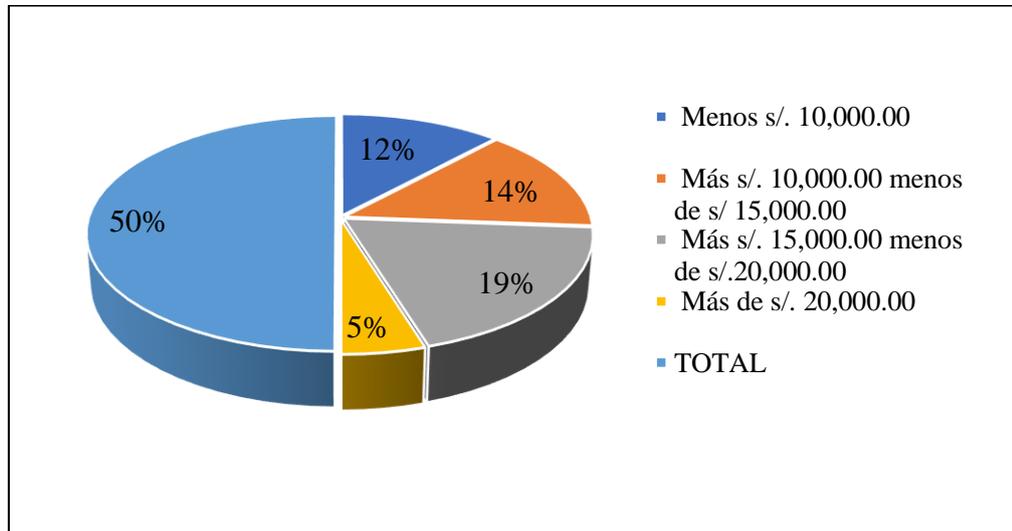
Fuente: Tabla 6

Interpretación:

El 24% de los representantes hicieron mención que los requisitos que no han podido cumplir son los garantes, el 71% la falta de experiencia crediticia y el 5% por falta de aval.

Figura 7:

¿cuánto dinero cree necesitar para asegurar el crecimiento y/o la competitividad?



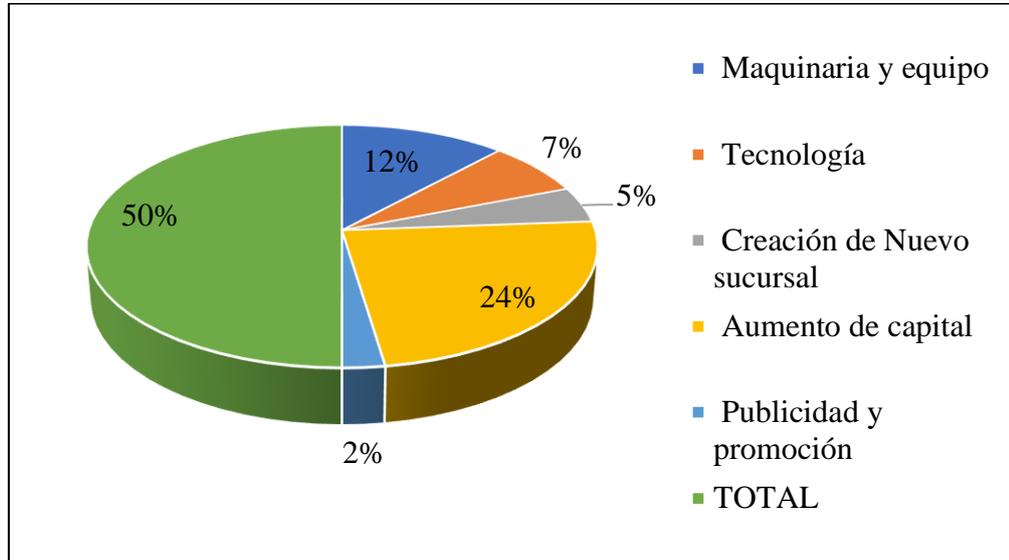
Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Del total del 100% de las MYPE encuestados, el 23.8% necesita menos de s/. 10,000.00 para asegurar el crecimiento y competitividad de su empresa, así mismo el 28.6% necesita más de s/. 10,000,00 menos de s/. 15,000.00, el 38.1% más de s/. 15,000.00 a menos de s/. 20,000,00 y el 9.5% más de s/. 20,000.00.

