



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
TRANSPORTES TURÍSTICOS, EN EL DISTRITO CANOAS
DE PUNTA SAL, PROVINCIA CONTRALMIRANTE
VILLAR, REGIÓN TUMBES – 2018.

**TESIS PARA OBTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO.**

AUTOR:

Bach. INGA PASACHE EDWIN WILLIAM

ASESOR:

Mgtr. CPC.C VILELA RODRIGUEZ OSCAR ANDRÉS

TUMBES – PERÚ.

2018.

HOJA DEL MIEMBRO DEL JURADO.

PRESIDENTE : 
Mgtr. CORDOVA PURIZAGA, CHRISTIAN IVAN

INTEGRANTE : 
Mgtr. SAVITZKY MENDOZA, DONALD ERROL

INTEGRANTE : 
Mgtr. RETO GOMEZ, JANNYNA

ASESOR : 
Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRÍGUEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente inagotable de mis
Fortalezas en este camino que se
Llama vida

A mis padres

Por haberme dado la fuerza y apoyo
Incondicional que han ayudado y
llevado hasta donde estoy ahora.
También agradezco a mis Docentes
por el apoyo con sus conocimientos y
experiencias.

Finalmente un eterno agradecimiento
a esta prestigiosa universidad la cual
abrió sus puertas a jóvenes como
nosotros, preparándonos para un
futuro competitivo y formándonos
como personas de bien.

DEDICATORIA.

Les dedico este trabajo a aquellas personas que están a mi lado.

A DIOS: por darme la fuerza y valentía de seguir adelante y ser guía espiritual.

A mis padres y hermanos, que me dieron su apoyo incondicional a ellos les dedico mi triunfo con todo mi amor.

A mi madre: María Gloria, doy gracias a Dios por tenerla y guiarme por el camino del bien.

A mis hermanos, Jessica, Juliana, Maribel, Tania, Rolando, porque estamos juntos apoyándonos constantemente ya que directa o indirectamente fomentaron en mi vida para obtener el éxito alcanzado.

Y a todas aquellas personas que de alguna manera hicieron posible para la culminación de este proyecto.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar las características de financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, con un nivel cuantitativo; la población muestral estuvo conformada por 7 Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro transportes turísticos; a los representantes legales se les aplicó un cuestionario sobre las dos variables del estudio.

Con el análisis de los resultados se puede concluir que, tanto el financiamiento como la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes – 2018, ha mejorado notoriamente en el último año.

Palabras clave: **Financiamiento, rentabilidad, MYPE, transporte turístico.**

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to determine the characteristics of financing and profitability in the micro and small companies of the services sector, tourism transport sector, in the Canoas district of Punta Sal, province of Contralmirante Villar, Tumbes region - 2018.

For the elaboration of the present research work, the non - experimental - transversal - descriptive design was used, with a quantitative level; the sample population was made up of 7 Micro and small companies in the tourism services sector; The legal representatives were given a questionnaire on the two variables of the study.

With the analysis of the results, it can be concluded that both financing and profitability in the micro and small companies of the services sector, tourist transport, in the Canoas district of Punta Sal, province of Contralmirante Villar, Tumbes region - 2018, It has improved noticeably in the last year.

Keywords: Financing, profitability, MSE, tourist transport.

CONTENIDO

HOJA DEL MIEMBRO DEL JURADO.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
I. INTRODUCCIÓN:.....	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	16
2.1 Antecedentes:	16
2.1.1 Internacionales:	16
2.1.2 Nacional.....	21
2.1.3 Regional.....	25
2.2 Marco Teórico Conceptual	26
2.2.1 Concepto de financiamiento.....	26
2.2.2 Teorías de Financiamiento:.....	26
2.2.3 Tipos de fuentes de financiamiento	28
2.3 Rentabilidad	31
2.3.1 Concepto de rentabilidad	31
2.3.2 Teorías de la Rentabilidad.	32
2.3.3 Niveles de análisis de rentabilidad	33
2.4 Micro y Pequeña Empresa	35
2.4.1 Concepto de Micro y pequeña empresa.....	35
2.4.2 Características.....	35
2.4.3 Importancia	36
2.4.4 Formación de la Micro y Pequeña Empresa.	37
III. METODOLOGÍA	38
3.1 Diseño de investigación.....	38
3.1.1 Tipo de investigación	38
3.1.2 Nivel de la investigación	38
3.1.3 No experimental:.....	39
3.2 Población y muestra.....	39
3.2.1 Operacionalización de variables.....	41
3.3 Técnicas e instrumentos	42
3.3.1 Técnicas.....	42

3.3.2 Instrumentos.....	42
3.4 Plan de Análisis.....	42
3.5 Principios éticos.....	43
3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	44
IV. RESULTADOS:.....	47
V. ANÁLISIS DE RESULTADOS:.....	50
VI. CONCLUSIONES:.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	57
ANEXOS.....	61
ANEXO N° 01: Encuesta.....	62
ANEXO N° 02: Fotos.....	66
ANEXO N° 03: Tablas y figuras.....	68
ANEXO N° 04: CARTA ENVIADA SUNAT.....	90
ANEXO N° 05: CARTA SUNAT.....	91
ANEXO N° 06: Propuesta de solución.....	92
ANEXO N° 06: Cronograma de Gantt:.....	102

ÍNDICE DE TABLAS Y GRAFICOS.

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1:	68
Tabla 2:	69
Tabla 3:	70
Tabla 4:	71
Tabla 5:	72
Tabla 6:	73
Tabla 7:	74
Tabla 8:	75
Tabla 9:	76
Tabla 10:	77
Tabla 11:	78
Tabla 12:	79
Tabla 13:	80
Tabla 14:	81
Tabla 15:	82
Tabla 16:	83
Tabla 17:	84
Tabla 18:	85
Tabla 19:	86
Tabla 20:	87
Tabla 21:	88
Tabla 22:	89

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura N° 1	68
Figura N° 2	69
Figura N° 3	70
Figura N° 4	71
Figura N° 5	72
Figura N° 6	73
Figura N° 7	74
Figura N° 8	75
Figura N° 9	76
Figura N° 10	77
Figura N° 11	78
Figura N° 12	79
Figura N° 13	80
Figura N° 14	81
Figura N° 15	82
Figura N° 16	83
Figura N° 17	84
Figura N° 18	85
Figura N° 19	86
Figura N° 20	87
Figura N° 21	88
Figura N° 22	89

I. INTRODUCCIÓN:

La presente investigación denominada “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito canoas de punta sal, provincia contralmirante villar, región Tumbes – 2018”

Aborda el problema de financiamiento y rentabilidad de las MYPES en el Perú; en este sentido, busca determinar el nivel de estas variables en las empresas del rubro transportes turísticos en el distrito Canoas de Punta Sal.

En el Perú los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas – MYPES en la actualidad representan el 98% del total de empresas a nivel nacional, ocupan el 80.7% de la PEA, el 91.8% del empleo del sector privado, 26.7% del mercado ocupacional, 38.5% de la PEA auto empleada y de 36.5% de trabajadores por cuenta propia no están calificadas, esta situación reflejan que las MYPES son las que vienen soportando la crisis del empleo. Sin embargo el sector de servicios transporte turísticos, especialmente en Tumbes, es uno de los sectores que busca, cada vez más, apoyo económico, financiero y promoción, entre otros, tampoco cuentan con una norma promotora, que les permitan competir en iguales condiciones, siendo otra de sus desventajas, el que sus servicios están destinados no solamente para los usuarios nacionales sino internacionales, por tanto, “para hacer viable requieren con suma urgencia de las “actividades de promoción económica”, conforme a sus necesidades reales como primer medio y mecanismo, para motivar el cambio de actitud y también sobre la necesidad de concertar y lograr el apoyo del Gobierno Local, Regional y Nacional, quienes están obligados de cumplir con el rol promotor, para el desarrollo

del sector productivo y de promover el fortalecimiento y desarrollo local sostenible”.
Ministerio de la Producción (2011).

La demanda de servicios de transporte turísticos procede principalmente de los turistas, viajes de negocio. En la actualidad la situación de la rentabilidad en las MYPE, es preocupante, dado el poco el interés que muestran por mejorar el servicio. La rentabilidad es uno de los aspectos que requiere una atención aguda para la empresa.

En la actualidad vemos cómo en el mundo se ha ido desarrollando el campo empresarial, donde cada vez más personas con ideas emprendedoras comienzan el mayor de sus retos, lo que da pie a implementar empresas de diversos rubros: industriales, comerciales, de servicios, y otros.

Estas empresas requieren obtener financiamiento que les permitan contar con los recursos crediticios necesarios para aumentar su crecimiento, productividad. Para ello es necesario buscar estrategias de financiamiento que ofrece el mercado financiero y lograr sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y sostenibilidad empresarial; caso contrario la empresa declinaría.

La rentabilidad es un factor esencial para la supervivencia de la empresa lo cual permitirá mantener, consolidar o mejorar una posición competitiva de la empresa (Gonzales, 2002).

El concepto de empresa trasciende del lugar físico donde se trabaja, el trabajo es un valor social cambiante pero que sigue manteniendo su papel de estructurador del tiempo, principal fuente de ingresos y realización personal, en este sentido, la empresa se entiende como un entorno psicológicamente significativo (Rodríguez, R. 2010). El entorno laboral dota al individuo de mecanismos de ajustes a su desempeño, que le

permite imprimirle a su actividad, creatividad, sueños y energías capaces de desarrollar su actividad con responsabilidad siendo potencialmente productivo, generándole esto placer y bienestar psíquico. Pero cuando este entorno se torna negativo para el desarrollo de su actividad le provoca al individuo insatisfacción lo que le hace que se comporte improductivo, fluctuante en su asistencia, dañando así los principales indicadores de producción de su empresa.

Mora (2009), menciona que los trabajadores son pieza clave para lograr el desarrollo y el cambio dentro de las organizaciones. Las personas pasan la mayor parte de su tiempo en las organizaciones y de esta interacción depende que su paso por ellas sea satisfactoria y estimulante, como también puede ser insatisfactoria y desagradable. De tal manera que la relación organización-trabajador conforma un sistema integrado y cualquier cambio que suceda en uno de ellos afectará inevitablemente al otro.

La rentabilidad constituye el eje central de la sostenibilidad crediticia y del crecimiento de los negocios en el tiempo. Por ello las decisiones dirigidas a desarrollar los proyectos de inversión a financiarse mediante deuda deben considerar la importancia de que la capacidad generadora de ingresos de los proyectos sea más que proporcional al costo de financiamiento de los recursos, toda vez que ambos incidirán en las utilidades y, por ende, en el rendimiento de la inversión.