Figura 8:

De acuerdo a las necesidades de su empresa, en que invertiría el financiamiento adquirido.



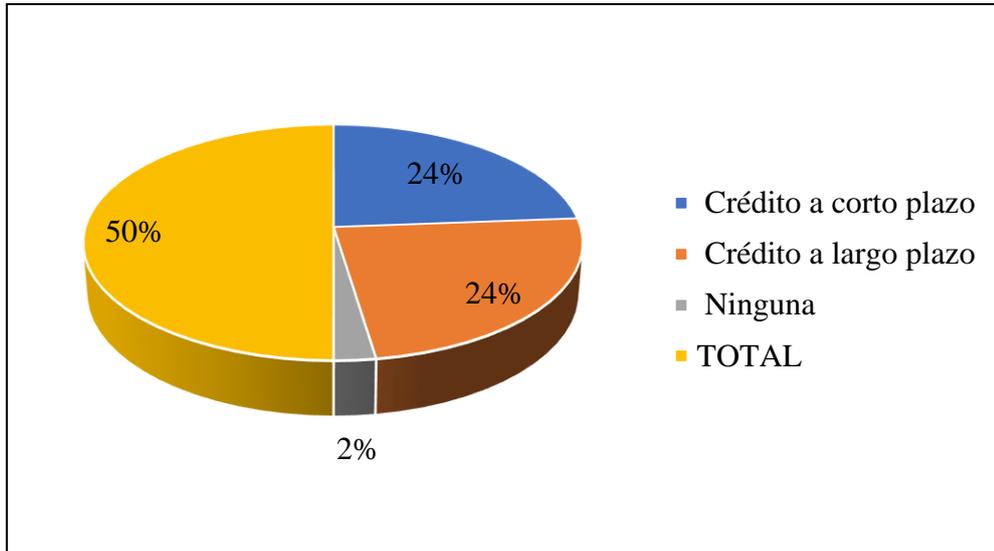
Fuente: Tabla 8

Interpretación:

El 23.8% hicieron mención que el financiamiento adquirido invertirían en compra de activos fijos, el 14.3% en implementación de tecnología, el 9.5% en expansión de sus negocios, 47.6% en aumento de capital y el 4.8% en publicidad y promoción.

Figura 9:

¿Qué opción de financiamiento le parece más conveniente para su empresa?



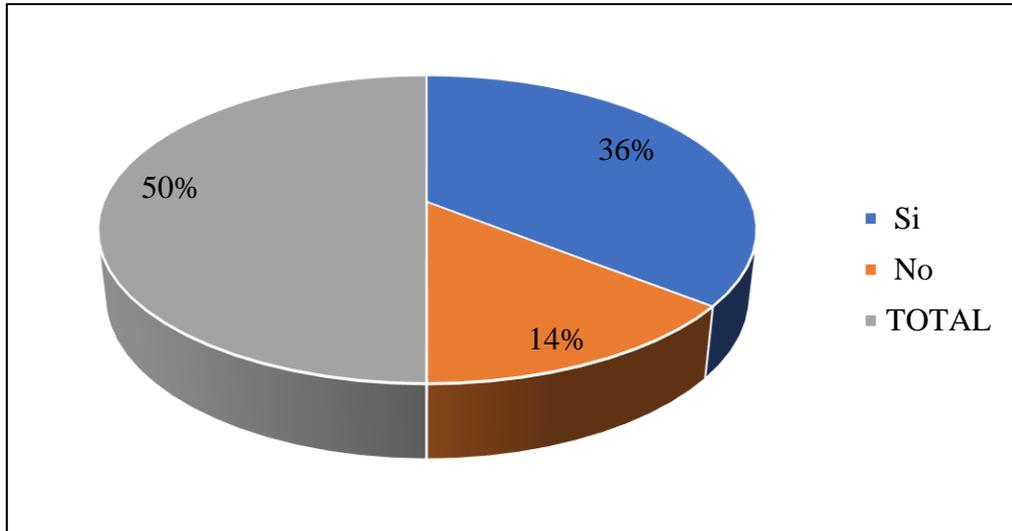
Fuente: Tabla 9

Interpretación:

El 47% de los representantes de las MYPE hicieron mención que el tiempo para pago del financiamiento es más conveniente a corto plazo, el 48% a largo plazo y el 5% consideran ninguno de las dos opciones anteriores.

Figura 10:

¿Ha tenido dificultades para cumplir con el pago de algún crédito obtenido?



Fuente: Tabla 10

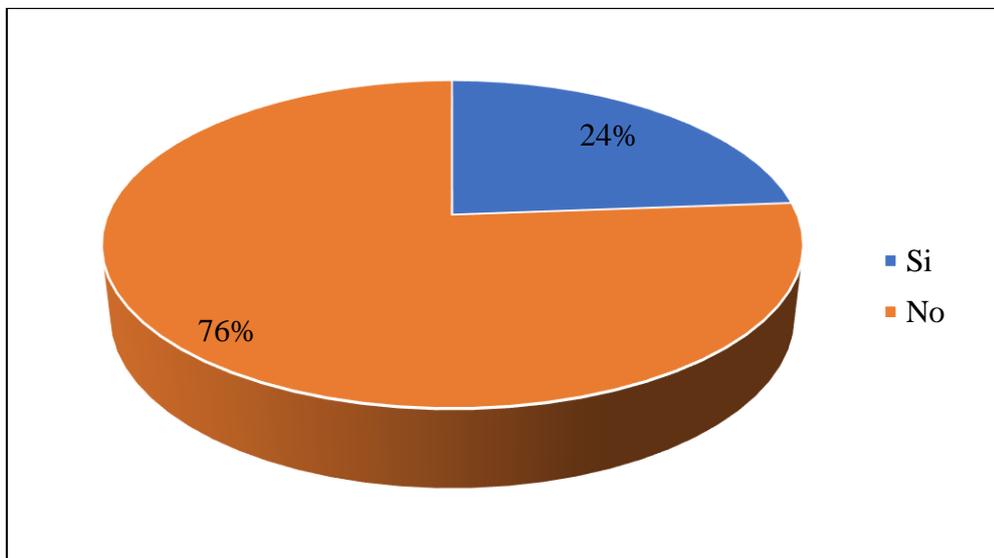
Interpretación:

Del total del 100% de los encuestados el 71% de los representantes manifestaron de haber tenido dificultad en pago de sus obligaciones financieras y mientras el 29% no tuvieron ninguna dificultad.

II. Describir la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa en el Distrito de Huaraz, 2018.

Figura 11

Gestiona de manera eficiente su inventario



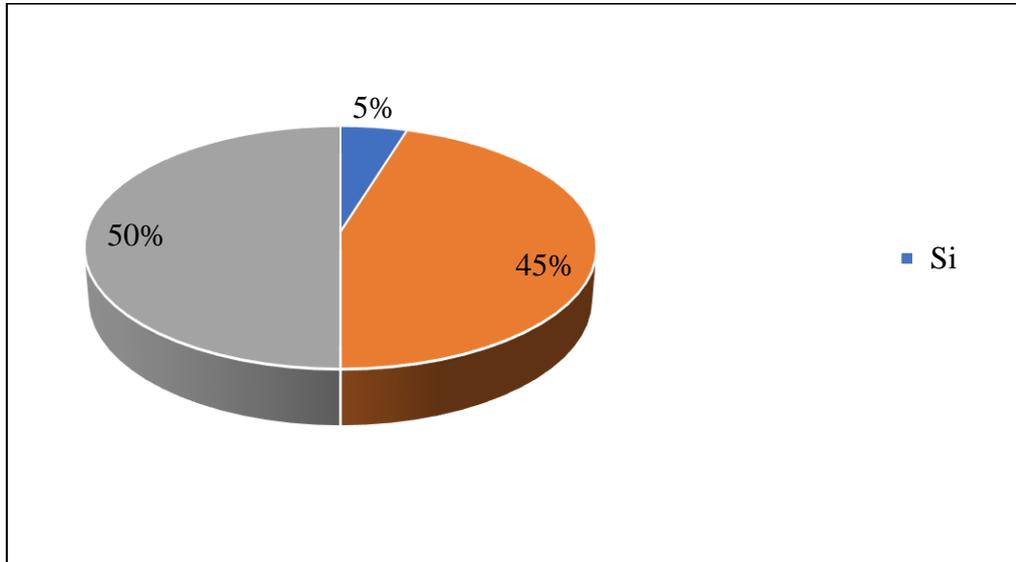
Fuente: Tabla 11

Interpretación:

El 24% de los representantes de las MYPE manifestaron de realizar inventarios de sus negocios y el 76% consideran que no es necesario.

Figura 12

Para llevar control de sus ingresos y gastos ¿Cuenta con tecnología para su negocio?



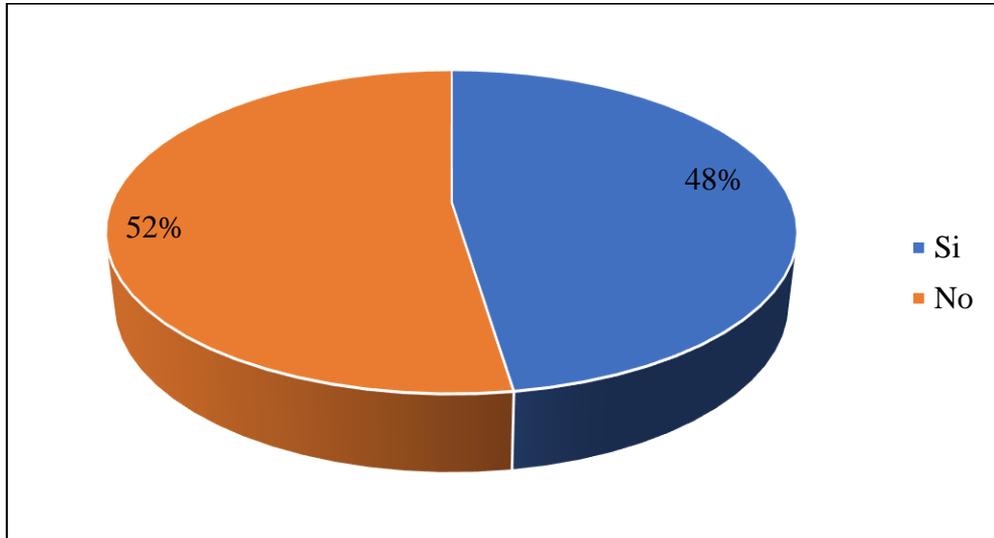
Fuente: Tabla 12

Interpretación:

Del total del 100% de los representantes, el 10% manifestaron que si llevan control de sus ingreso y gastos y el 90% tiene alguna deficiencia de llevar dicho control.

Figura 13

¿Cree haber perdido oportunidad de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?