El presente estudio explica la incidencia del financiamiento en la rentabilidad de la microempresa, principalmente qué tipo de financiamiento, tasa de interés y en qué invirtió para mejorar la rentabilidad.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente **¿Cuáles son las características de Financiamiento y de rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018?**

Se identificó el siguiente objetivo general: **Determinar las características de financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.**

Luego nos planteamos los siguientes:

1. Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.
2. Describir las características de rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.
3. Elaborar una propuesta de solución para los problemas de las variable financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

La presente investigación se justifica, pues se pretende conocer de qué manera incide el financiamiento en la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector

servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

En la actualidad existe una gran discusión relacionada la importancia de mejorar los niveles de rentabilidad en las empresas emergentes, pues la rentabilidad es una variable fundamental dentro de la productividad de una empresa. Al existir dicha variable en una empresa, la imagen que proyecta es la de un manejo adecuado y responsable de los recursos humanos, económicos y materiales en general.

Por ello la importancia y la justificación de este trabajo estriban en que los resultados que se obtengan en la presente, servirán para que otras empresas puedan tener un punto referencial para poder medir la rentabilidad y sus relaciones con el aspecto de capacitación del personal.

También esta investigación se justifica porque desde el punto de vista metodológico proporcionará un instrumento (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos parecidos a realizarse en otras empresas; asimismo, La investigación se justifica desde el punto de vista económico, ya que es una actividad que incrementa la economía, que actualmente se encuentra en crecimiento. Asimismo, para todo inversionista que disponga del capital necesario para invertir en este sector y pueda tomar una decisión de inversión, de tal forma que diversifique las inversiones que tenga planeado.

Desde el punto de vista social, esta actividad genera fuentes de trabajo.

Finalmente, la investigación también se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en diferentes sectores productivos y de servicios del distrito de Tumbes y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes:

2.1.1 Internacionales:

González, N. (2013) con su tesis titulada **“El impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de la MiPymes del sector comercio en el municipio de Querétaro – México”**. Presentada a la Universidad Autónoma de Querétaro. Con esta investigación se tuvo como resultado lo siguiente: Nueve de cada diez encuestados manifiestan que el financiamiento a largo plazo influyó en su rentabilidad y se arriba a la conclusión que los problemas actuales que enfrentan las MiPymes derivan de muchos factores, tanto externos como internos, por lo que señala que uno de los principales es el escaso financiamiento y la poca rentabilidad. Señalando principalmente a la escasez de financiamiento y el bajo nivel de rentabilidad.

Aceves, C. (2014) con su tesis titulada **“Calidad y rentabilidad en el transporte público de Guadalajara”** para optar el título de Maestro en economía en la Universidad de Guadalajara – México. El objetivo general, determinar y cuantificar la relación existente entre calidad y rentabilidad en el sistema de camiones de Guadalajara. Utilizando para esto una definición completa de calidad que logre integrar varios aspectos de la misma, empleó la metodología análisis cuantitativo se realiza por medio de un modelo econométrico de regresión lineal sobre una muestra de sección cruzada para 140 rutas de camiones de pasajeros en Guadalajara. La idea intuitiva del modelo es que la variable dependiente sean los beneficios (utilidades) de las rutas de camión, mientras que las variables explicativas sean tanto variables

demográficas como variables de calidad de la ruta, las variables demográficas están geo-referenciadas al recorrido de cada ruta analizada y los principales resultados y conclusiones fueron que el 30% incluyó al transporte de pasajeros dentro de los servicios públicos de la ciudad que han empeorado en los últimos años; ante la pregunta de a qué medio de transporte se le debe dar prioridad para mejorar la movilidad urbana. El 74% se mostró a favor de alguna modalidad de transporte público. El 10% al automóvil y el 5% a la bicicleta. El 78% de los encuestados declararon estar dispuestos a dejar de usar su automóvil particular si existiera transporte público de calidad, entre los aspectos más importantes para considerar un transporte 26 público como transporte de calidad señalaron; Que sea seguro el 43%, que sea puntual; el 26%, limpio el 12%, adecuadas conexiones con otras rutas el 10%, moderno el 7% y que la calidad permanece baja el usuario sustituirá este bien por otros medios de transporte, en la medida que su ingreso monetario se incremente y le permita salir de ese mercado cautivo, Por lo tanto en el largo plazo el transporte público decide seguir ofreciendo un bajo nivel de calidad y su rentabilidad irá disminuyendo, el efecto contrario puede lograrse si se incrementa la calidad en el transporte público. El transporte público ya es rentable, al aumentar su calidad puede lograr un mediano plazo que los usuarios que utilizan un medio privado de transporte lo sustituyan por el transporte público aumentando así su rentabilidad.

Valencia M. (2015). “Las fórmulas extranjeras de financiamiento al transporte que redujeron el uso de subsidios” determinó que en Londres el subsidio es muy bajo y las tarifas del transporte son mucho más altas que en (Berlín; París; Frankfurt o Madrid) para financiar una nueva línea de tren implementamos un impuesto a la propiedad a los edificios comerciales que más pagan, con eso

financiamos el 25% otro porcentaje lo costeamos con un préstamo al banco que se pagó después con las tarifas del tren", explica Dave Wetzel, ex vicepresidente de Transport for London - autoridad metropolitana de transportes; el mismo modelo se utiliza en Barcelona. (Aprobamos una ley de financiamiento que establece impuestos territoriales y también a la congestión que generan los vehículos) dice el director técnico de la autoridad de transporte de Barcelona; Lluís Alegre. París también ha implementado un modelo propio, en la capital de Francia y otras ciudades del país, se introdujo un impuesto a las empresas de más de nueve trabajadores para que lo paguen al Gobierno, con el objetivo de financiar el transporte público, así logran financiar en el 50% el costo operativo, un modelo similar opera en Brasil. Pero ahí las empresas pagan un bono al transporte público directo en la tarjeta de movilidad "tarjeta Bip, opera en metro de Santiago" También se puede utilizar en transporte público la tarifa de congestión de las autopistas o la generación de actividades comerciales en estaciones de metro.

Flores N (2015). En su tesis titulada "**Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las Pymes del sector comercio del municipio Santiago Mariño del estado de Aragua – Venezuela**" cuyo objetivo general fue; evaluar las estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento económico de las PYME del sector comercio del Municipio Santiago Mariño del Estado Aragua, el estudio se en marco 28 dentro de un diseño metodológico no experimental transaccional, del tipo de investigación de campo, con un nivel descriptivo cuya población estuvo compuesta por cuarenta 40 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la cual se seleccionó una muestra intencionada de quince (15) unidades y se empleó como técnica la encuesta bajo el instrumento de recolección de

datos, cuestionario a través de la escala de Likert. La información recabada a través de estos instrumentos fue procesada por medio de un análisis cuantitativo, que permitió la presentación de los resultados por medio de tablas de frecuencia y gráfico de torta. Así como su respectiva interpretación, en tal dirección efectuado el análisis de los datos junto con la revisión de las fuentes documentales y considerando la metodología establecida se puede concluir que las pymes objeto de estudio carecen de un proceso de planificación financiera sólido y enfoques orientados a la optimización de los recursos y capacidades internas y externas; para una buena administración y ejecución de sus estrategias financieras dirigidas a la sostenibilidad y crecimiento lo cual las coloca en situación de riesgo frente a las condiciones de cambios políticos; sociales y económicos del país. Partiendo de esta perspectiva se recomiendan una serie de acciones para el desarrollo del proceso del plan financiero y estrategias para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas del sector.

Ixchop D. (2014) En su tesis titulada “**Fuentes de financiamiento de pequeñas empresas del sector confección de la ciudad de Mazatenango**” – Guatemala. Cuyo objetivo general fue; Identificar cuáles son las fuentes de financiamiento de la pequeña empresa de confección en la ciudad de Mazatenango, llego a las siguientes conclusiones; Para cualquier inversión el empresario tiene diferentes opciones de financiamiento las más comunes son los préstamos con instituciones financieras, los créditos otorgados por los proveedores, los préstamos particulares, y el uso del financiamiento interno al reinvertir las utilidades, además los anticipos de clientes representan un financiamiento a corto plazo. La mayoría de empresarios dedicados a la confección en la ciudad de Mazatenango, acuden a instituciones financieras en busca de préstamos, lo que revela que su principal fuente para financiar sus actividades

productivas han sido el financiamiento externo, entre tanto un porcentaje mínimo utiliza financiamiento interno. Una de los problemas que afecta a la mayoría de empresarios, es la poca capacidad que tienen para autofinanciar sus inversiones y la mayoría de instituciones financieras que 24 participaron en la presente investigación también indicaron haber atendido solicitudes de créditos del sector confección y afirmando que es un potencial cliente demandante de crédito cuya solicitud promedio es de Q 30,000.00, demanda que aumenta en los meses de enero, septiembre y diciembre. Los resultados demuestran que la mayor parte de empresarios acuden a bancos y a ONG'S en busca de recursos para financiar sus actividades productivas; Únicamente un porcentaje mínimo se ha acercado a las cooperativas. La mayoría de empresarios que participaron en esta investigación afirman que las mayores dificultades que tuvieron al momento de solicitar un préstamo fueron los trámites y requisitos que solicitan las financieras además consideran que las tasas de intereses que cobran son algunas de las causas por la que no utilizarían préstamo; por lo tanto el estudio también demuestra que la tasa promedio que cobran las instituciones financieras es de un 20 al 30% anual no obstante los representantes de instituciones financieras entrevistados indicaron aplicar los porcentajes de intereses en función del monto prestado, al momento de realizar una comparación con relación a la tasa porcentual que el empresario estaría dispuesto a pagar se concluye que la mayoría de empresarios están de acuerdo que se aplique un 10% anual, mientras que algunos empresarios indicaron que el 12% es un porcentaje ideal. El pequeño empresario del sector confección no aplica la planeación en el desarrollo de su actividad productiva y financiera lo cual limita las posibilidades de acceso a fuentes de financiamiento externo con tasas de interés aceptables y en consecuencia difícilmente logra trascender

y aprovechar las oportunidades de mercado con un porcentaje alto de entrevistados manifiesta que han venido operando de forma empírica, en consecuencia dejan una puerta abierta para que la competencia, el fraude o la pérdida de productividad entren con facilidad, aun cuando se tengan elementos positivos a su favor tales como la facilidad de conseguir financiamiento proveniente de anticipos de clientes, en referencia al destino de los créditos otorgados los empresarios y representantes de instituciones financieras coincidieron que la canalización de los recursos ha sido para la compra de materia prima tal como se observó un porcentaje mínimo invierte en maquinaria y tecnología; Para la mayoría de representantes de instituciones financieras la mala administración de los recursos es una de las causas principales por la que el empresario cae en morosidad. Los empresarios dedicados a la confección utilizan ambos tipos de maquinaria tanto eléctricas como mecánicas, no obstante un porcentaje mínimo utiliza maquinaria eléctrica, de manera que el sector confección presenta necesidades de inversión en maquinaria automatizada que les permita ser más productivos y por ende más competitivos.

2.1.2 Nacional.

Según **Zurita (2016)** En su investigación: **“Caracterización del Financiamiento y la Capacitación en la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Motopartes del Distrito de Callería, 2016”**. Tiene como propósito describir las principales características del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro motopartes del distrito de Callería, 2016; con un diseño de investigación cuantitativo – no experimental – transversal – retrospectivo – descriptivo y una población de 20 MyPes dedicadas al sector rubro motopartes, aplicando documentos, informes y cuestionarios

como instrumentos de recolección de datos concluyó que el 85% de los representantes legales de las MyPes manifestó que financia su actividad empresarial con terceros, el 10% se autofinancia, mientras que el 5% no precisa; asimismo 85% precisa que el financiamiento si ha mejorado su rentabilidad empresarial, mientras que el 15% no precisa.

Sandoval A. (2014) Realizo una investigación en su tesis titulada **“Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de la micro y pequeñas empresas (MYPES), del sector servicio – rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Piura en el periodo 2012”** el tipo de investigación utilizado es cuantitativa y el nivel descriptivo. La población del trabajo de investigación está constituida por 15 empresas del sector servicio rubro de transportes llegando a las siguientes conclusiones, respecto a los empresarios del 100% de los representantes legales de las MYPES, encuestados el 100% son adultos; el 60% es de sexo masculino y el 53% tiene secundaria completa; el 27% secundaria incompleta, respecto a la características de la MYPES, la principales características de las MYPES, del ámbito de estudio son; el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente el 80% no tiene ningún trabajador permanente el 67%, tiene 01 trabajador eventual y el 80% se formaron por subsistencia, respecto al financiamiento los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento sus MYPES, tienen las siguiente características; el 53% obtuvo crédito de las entidades no bancarias en el años 2012, el 93% fue a corto plazo y el 7% fue de corto plazo, el 27% invirtió en el mejoramiento y/o ampliación del local, respecto a la capacitación, los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPES son el 80% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo el 67%

tuvieron un curso de capacitación; con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 40% ha recibido capacitación y el 33% considera que la capacitación como empresario, es una inversión, el 53% considera que la capacitación como empresario es relevante en su empresa, respecto a la rentabilidad los empresarios encuestados manifestaron con respecto a la rentabilidad, el 93% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa y el 60% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 86% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los últimos 02 años.

Leyva (2015) “Financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el sector servicios rubro transporte de carga pesada de la ciudad de Huaraz – 2013”. El objetivo del presente trabajo de investigación titulada: financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el sector servicios rubro transporte de carga pesada de la ciudad de Huaraz - 2013. La muestra estuvo conformada por 37 empresarios de los cuales se aplicó un cuestionario estructurado dirigido a los propietarios de las empresas de transporte de carga pesada de Huaraz a través de la técnica de la encuesta de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados: Que fueron en cuanto a la edad que el 76% contaban con edades de 25 a 39 años, el 78% varones, el 41% tenían de 6 a 10 años de funcionamiento de su empresa; el 95% solicitó crédito, el 57% solicitó el crédito en Entidad Bancaria de los cuales al 57% le otorgo el crédito el 57% solicitó crédito 3 veces en el año 2013, el 37% declaró que tuvo un margen de ganancia del 15% el 77% lo tuvieron de fuentes externas de financiamiento, el 57% lograron financiamiento del Banco de la Nación, el 64% de las Cajas, el 46% fue a corto plazo, el 37% se prestó de 3 a 5 años, el 40% se prestó de más de 12,000 nuevos soles; aunque un 52% afirman que el interés es alto, el 83% afirma que incremento su rentabilidad, el 77% percibió

mayor rentabilidad en el 2013 y el 71% percibió que su rentabilidad se debió al crédito financiero. Se determinó y llegó a la conclusión que el financiamiento incide directamente en la Rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro transporte carga de Huaraz. El 40% de microempresarios obtuvieron créditos de más de 12,000 soles y 31% entre 10,000 a 12,000 nuevos soles el 77% que perciben que su rentabilidad fue mayor en el año 2013 ; y el 71% tienen una mejor percepción sobre la rentabilidad empresarial generado por el financiamiento Bancario y no Bancario.

Oropeza J. (2014) Realizó la tesis titulada **“Caracterización de la competitividad y la rentabilidad de las MYPES del sector servicios – rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012.”** el tipo de investigación utilizado es cuantitativa y el de nivel descriptivo, la población del estudio estuvo conformada por 16 MYPE, del sector servicio – rubro de transporte de mototaxis en la ciudad de Chimbote en el año 2012, llegando a la siguientes conclusiones; con respecto a los datos generales del representante de la empresa, la mayoría de los representantes son mayores de 40 años, la mayoría de relativa de los empresarios son de género masculino y tienen estudios secundarios, principales características de la MYPE la mayoría de las MYPE, tienen menos de 03 años en la actividad empresarial. La totalidad de la MYPE cuenta con más de 10 trabajadores, principales características de la competitividad. La totalidad de las MYPE, son competitivas en el mercado y su servicio de calidad, la mayoría de la MYPE, utiliza estrategias competitivas, el servicio de la mayoría relativa de la MYPE cuenta valor agregado y su características principal de su servicio es de trato amable, principales características de la rentabilidad la mayoría relativa aseguran que su MYPE es rentable

y ha mejorado en el años 2012, la mayoría de la MYPE, no utilizan indicador para medir su rentabilidad.

2.1.3 Regional.

Según **Mena P. (2014). “Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad en las Mypes del sector servicio, rubro restaurant en el centro de la ciudad de Piura año 2014”** Uladech Católica. En su trabajo de investigación concluye que respecto al empresario la edad promedio de los empresarios es de 25 a 44 años, que 63.33% de empresarios tiene instrucción superior no universitaria, respecto al financiamiento el 53.33% de las mype obtuvieron crédito y lo invirtieron en mejora de local, el 46.67% en capital de trabajo, el 33.33% y 26.67% de los empresarios dijeron que la rentabilidad se incrementó en 5% y 15%, la mayoría de las Mypes encuestadas obtuvieron financiamiento del sistema no bancario y lo invirtieron en el mejoramiento de sus locales.

Rosales L. (2013) en su investigación denominada: **“capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hostales y restaurantes de la ciudad de Tumbes”**. Los estudios que se realicen en este tema como es el caso de las MYPES involucran un apoyo a la lucha contra la extrema pobreza que en Tumbes llegan al 80% de los pobladores, ayudando de esta manera al conocimiento de la problemática que existe en ella, y desarrollándose políticas que involucren el desarrollo en todo su contexto. Debido a las estadísticas la mayor cantidad de empresas en Tumbes se dedican al sector comercial, y luego en el rubro de servicios, preponderantemente en un tema en el cual se pueden desarrollar mayor cantidad de empresas que es el sector turismo, específicamente de los restaurantes y hoteles.

2.2 Marco Teórico Conceptual

2.2.1 Concepto de financiamiento

Se denomina financiamiento a la acción de proporcionar o proveer capital dinerario o no, a una empresa o persona natural para conseguir los recursos suficientes para poder adquirir un servicio o un bien.

De acuerdo a su plazo de vencimiento una financiación puede considerarse en corto, mediano o largo plazo.

El financiamiento de corto plazo es el que su tiempo para devolución es menor o igual a un año.

2.2.2 Teorías de Financiamiento:

De acuerdo con Lira (2009) "**El financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, líneas de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa**". Según Acosta (2010), el financiamiento de la empresa se define como la obtención de medios o recursos de pago que son destinados a la adquisición de los bienes de capital que la institución urge para el cumplir con sus obligaciones y su finalidad. Según su origen las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas.

El financiamiento empresarial puede definirse, como la obtención de recursos o medios de pago que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Según su origen, las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa; también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas y que viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica

con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Por esta razón, el financiamiento se contrata al exterior y al interior de un país, por medio de créditos, préstamos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

Los requerimientos de financiamiento de una empresa pueden dividirse en una urgencia permanente y una necesidad transitoria. La necesidad permanente está compuesta por el activo fijo más la parte que permanece del activo circulante de la empresa es decir la que se mantiene sin cambio a lo largo del año. Cuando es transitoria se atribuye a la existencia de ciertos activos circulantes temporales por lo que esta necesidad cambia durante el año.

El estudio del Financiamiento, busca equilibrar los costos y las ventajas del endeudamiento que una institución, persona natural o un sector económico puede tener y que permitirá fundamentar los valores de apalancamiento y como la amortización de pasivos a plazos que se utilizarían para acrecentar los niveles de capital en la empresa y que serían utilizados en diferentes actividades económicas de carácter operativo, financiera u otra con la finalidad de elevar dicho nivel al máximo que se pueda.

Financiar es abastecer y usar de forma eficiente el dinero, líneas crediticias y fondos de cualesquier categoría que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una persona jurídica.

Cuando se estudia el financiamiento se debe tener en cuenta las fechas en las que se hacen necesarios los recursos a invertir, de acuerdo con el programa de trabajo y la calendarización de inversiones y se establecerá así un calendario o cronograma financiero.

De la misma manera, es necesario el planteamiento de una programación relacionada con los elementos de la inversión en moneda nacional y moneda extranjera, proceda esta del interior o del exterior, en cuanto al proyecto y la determinación de la inversión fija y del capital de trabajo. (Díaz, 2010).

2.2.3 Tipos de fuentes de financiamiento

Es importante mencionar que las fuentes de financiamiento están definidas desde el punto de vista de la empresa. Así tenemos que las fuentes de financiamiento se clasifican según su procedencia en:

- a. Fuentes internas
- b. Fuentes externas

a). Fuentes Internas:

Son las que se generan dentro de la empresa como resultado de sus Operaciones como: aportaciones de socios, flujo de efectivo y venta de activos.

Es aquél que proviene de los recursos propios de la empresa y que se ve reflejado en el activo, es por eso que se debe llevar a cabo un inventario de todo aquello de lo cual se pudiera echar mano en un momento dado para tener sobrante de capital de trabajo o bien hacerle frente a una situación difícil en materia financiera.

Algunos de ellos son:

Contribuciones de los Socios, en el instante de la constitución legal de la sociedad (capital social) o por medio de nuevas aportaciones con el fin de aumentar éste.

Venta de Activos (desinversiones) como la venta de terrenos, edificios, maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

Emisión de acciones (son títulos de corporación cuya principal función es atribuir al tenedor de la misma).

b). Fuentes Externas:

Por otro lado existen fuentes externas de financiamiento y que son aquellas otorgadas por terceras personas tales como:

- Bancos (créditos, descuento de documentos)
- Acreedores diversos (arrendamiento financiero)
- Público en general (emisión de obligaciones, bonos. etc.)
- Gobierno (fondos de fomento y garantía)

En términos de financiamiento, la utilización de fuentes del exterior de financiamiento es denominada de "Apalancamiento Financiero"; por esta razón, a mayor apalancamiento, deuda más grande y que, por el contrario, un apalancamiento menor implicaría menos responsabilidad de crédito. En general el "Apalancamiento" es ventajoso para la estructura financiera de las empresas siempre y cuando se utilice en forma estratégica por ello respecto a las decisiones de financiamiento es conveniente e importante que se tengan políticas para la elección de la fuente que sea más conveniente de acuerdo con las necesidades específicas y en consideración de que siempre la "Carga financiera" que ello implique. Ahora bien con un adecuado "Apalancamiento" incrementa las utilidades en contraposición y un excesivo apalancamiento lo único que provoca es poner en manos de terceros a la empresa.