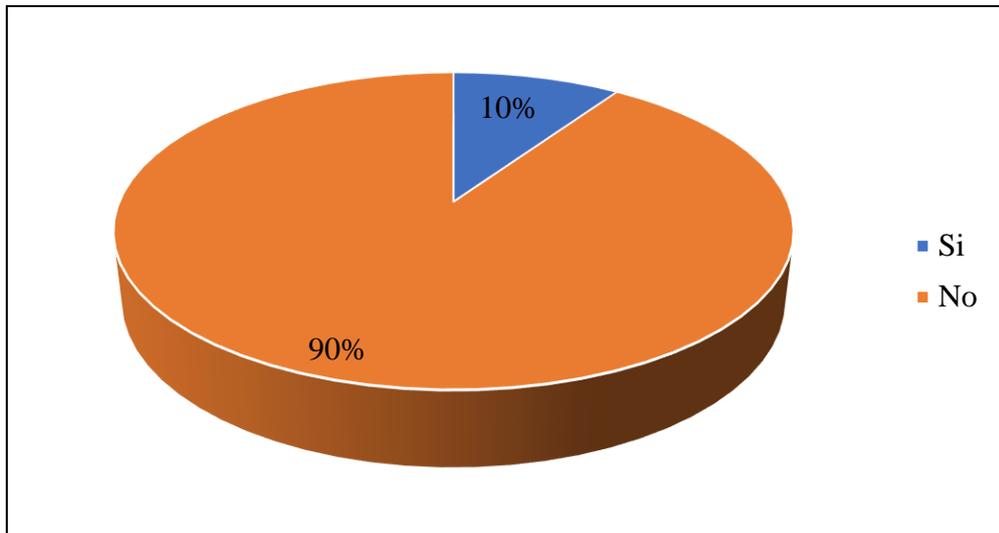
Fuente: Tabla 13

Interpretación:

El 48% de los Mypes consideran que han perdido oportunidad por falta de financiamiento en sus Mypes y el 52% hacen mención que no.

Figura 14

Analiza la rentabilidad de tu cartera de clientes



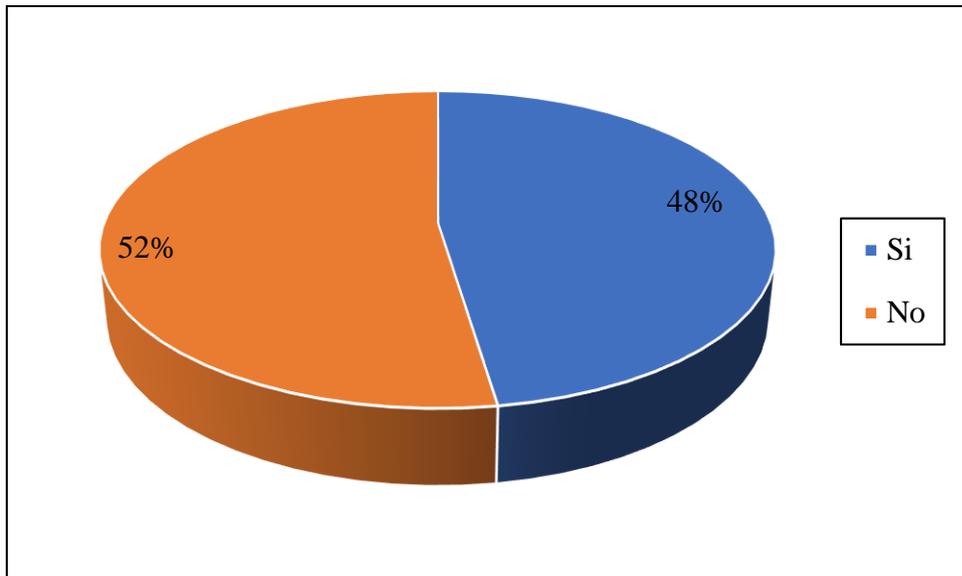
Fuente: Tabla 14

Interpretación:

Del total del 100% de los representantes de las Mypes, el 10% si realizan un análisis de sus carteras de cliente y el 90% consideran que no es convenientes dicho análisis.