Una fuente externa importante especialmente en la comercialización mayorista y detallista son los créditos de proveedores por concepto de compra de mercadería y materias primas, estos créditos son otorgados de manera informal sin contratos, de igual forma ocurre con los anticipos de clientes que son cantidades entregadas de forma anticipada los clientes por concepto de compra de materiales o mercancías. Otra

fuerza externa de financiamiento muy importante está representada por las instituciones bancarias, quienes otorgan créditos a plazos, sean estos cortos o largos.

La promoción y el financiamiento.

Según Flores (2010) En el Perú, después de muchas discusiones y presiones políticas – sociales se publicó en Setiembre de 2008, el reglamento de la Ley de Promoción de la Competitividad y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente. Está considerada para acceder a los beneficios de la ley MYPE, deberá tener el certificado de inscripción vigente en el Registro Nacional de la Micro y pequeña empresa (REMIPE).

La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), el Banco de la Nación y el Banco Agraria, son las instituciones encargadas para apoyar financieramente a las MYPE. COFIDE y el Banco de la Nación podrán diseñar nuevas tecnologías de intermediación financiera, asimismo el Estado podrá organizar y gestionar programas de financiamiento mediante convenios de fideicomiso con la participación de COFIDE, en esta parte de la reglamentación el cuidado excesivo de no transgresión de la independencia de las instituciones de finanzas mencionadas y que por otro lado, estas normas deben tener mayor agresividad en relación al mandato y desempeño de estas empresas.

El estado peruano o mejor dicho COFIDE, brinda apoyo de manera muy exigua a las MYPE, COFIDE en el país generalmente apoya más a las Pymes que exportan y le pone muchas condiciones. Por otro lado, el Banco Agrario juega un rol de muy poca importancia dado que no se la quiere tener como institución financiera, algo similar

pasa con COFIDE. Por esta razón, una causa importante del crecimiento de las micro financieras supervisadas y no supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) lo que indica que el papel principal lo tiene el sector privado, un síntoma de esto es que los tipos de interés son altos; de la misma forma el Banco de la Nación recién ha reaccionado introduciendo promociones para créditos a las MYPE.

En Costa Rica se realizó una investigación sobre el financiamiento no tradicional a las micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el que se concluyó que hay necesidad de replantear una política pública que fortalezca los apoyos y financiamientos no tradicionales, que les permita facilitar a estas empresas su nacimiento y crecimiento para insertarlos formalmente en la economía nacional y las prepare para el mercado externo. Los requisitos requeridos por las instituciones financieras costarricenses son la garantía que ofrecen los estados contables de la institución con una planificación de negocios y estudios de factibilidad económica y con un historial de la empresa y de sus socios, entre otras para ser sujetos a créditos.

Por otro lado, dentro del tipo de financiamiento no tradicional a las MYPE de Costa Rica se encuentran las siguientes modalidades.

2.3 Rentabilidad

2.3.1 Concepto de rentabilidad

La rentabilidad es la relación existente entre la utilidad y la inversión y que se necesita para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas conseguidas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. En las teorías

económicas, aunque la palabra de rentabilidad se utiliza de manera de mucha variación, y son muchas las aproximaciones teóricas que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado plazo produce los capitales que se usan en el mismo.

2.3.2 Teorías de la Rentabilidad.

De acuerdo con Dorta y León (2010) **“El concepto más generalmente utilizado de tasa de rentabilidad se refiere a la relación entre los resultados o beneficios obtenidos en un periodo (usualmente un año) y los Capitales (o recursos) Propios de la empresa durante ese periodo”**. Desde la perspectiva del mercadeo la rentabilidad es “el porcentaje de margen de contribución variable que mide la capacidad que tiene un producto para generar utilidades a la empresa”. Desde el punto de vista de la Administración Financiera, “la rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas y los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas y de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades, por lo tanto la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario si quiere disminuir el riesgo debe disminuir la rentabilidad”.

Desde el punto de vista de la inversión de capital la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto”. Por otra parte si se plantea desde el enfoque de

Marketing que la rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión de la empresa.

Según Sánchez (2002) La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios ya sean materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica aunque el término rentabilidad se utiliza de 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.

2.3.3 Niveles de análisis de rentabilidad

1). Rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de 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.

2). Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. Para el cálculo de la rentabilidad financiera, a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma.

3). Rentabilidad en el análisis contable

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo es la retribución al riesgo y consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

2.4 Micro y Pequeña Empresa

2.4.1 Concepto de Micro y pequeña empresa.

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y/o prestación de servicios.

2.4.2. Características

Decreto Supremo 1086, La ley 28015, ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa define que: la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Artículo 3º. Características de las micro y pequeñas empresas: Deben reunir las siguientes características concurrentes:

a) Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

b) Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

c) El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de

Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período. El Peruano Diario Oficial.

2.4.3. Importancia

Las MYPE han adquirido un papel preponderante en la economía Peruana ya que aquí encontramos al 99% de las empresas del Perú. Estas aportan el 49% del Producto Bruto Interno (PBI) y emplean a casi el 85% de la Población económicamente activa. Esto lo comprobamos fácilmente ya que actualmente nos topamos cada cinco minutos con un negocio o una persona ofreciendo diversos servicios. Este es el sector más importante ya que además genera ingresos para la población. Ahora también se le considera como motor generador de descentralización ya que gracias a su flexibilidad puede adaptarse a todo tipo de mercado, es por eso que está presente en todas las Regiones del Perú aunque la gran mayoría está aún centrada en Lima. Además la MYPE ha aportado a la elevación del índice de emprendedores en el Perú llegando a ser el país más emprendedor ya que de cada 100 peruanos, el 40% es emprendedor mientras que en otros países el índice promedio es de 9%. Es una de las principales fuentes de empleo que permite una inversión inicial pequeña, y el acceso a estratos de bajos y medianos recursos, además puede constituirse en apoyo importante para la gran empresa (Vela, 2009).

2.4.4 Formación de la Micro y Pequeña Empresa.

El proceso de formación legal de la MYPE en el Perú es la siguiente:

El recorrido inicia en la SUNAT donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa.

Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser: Régimen único Simplificado (RUS), Régimen Especial y Régimen General, realizado esto procedemos a imprimir los comprobantes de pago (en caso de haber elegido la segunda o tercera opción).

Luego procedemos a la obtención de permisos especiales, estos son otorgados por la institución correspondiente al giro de la empresa. Ejemplo, si el queremos abrir una empresa de transporte necesitamos el permiso del Ministerio de transporte y comunicaciones (MTC) para que se nos otorgue el número de CNG.

Seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa.

A continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos especificados por la municipalidad de su distrito ejemplo de esto es el certificado de defensa civil, entre otros. Y finalmente el trámite con Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en el cual se hace el registro de marcas y patentes de la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de investigación

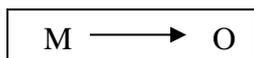
Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo.

No experimental, porque se realizó sin operar premeditadamente las decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Es Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

Descriptivo, porque sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.

Donde:



M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas, sector servicios rubro transportes turísticos.

O = Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptivo, porque se expone de manera detallada y ordenada las características de las variables financiamiento y rentabilidad tal como han sido observadas en su estado natural, sin alterarlas.

3.1.2 Nivel de la investigación

El nivel de investigación es un estudio cuantitativo, porque los datos se examinarán de manera científica usando la estadística a través de los datos obtenidos en la encuesta realizada a los dueños del negocio (Mypes).

3.1.3 No experimental:

Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

3.2 Población y muestra

Población

Con la Finalidad que la investigación tenga un nivel confiabilidad alto, se creyó conveniente tomar una población constituida solo por 7 Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro transportes turísticos. En la investigación solo se incluyeron las Mype que cumplieron con los siguientes criterios:

- Ser del sector servicios rubro transporte turístico.
- Pertenecer al distrito Canoas de Punta Sal.
- Ser una micro y pequeña empresa.

Quedaron excluidas todas las MYPE que no guardan relación con el objetivo general y con los objetivos específicos.

TABLA 01:

Información de Negocios: Transporte turístico

GIRO	TOTAL
Transporte turístico	7
Total	7

Muestra

Se tomó una muestra de 7 empresas de transporte turístico que representa el 100% de la población.

Variable: Financiamiento

Definición conceptual: La provisión de financiamiento eficiente y afectivo ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Las dificultades de acceso al crédito no se refieren simplemente al hecho de que no se puedan obtener fondos a través del sistema financiero; de hecho habría esperar que si esto no se soluciona, no todos los proyectos serían automáticamente financiados. Las dificultades ocurren en situaciones en las cuáles un proyecto que es viable y rentable no es llevado a cabo (o es restringido) porque la empresa no obtiene fondos del mercado.

Variable: Rentabilidad

Definición conceptual: La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario.

En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable.

3.2.1 Operacionalización de variables.

Variable	Tipo de variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Financiamiento	Independiente	Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Gonzales, J. (2014).	Es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Quincho Q. (2011)	Financiamiento	Tipo	Encuesta.
					Importe	
					Tasa y plazo	
					Necesidades	

Variable	Tipo Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Rentabilidad	Dependiente	Es la noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan. Medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados. Según (Ecured, 2012).	Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia. Kume, - 2012	Rentabilidad	Porcentaje	Cuestionario
					Incremento	
					Reinversión	
					Problemática	

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1. Técnicas

Para este trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

3.3.2 Instrumentos

Para el recojo de la información se aplicó un cuestionario estructurado de 21 preguntas referente al perfil del microempresario, a la Mype y a las variables financiamiento y rentabilidad, dirigido a los dueños de las Mypes del sector servicios, rubro transporte turístico.

3.4 Plan de Análisis.

La recolección de datos es muy importante en el proceso de investigación ya que de ésta proviene del objeto a investigar; el procesamiento de los datos recolectados a través de una encuesta aplicada a dueños y gerentes se realizó utilizando los programas informáticos SPSS Y WORD 2010.

Para el análisis cuantitativo de los datos se utilizó la estadística descriptiva, presentando los resultados obtenidos de la investigación a través de cuadros estadísticos donde se muestra la distribución de frecuencias absolutas y relativas de las variables en estudio.

Para el análisis cualitativo se procedió a realizar una narración descriptiva de lo observado durante la ejecución de la encuesta empleando los datos contenidos en el cuaderno de notas y el registro fotográfico.

Se identificaron los comportamientos que agrupan las declaraciones, posteriormente se analiza la confiabilidad interna de la escala, para determinar de acuerdo a las necesidades de esta investigación, como se comportan las variables implicada.

Dado que no ha sido posible tener acceso a los estados financieros de las MYPES en estudio, no se ha podido calcular la rentabilidad empresarial en base a ratios financieros: por tal motivo, operacionalmente la rentabilidad lo hemos definido de la siguiente manera:

3.5 Principios éticos

Este trabajo de investigación se realizó teniendo presente: la responsabilidad de salvaguardar la información confidencial y de dominio privado que está relacionado con las operaciones de las empresas encuestadas, la honestidad y sinceridad de los datos tomados por los encuestados.

tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización del financiamiento y su rentabilidad en las Mypes utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de los participantes en el trabajo de investigación, así mismo se respetara el derecho de autor de los textos utilizados en el desarrollo de la investigación ya que la investigación ofrece un acercamiento teórico, en la caracterización del financiamiento y su rentabilidad en las Mypes, además se respetara el proceso metodológico en el que se sustentara la investigación y el análisis de los resultados incluye la experiencia en la caracterización, financiamiento y rentabilidad en las Mypes el trabajo se propone como una propuesta en la mejora del proceso de enseñanza y aprendizaje.

3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA.

TITULO:” CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO TRANSPORTES TURÍSTICOS, EN EL DISTRITO CANOAS DE PUNTA SAL, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR, REGIÓN TUMBES – 2018.”

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGIA		
	FORMULACIÓN	GENERAL		TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito canoas de punta sal, provincia contralmirante villar, región Tumbes – 2018.	¿Cuáles son las características de Financiamiento y de rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018?	Determinar las características de financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.	Independiente:	Cuantitativo.	La población está conformada por propietarios de las MYPES del sector servicio, rubro de transporte turístico, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.	Encuesta.
		ESPECÍFICOS	Financiamiento			

		<p>1. Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.</p>		<p>Descriptivo.</p>	<p>Está conformada por 07 empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte turístico, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.</p>	<p>Se hará uso del análisis descriptivo, para la tabulación de datos se utiliza como soporte el programa Excel.</p>
		<p>2. Describir las características de rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.</p>	<p>Dependiente:</p>			

		<p>3. Elaborar una propuesta de solución para los problemas de las variable financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.</p>	<p>Rentabilidad.</p>			
--	--	---	----------------------	--	--	--

IV. RESULTADOS:

N°	ÍTEM	INTERPRETACIÓN
1. Datos generales de la Micro y Pequeña empresa		
1.1	¿Su empresa tiene RUC?	El 100% (07) de los encuestados contestó que su empresa sí tiene RUC.
1.2	¿En qué régimen tributario se encuentra su empresa?	El 100% (07) de los empresarios contestó que su empresa se encuentra en el NRUS
1.3	¿Cuántos años de funcionamiento tiene su negocio?	El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa tiene entre 5 a 8 años de funcionamiento; 28.5% (2) indican que su empresa tiene entre 9 a 12 años y 14.5% (01) menciona que su empresa tiene entre 13 y 16 años.
2. Financiamiento de la Micro y Pequeña empresa		
2.1	¿El tiempo que tiene de funcionamiento su empresa ha requerido la necesidad de financiamiento?	El 100% (07) de los empresarios indica que su empresa ha requerido la necesidad de financiamiento.
2.2	El financiamiento que realizó en su negocio es:	El 100% (07) de los empresarios indica que el financiamiento de su empresa ha sido propio.
2.3	¿Qué tipo de financiamiento ha utilizado en el año 2018?	El 100% (07) de los empresarios indica que el financiamiento utilizado fue el del sistema financiero.
2.4	¿A qué empresa del sistema financiero ha solicitado el crédito?	El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa utilizó un financiamiento proveniente de las Cajas Municipales; el 43% (3) indican que su empresa tiene un financiamiento bancario.
2.5	¿Cuánto fue el importe obtenido de crédito?	El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un crédito de entre 20,000 a 40,000; 28.5% (2) indican que su empresa obtuvo un crédito entre 60,000 a 80,000 y 14.5% (1) menciona que su empresa prestó entre 10,000 a 20,000
2.6	¿Cuál fue la tasa de interés que usted pagó por el crédito solicitado?	El 100% (07) de los empresarios indica que pago una tasa de interés de 20% a 40% por el crédito solicitado.

2.7	¿A qué plazo fue el financiamiento obtenido?	El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un financiamiento de mediano plazo; 28.5% (2) tuvieron un financiamiento de corto plazo y 14.5% (1) menciona que su financiamiento fue a largo plazo
2.8	¿Cuál fue la principal necesidad para recurrir al financiamiento?	El 57% (4) de los empresarios indica que su empresa recurrió al financiamiento por falta de capital de trabajo; el 43% (3) indica que su empresa recurrió al financiamiento por necesidad de invertir en activos fijos
2.9	¿Qué dificultades se presentaron al solicitar el crédito?	El 100% (07) de los empresarios indica que la mayor dificultad que se le ha presentado es las tasas muy altas.
2.10	¿Considera que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa?	El 100% (07) de los encuestados indica que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa.
3. Rentabilidad de la Micro y Pequeña empresa		
3.1	¿Cuál es el porcentaje de rentabilidad de su empresa?	El 100% (07) de los encuestados indica que el porcentaje de rentabilidad de su empresa es de 50% a 60%.en rango anual.
3.2	Del total de sus ventas ¿Qué porcentaje son los costos totales al mes?	El 71,5% (5) de los encuestados indica que el porcentaje de costos totales al mes es de 30% a 40%; 28.5% (2) considera el porcentaje de los costos totales al mes es de 50% a 60%
3.3	¿El financiamiento mejoró la rentabilidad de la empresa?	El 100% (07) de los empresarios indica que mejoró la rentabilidad de la empresa
3.4	Considera que su rentabilidad durante el ejercicio 2018:	El 100% (07) de los empresarios indica que su rentabilidad durante el ejercicio 2018 se incrementó
3.5	a) Incrementó la rentabilidad	El 57% (4) de los empresarios indica que su empresa incrementó su rentabilidad porque mejoró su marketing; el 43% (3) indica que su empresa incrementó su rentabilidad por mayor acogida de clientes
3.6	b) Disminuyó la rentabilidad	El 0% indica que no ha disminuido la rentabilidad.
3.7	Si ha obtenido rentabilidad durante los últimos años, ¿De qué manera lo invirtió en la empresa?	El 71,5% (5) de los encuestados indica que el la rentabilidad obtenida se invirtió en adquisición

		de activos; 28.5% (2) que la rentabilidad se invirtió en disminuir las deudas.
3.8	¿Cuáles son los problemas que tiene su empresa para generar una mayor rentabilidad?	El 85,5% (6) de los encuestados indica que el principal problema que tiene su empresa para generar mayor rentabilidad es la competencia; 14.5% (1) considera que el problema es la falta de infraestructura.
3.9	¿La rentabilidad de la empresa permite una mayor acogida en el mercado?	El 100% (07) de los empresarios indica que la rentabilidad de la empresa sí permite una mayor acogida en el mercado.
3.10	¿Considera que su empresa es rentable?	El 100% (07) de los empresarios considera que su empresa es rentable

V. ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto a los datos generales

1. Se tiene que el 100% (07) de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal tiene RUC. Todos se encuentran registrados en el NRUS.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal 57% (04) tiene entre 5 a 8 años de funcionamiento; 28.5% (02) tiene entre 9 a 12 años y 14.5% (01) tiene entre 13 y 16 años. El dato es similar al que encontró Sandoval A. (2014) quien llega a la conclusión de que el 100% se dedica al negocio por más de 03 años. También con **Leyva (2015) para quien el 41%** tenían de 6 a 10 años de funcionamiento de su empresa. Se discrepa con **Oropeza J. (2014)** para quien la mayoría de las MYPE, tienen menos de 03 años en la actividad empresarial.

En cuanto al Financiamiento de la Micro y Pequeña empresa

El 100% (07) de los empresarios indica que su empresa ha requerido la necesidad de financiamiento. Se concuerda con Leyva (2015) pues él indica que el 95% solicitó crédito. El 100% (07) de los empresarios indica que el financiamiento de su empresa ha sido propio, lo que es discrepante con lo de Zurita (2016) quien concluyó que el 85% de los representantes legales de las MyPes manifestó que financia su actividad empresarial con terceros, el 10% se autofinancia.

La totalidad de los empresarios indica que el financiamiento utilizado fue el del sistema financiero. El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa utilizó un

financiamiento proveniente de las Cajas Municipales; el 43% (3) indican que su empresa tiene un financiamiento bancario. Se concuerda con **Ixchop D. (2014)** quien indica que la mayoría de empresarios dedicados a la confección en la ciudad de Mazatenango, acuden a instituciones financieras en busca de préstamos, lo que revela que su principal fuente para financiar sus actividades productivas ha sido el financiamiento externo, entre tanto un porcentaje mínimo utiliza financiamiento interno. Muy similar a Leyva (2015), el 57% (04) solicitó el crédito en Entidad Bancaria.

En cuanto al monto del crédito, el 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un crédito de entre 20,000 a 40,000; 28.5% (2) indican que su empresa obtuvo un crédito entre 60,000 a 80,000 y 14.5% (1) menciona que su empresa prestó entre 10,000 a 20,000. Se discrepa con Leyva (2015), el 40% se prestó de más de 12,000 nuevos soles.

El 100% (07) de los empresarios indica que el promedio de la tasa de interés que se pagó por el crédito fue de entre 20% a 40%. El dato es muy similar al de Ixchop D. (2014) para quien la tasa promedio que cobran las instituciones financieras es de un 20 al 30% anual. Complementariamente Leyva (2015) para quien un 52% afirman que el interés es alto.

El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un financiamiento de mediano plazo; 28.5% (2) tuvieron un financiamiento de corto plazo y 14.5% (1) menciona que su financiamiento fue a largo plazo. Es discrepante con lo que indica González, N. (2013) quien concluye que nueve de cada diez encuestados manifiestan

que el financiamiento a largo plazo influyó en su rentabilidad. También se discrepa en parte con Sandoval A. (2014) el 93% fue a corto plazo y el 7% fue de largo plazo.

El 57% (4) de los empresarios indica que su empresa recurrió al financiamiento por falta de capital de trabajo; el 43% (3) indica que su empresa recurrió al financiamiento por necesidad de invertir en activos fijos. Se encuentra similitud con Sandoval A. (2014) quien concluyó que el 27% invirtió en el mejoramiento y/o ampliación del local. Es parecido a lo que encontró Mena P. (2014) quien concluye que, respecto al financiamiento el 53.33% de las mype obtuvieron crédito y lo invirtieron en mejora de local, el 46.67% en capital de trabajo.