figura 15

Aumentó las compras de tus productos y/o servicios



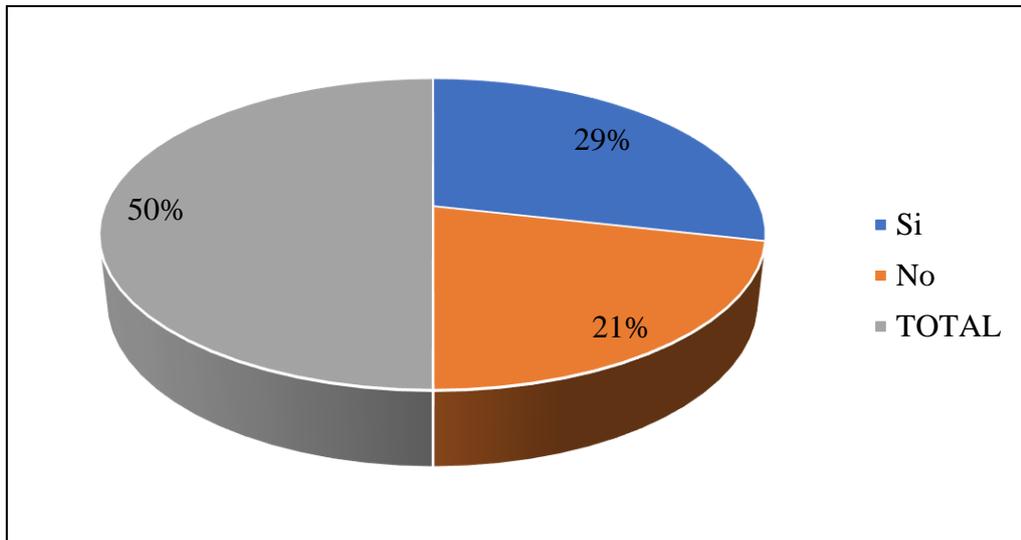
Fuente: Tabla 15

Interpretación:

El 48% de los representantes manifiestan que la compra de sus productos y servicios han aumentado y el 52% señalan que no hay aumento de sus compras de sus negocios.

Figura 16:

Durante el periodo 2018 ¿Incrementó sus márgenes de ganancias?



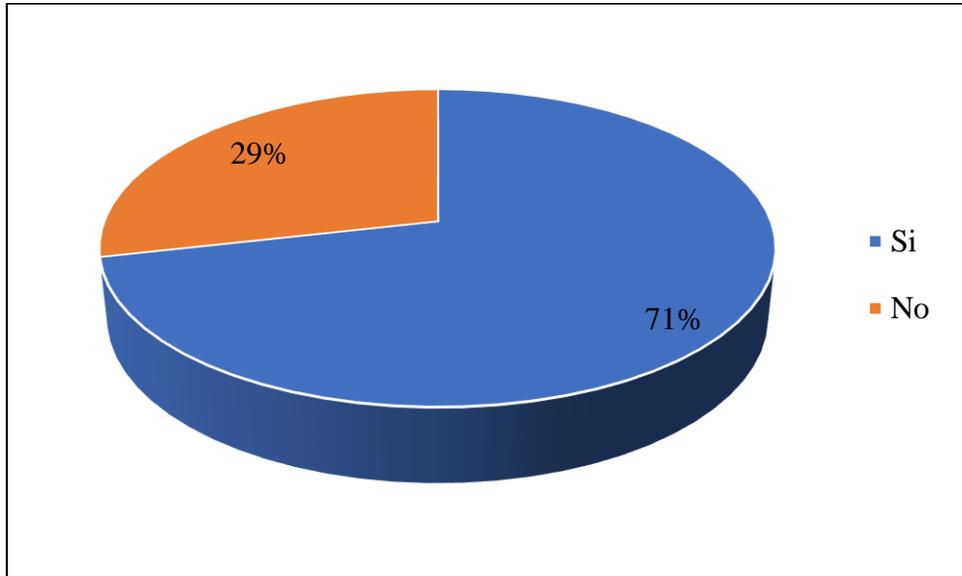
Fuente: Tabla 16

Interpretación:

Del total del 100% de los representantes legales de las Mypes, el 57% consideran que en el año 2018 ha aumentado sus márgenes de ganancias y el 43% señalan que sus ingresos no aumentos en dicho periodo.

Figura 17

Cree Ud. ¿Que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?