El 100% (07) de los empresarios indica que el la mayor dificultad que se le ha presentado es las tasas muy altas. Similar a lo que indica Leyva (2015), quien encontró que el 52% afirman que el interés es alto. El 100% (07) de los encuestados indica que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa. Se concuerda con Mena P. (2014) concluye que, respecto al financiamiento el 53.33% de las mype obtuvieron crédito y lo invirtieron en mejora de local.

En cuanto a la rentabilidad de la Micro y Pequeña empresa

El 100% (07) de los encuestados indica que el porcentaje de rentabilidad de su empresa ha mejorado con el financiamiento. Es parecido a lo que encontró Sandoval A. (2014) de que el 93% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa. En la misma línea, Leyva (2015) en cuya investigación se determinó y llego a la conclusión que el financiamiento incide directamente en la Rentabilidad de las MYPE. Lo mismo sucede con González, N. (2013) quien concluye que el 90% de los encuestados manifiesta que el financiamiento a largo plazo influyó en su rentabilidad.

El 71,5% (5) de los encuestados indica que el porcentaje de costos totales al mes es de 30% a 40%; 28.5% (2) considera el porcentaje de los costos totales al mes es de 50% a 60%.

El 100% (07) de los empresarios indica que mejoró la rentabilidad de la empresa. En la misma línea **Aceves, C. (2014)** menciona que el 85% precisa que el financiamiento si ha mejorado su rentabilidad empresarial, mientras que el 15% no precisa; Zurita (2016) indica lo mismo. Por este motivo, el 100% de los empresarios indica que su rentabilidad durante el ejercicio 2018 se incrementó pues el 57% (4) de los empresarios indica que su empresa incrementó su rentabilidad porque mejoró su marketing; el 43% (3) indica que su empresa incrementó su rentabilidad por mayor acogida de clientes. El 0% indica que haya disminuido la rentabilidad.

El 71,5% (5) de los encuestados indica que el la rentabilidad obtenida se invirtió en adquisición de activos; 28.5% (2) que la rentabilidad se invirtió en disminuir las deudas. El 85,5% (6) de los encuestados indica que el principal problema que tiene su empresa para generar mayor rentabilidad es la competencia; 14.5% (1) considera que el problema es la falta de infraestructura.

El 100% (07) de los empresarios indica que la rentabilidad de la empresa sí permite una mayor acogida en el mercado; puesto que el 100% (07) de los empresarios considera que su empresa es rentable. Es concordante a lo que dice Sandoval A. (2014) que el 86% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoró en los últimos 02 años. En la misma línea, Oropeza J. (2014) indica que la mayoría relativa asegura que su MYPE es rentable.

VI. CONCLUSIONES:

6.1 Respecto al objetivo específico 1.

Describir las características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

- El 100% (07) de los empresarios indica que su empresa ha requerido la necesidad de financiamiento.
- La totalidad de los empresarios (07) indica que el financiamiento utilizado fue el del sistema financiero. El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa utilizó un financiamiento proveniente de las Cajas Municipales; el 43% (3) indican que su empresa tiene financiamiento bancario.
- En cuanto al monto del crédito, el 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un crédito de entre 20,000 a 40,000; 28.5% (2) indican que su empresa obtuvo un crédito entre 60,000 a 80,000 y 14.5% (1) menciona que su empresa prestó entre 10,000 a 20,000 soles.
- El 100% (07) de los empresarios indica que el promedio de la tasa de interés que se pagó por el crédito fue de entre 20% a 40%.
- El 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un financiamiento de mediano plazo; 28.5% (2) tuvieron un financiamiento de corto plazo y 14.5% (1) menciona que su financiamiento fue a largo plazo.
- El 57% (4) de los empresarios indica que su empresa recurrió al financiamiento por falta de capital de trabajo; el 43% (3) indica que su empresa recurrió al financiamiento por necesidad de invertir en activos fijos.

- El 100% (07) de los encuestados indica que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa.

6.2 Respecto al objetivo específico 2.

Describir las características de rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

- El 100% (07) de los encuestados indica que el porcentaje de rentabilidad de su empresa ha mejorado con el financiamiento, durante el ejercicio 2018.
- Pues el 57% (04) de los empresarios indican que su empresa incremento su rentabilidad por que mejoro su marketing, el 43% (03) incremento su rentabilidad por mayor acogida de clientes.
- El 71,5% (5) de los encuestados indica que el porcentaje de costos totales al mes es de 30% a 40%; 28.5% (2) considera el porcentaje de los costos totales al mes es de 50% a 60%.
- El 71,5% (5) de los encuestados indica que el la rentabilidad obtenida se invirtió en adquisición de activos; 28.5% (2) que la rentabilidad se invirtió en disminuir las deudas.
- El 100% (07) de los empresarios indica que la rentabilidad de la empresa sí permite una mayor acogida en el mercado; puesto que el 100% (07) de los empresarios considera que su empresa es rentable.

6.2 Respecto al objetivo específico 3.

Elaborar una propuesta de solución para los problemas de las variable financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes - 2018.

- El 85,5% (6) de los encuestados indica que el principal problema que tiene su empresa para generar mayor rentabilidad es la competencia; 14.5% (1) considera que el problema es la falta de infraestructura. (Paradero).
- Elaborar una propuesta de mejora como solución para los problemas de la variable rentabilidad (competencia) en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transportes turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes, que mejore la planificación empresarial y se asocien cooperativamente para conseguir mejores tasas y le hagan frente a la competencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Alonso, C. (2003).** *Análisis de financiamiento de las pequeñas microempresas.* (1ª.ed) Perú. Editorial Edpymes.
- Arocutipan, A. & Sacari, R. (2011).** *Las Micro finanzas y las MYPE en el Perú.* Trabajo presentado para conocer el sector de las micros finanzas y su influencia en las MYPE del Perú. Recuperado de:
<http://www.plusnetwork.com.financiamiento/inicio.html>.
- Aguilar, M. (2004).** *El financiamiento de las micro y pequeñas empresas en Puno.* Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. [Publicación de Internet].Recuperado de:
<http://www.ibm.com/expressadvantage/pe/financing.phtml>.
- Amorós, E. (2004).** *La influencia de la utilización de internet en el crecimiento de pequeñas y medianas empresas.* (Tesis Doctoral). Recuperado de:
http://www.usc.es/econo/RGE/Vol16_1/Castelan/htm.
- Acosta, A. (2010).** *La teoría del análisis e interpretación financiera.* Caracas. [Acceso 2018 Ener. 20]. Recuperado de:
<http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>.
- Cabrera, R. & Lahusen, M. (2009).** *Caja de ahorro con opción para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas.* (Tesis doctoral Universidad las Américas). Puebla – México. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/cabrer.pdf
- Díaz, C. (2010).** *El Mercado Financiero En Puno.* (Tesis de Maestría, Universidad Católica del Perú). Recuperado de:
<http://cies.org.pe/files/active/0/pbc0313.pdf>.
- Dorta, J. & León, J. (2010).** *Análisis Externo de la Rentabilidad Financiera consolidada, doctores en ciencias económicas y empresariales profesor del departamento de economía financiera y contabilidad.* España: Universidad De las Palmas Gran Canaria. [Acceso 2018 Ener. 20]. Recuperado de:
<http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/articulos/1692-2913/31/131.pdf>.

Filippo, A. (2009). *La aplicación de las políticas de financiamiento a las pymes en América latina*. CEPAL. Buenos Aires. [Acceso 2018 Ener. 20]. Recuperado de:

http://www.eclac.org/ddpe/publicaciones/xml/0/45220/Financiamiento_apymes.pdf.

Flores, S. (2010). *Fuentes de Financiamiento para las Empresas*. (Tesis de Titulación, Universidad Autónoma Metropolitana). Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/romero_o_j/capitulo2.pdf

Sandoval A. (2014), *caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicios – rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Piura, periodo 2012*” Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034168>

Aceves C. (2014) “*Calidad y rentabilidad en el transporte público de Guadalajara*”. Tesis para optar el título de Maestro en economía. Universidad de Guadalajara, México.

Valencia M (2015). “*Las Fórmulas Extranjeras De Financiamiento Al Transporte Que Redujeron El Uso De Subsidios*” *El Mercurio – Chile*, disponible en: <http://www.latinamerica.uitp.org/es/las-f%C3%B3rmulas-extranjeras-de-financiamiento-al-transporte-que-redujeron-el-uso-de-subsidios>

Flores N. (2015). “*Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las Pymes del sector comercio del municipio Santiago Mariño del estado de Aragu*”. - Tesis de maestría en Administración de Empresas. Universidad de Carabobo – Venezuela. Recuperado de: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2536/Maestr%C3%A1Da%20Nancy%20Flores.pdf?sequence=1>

- Oropeza J. (2014)** “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio - rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012.” Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034360>
- Ixchop D. (2014).** En su tesis titulada “*Fuentes de financiamiento de pequeñas empresas del sector confección de la ciudad de Mazatenango*” - Guatemala. Tesis de Licenciatura. Universidad Rafael Landívar.
- Lira, B. (2009).** *Finanzas y Financiamiento*. Recuperado de: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS.pdf>.
- Marvin, J. (2005).** *Identificación de negocios para una empresa de transporte de cargas pesadas*. (Tesis de Titulación, Universidad San Carlos de Guatemala). Recuperado de: <http://sigb.uladech.edu.pe/intranet-tmpl/prog/es-ES/PDF/19353.pdf>.
- Santos, Q. (2006).** *Entidades de desarrollo para la pequeña Micro empresa* (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Tumbes). Recuperado de: http://www.ecofinanzas.com/diccionario/E/EMPRESAS_PRIVADAS.htm
- Silupú, L. (2008).** *El financiamiento de los intermediarios financieros no bancarios y su efecto en el crecimiento de la MYPE del sector servicio de las MYPE de la ciudad de Huaraz*. (Tesis de titulación, Universidad: Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz – Región Ancash.
- Novelo, G. (2012).** *Modélo de análisis correlacional para medir la rentabilidad entre competencias e indicadores*. Docente de Economía – UCV – Lima. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com>.
- Noriega, N. (2011).** *Caracterización de las MYPE en el Perú y en el Mundo*, Coordinador de proyectos del Centro de Desarrollo Emprendedor. (Tesis doctoral, Universidad ESÁ).

- Sánchez, P. (2010).** *Análisis De Rentabilidad De La Empresa*, Doctor En Ciencias Económicas Y Empresarial. Tesis de Maestría. Por La Universidad: De Murcia España.
- Schupnik, W. (2012).** *Políticas de Financiamiento*. Tesis de Titulación. México 2009. Facultad De Contaduría Y Ciencias Administrativas. Recuperado de: <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia>.
- Peña, O. (2012).** *El Financiamiento y la asistencia internacional*. Santo Domingo República dominicana. [Acceso 2018 Ener. 20].
- Purilla, G. (2012).** *El financiamiento y las MYPE*. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Prevé, L. (2009).** *La Rentabilidad de las Empresas*, [Publicación de Internet]. [Publicación de Internet]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>.
- Vallado, R. (2009).** *Formulación y evaluación de la teoría de la evaluación del impacto financiero*. Recuperado de: www.uady.mx/~contadur/material/proyectosdeinversion.ppt
- Vargas, M. (2005).** *El financiamiento como estrategia de desarrollo para las Medianas empresas en Lima Metropolitana*. (Tesis de Titulación, Universidad UNMSM). UPGFCA; Lima.
- Villasante, A. (2009).** *Financiamiento, la competitividad y la rentabilidad*. [Publicación de Internet]. [Publicación de Internet]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente instrumento ha sido elaborado para recoger información sobre el financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro de transporte turístico en distrito de Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, Región Tumbes – 2018; la información que usted proporcionara es de carácter anónimo y será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que pedimos responda con la mayor veracidad para resolverlo; de ante mano estamos muy agradecidos.

I. DATOS GENERALES DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.

1.1 Su empresa tiene RUC:

- a) Si () b) No ()

1.2 ¿En qué régimen tributario se encuentra su empresa?

- a) Régimen General (RG).
b) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).
c) Régimen Especial Impuesto a la Renta (RER).
d) Régimen MYPE Tributario (RMT).

1.3 ¿Cuántos años tiene su negocio en funcionamiento?

- a) 1 a 4 años.
b) 5 a 8 años.
c) 9 a 12 años.
d) 13 a 16 años.
e) 17 a más años.

II. FINANCIAMIENTO DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

2.1 ¿El tiempo que tiene de funcionamiento su empresa ha percibido la necesidad de financiamiento?

- a) Si () b) No ()

- 2.2 El financiamiento que realizo en su negocio es:
 a) Propio () b) Tercero ()
- 2.3 ¿Qué tipo de financiamiento utilizo?
 a) Sistema financiero.
 b) Créditos usureros.
 c) Capital propio.
- 2.4 ¿A qué empresa del sistema financiero ha solicitado el crédito?
 a) Cajas Municipales de Créditos.
 b) Bancos.
 c) Cooperativa de Ahorro y créditos.
- 2.5 ¿Cuánto fue el importe obtenido de crédito solicitado?
 a) Menos de 5,000
 b) 5,000 a 10,000
 c) 10,000 a 20,000
 d) 20,000 a 40,000
 e) 40,000 a 60,000
 f) 60,000 a 80,000
- 2.6 ¿En promedio cual fue la tasa de interés que usted pago por el crédito solicitado?
 a) Menos de 20%
 b) 20% a 30%
 c) 30% a 40%
 d) 40% a 50%
 e) Más de 50%
- 2.7 ¿A qué plazo fue el financiamiento obtenido?
 a) Corto plazo (1 año).
 b) Mediano plazo (2 a 3 años).
 c) Largo plazo (4 a más años)
- 2.8 ¿Cuál fue la principal necesidad para recurrir al financiamiento?
 a) Falta de capital de trabajo.
 b) Programación de capital.
 c) Inversión de activos fijos.
 d) Compra de insumos y suministros.
- 2.9 ¿Qué dificultades a tenido usted al solicitar el crédito?
 a) Falta de requisitos documentario.
 b) Tasa muy altas.
 c) Montos menores.
 d) Plazos muy cortos.
- 2.10 ¿considera que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa?
 a) Si () b) No ()

III. RENTABILIDAD.

3.1 ¿En qué porcentaje es su índice de rentabilidad?

- a) 10% a 20%
- b) 30% a 40%
- c) 50% a 60%
- d) más de 60%

3.2 ¿Del total de sus ventas que porcentajes son los costos totales al mes?

- a) 10% a 20%
- b) 30% a 40%
- c) 50% a 60%
- d) Más de 60%

3.3 ¿Cuáles son los problemas que tiene su empresa para generar una mayor rentabilidad?

- a) La competencia.
- b) Falta de infraestructura.
- c) La ubicación de su empresa.
- d) La situación económica.

3.4 Considera que su rentabilidad durante el ejercicio 2018:

- a) Incremento de rentabilidad.

Indicar la razón la razón que origino el incremento de la rentabilidad.

- () Mayor acogida de clientes.
- () Mejoro su marketing.
- () Mayor demanda de turistas.

- b) Disminución de rentabilidad:

- () Mayor competencia.
- () Menor demanda de turistas.
- () La situación económica.

3.5 ¿Si ha obtenido rentabilidad durante los últimos años de qué manera lo invirtió en la empresa?

- a) Adquisición de activos.
- b) Capacitación de personal.
- c) Compra de suministros e insumos.
- d) Menos deudas.

3.6 ¿Cuáles son los problemas que tiene su empresa para generar un mayor rentabilidad?

- a) La competencia.
- b) Falta de infraestructura.
- c) La ubicación de la empresa.
- d) La situación económica.

3.7 La rentabilidad en la empresa permite una mayor acogida en el mercado.

- a) Si ()
- b) No ()

3.8 ¿considera que su empresa es rentable?

- a) Si ()
- b) No ()

ANEXO N° 02: Fotos.





ANEXO N° 03: Tablas y figuras.

Tabla 1:

Su empresa tiene R.U.C

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 1

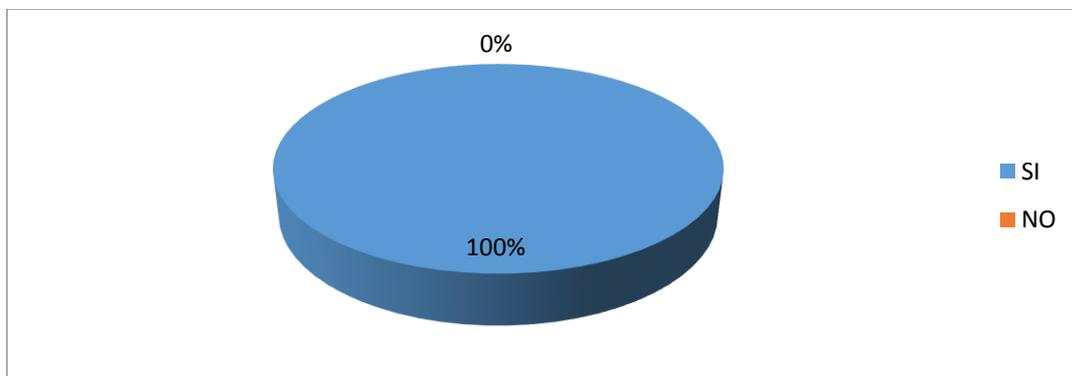


Figura 1. Las mypes cuentan con R.U.C

Fuente: elaboración propia tabla 1.

Interpretación: En la tabla y gráfico 01 se aprecia el 100% de los encuestados contestó que su empresa sí tiene RUC.

Tabla 2:

En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
R. General	0	0%
NRUS	7	100%
R. especial	0	0%
RMPT	0	0%
no tiene	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 2

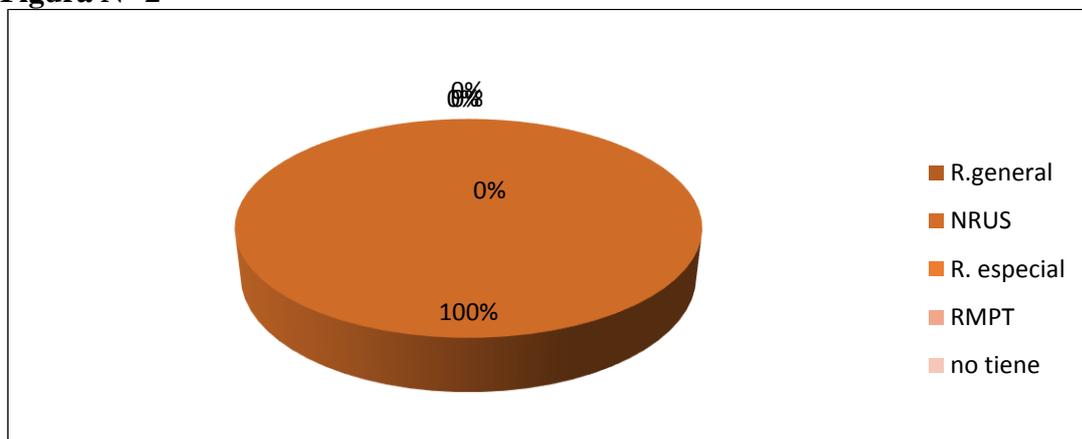


Figura 2. En qué régimen tributario se encuentran.

Fuente: elaboración propia tabla 2.

Interpretación: En la tabla y figura 02 se aprecia el 100% de los empresarios contestó que su empresa se encuentra en el NRUS.

Tabla 3:

Cuántos años tiene su negocio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 a 4	0	0%
5 a 8	4	57%
9 a 12	2	29%
13 a 16	1	14%
17 a más años	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 3

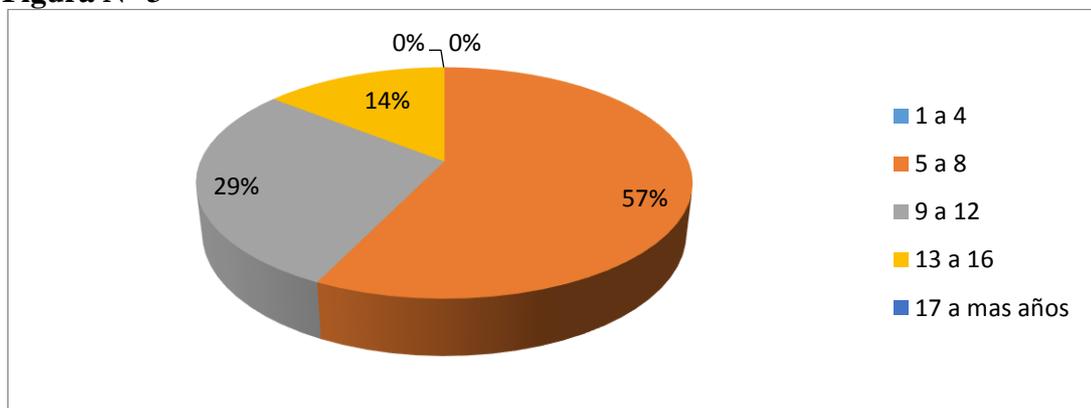


Figura 3: Los años del negocio.

Fuente: Elaboración propia tabla 3.

Interpretación: En la tabla y figura 03, se aprecia que el 57% (4) de los encuestados indica que su empresa tiene entre 5 a 8 años de funcionamiento; 28.5% (2) indican que su empresa tiene entre 9 a 12 años y 14.5% menciona que su empresa tiene entre 13 y 16 años.