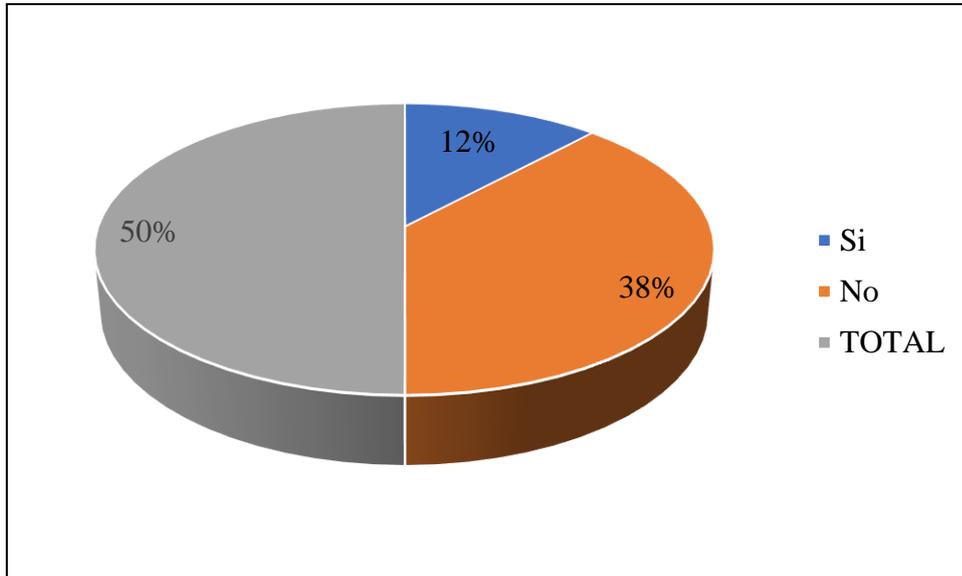
Fuente: Tabla 17

Interpretación:

El 71% de los representantes de las Mypes consideran que en los últimos años si ha mejorado su rentabilidad de sus empresas, mientras el 29% consideran lo contrario.

Figura 18

¿Para incrementar su rentabilidad Ud. Evalúa?



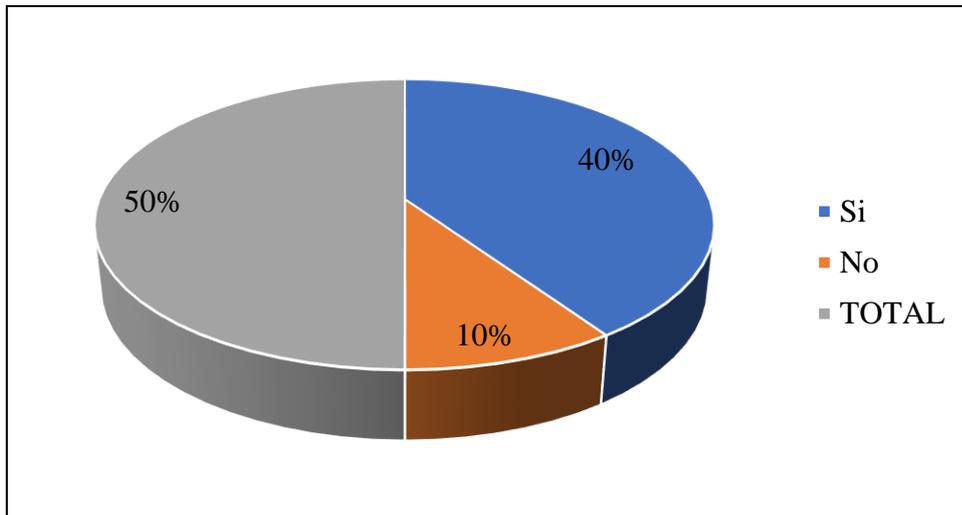
Fuente: Tabla 18

Interpretación:

El 24% de los encuestados hicieron mención que si evalúan su rentabilidad para el crecimiento de su empresa y el 76% consideran lo contrario.

Figura 19

Cree que es necesario definir el periodo de tiempo para medir la rentabilidad



Fuente: Tabla 19

Interpretación:

Del total del 100% de los representantes de las Mypes encuestados, el 81% manifestaron que es necesario definir un tiempo para medir la rentabilidad de sus empresas, mientras el 19% consideran que no es necesario dicha operación.