Tabla 4:

En el tiempo que tiene de funcionamiento su empresa ha percibido la necesidad de financiamiento.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 4

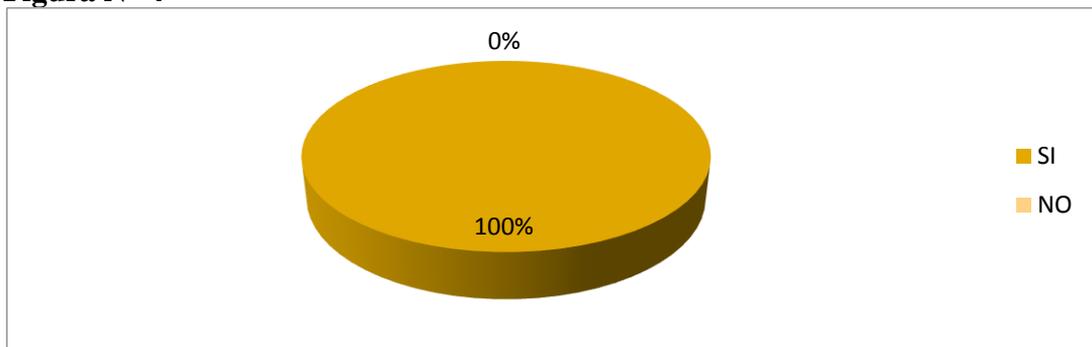


Figura 4: Necesidad de financiamiento.

Fuente: Elaboración propia tabla 4.

Interpretación: En la tabla y figura 04 se puede apreciar que el total de las MyPes (100%) siempre han percibido la necesidad de financiamiento desde su funcionamiento.

Tabla 5:

El financiamiento que realizo en su empresa es:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
S. financiero	0	0%
créditos usureros	0	0%
Capital propio	7	100%
otros	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 5

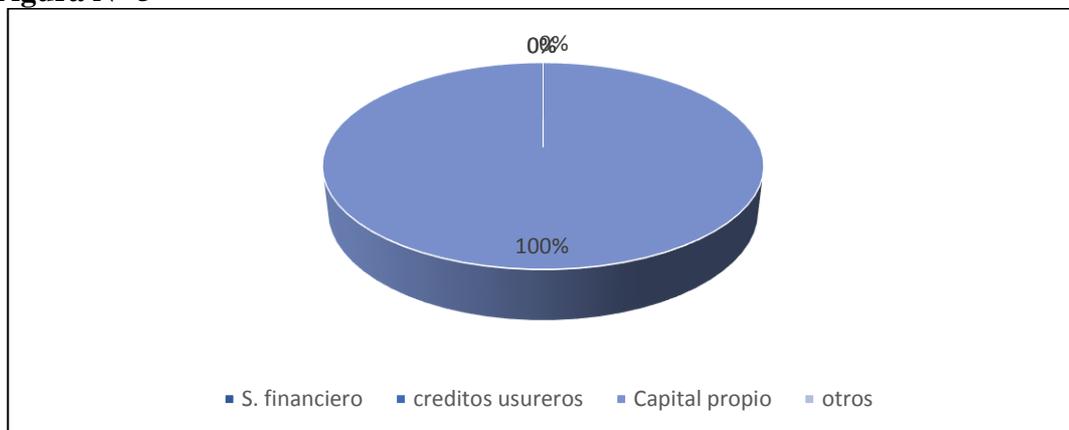


Figura 5: qué tipo de financiamiento utilizo.

Fuente: Elaboración propia tabla 5.

Interpretación: En la tabla y figura 05 se puede apreciar que el mayor porcentaje (100%) de las MyPes encuestadas, ha financiado su negocio mediante capital propio.

Tabla 6:
 Qué tipo de financiamiento utilizó

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
S. Financiero.	7	100%
Créditos Usureros	0	0%
Capital Propio	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 6

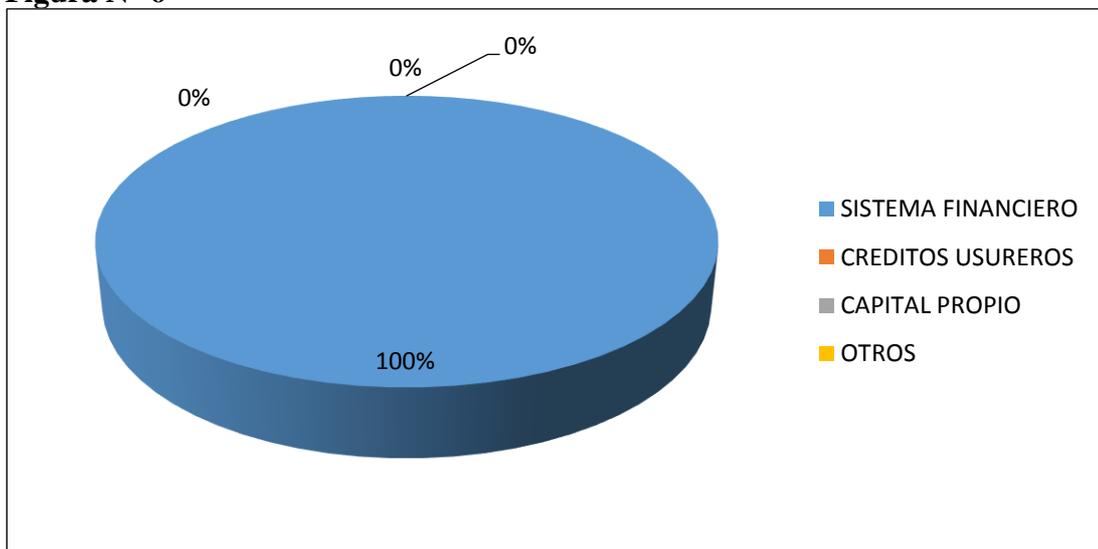


Figura 6: a qué empresa solicito un financiamiento.

Fuente: Elaboración propia tabla 6.

Interpretación: En la figura y tabla 06 se aprecia que el 100% de las MyPes encuestadas del rubro Servicio transporte publico han utilizado el sistema financiero como tipo de financiamiento.

Tabla 7:

A qué empresas del sistema financiero solicito el crédito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cajas Municipales	4	57%
Bancos.	3	43%
Cooperativa De Ahorros	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 7

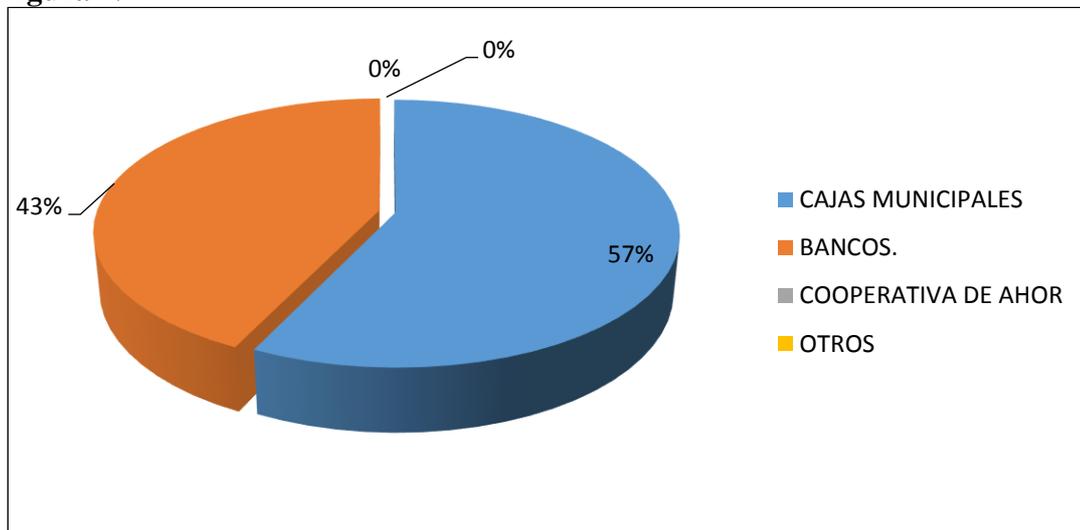


Figura 7: A qué empresa solicito un financiamiento.

Fuente: elaboración propia tabla 6.

Interpretación: En la figura y tabla 07 se aprecia que el 57% (04) de los encuestados indican que su empresa utilizo financiamiento de las cajas municipales; el 43% (3) indican que su empresa tiene financiamiento bancario.

Tabla 8:

Cuanto fue el importe obtenido del crédito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
menos de 5000	0	0.0%
5,001 a 10,000	0	0.0%
10,000 a 20,000	1	14.3%
20,001 a 40,000	4	57.1%
40,000 a 60,000	0	0.0%
60,000 a 80,000	2	28.6%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 8

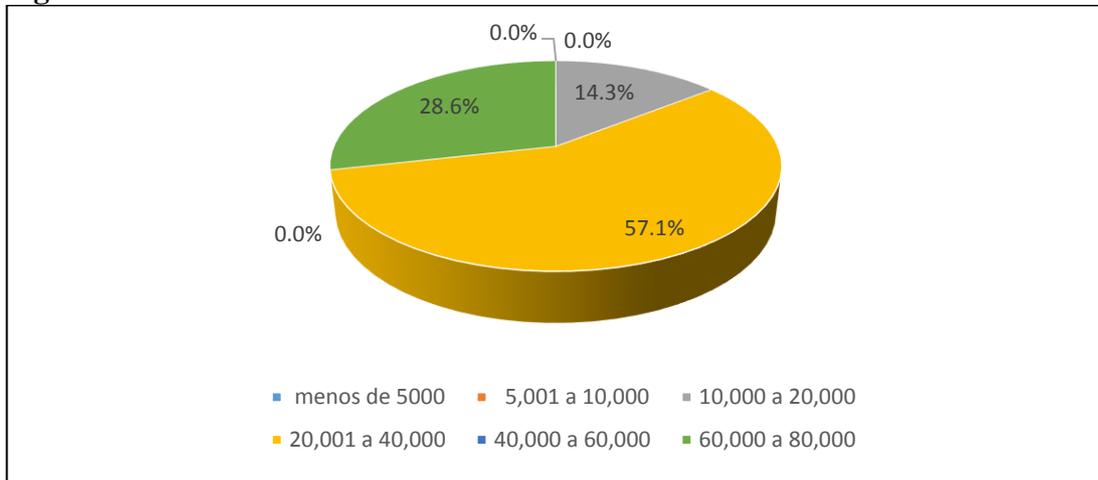


Figura 8: cuanto fue el importe de crédito.

Fuente: elaboración propia tabla 8.

Interpretación: En la tabla y figura 08 se aprecia que el 57% (4) de los encuestados indican que su empresa obtuvo un crédito de entre 20,000 a 40,000; 28.5% (2) indican que su empresa obtuvo un crédito entre 60,000 a 80,000 y 14.5% (1) menciona que su empresa prestó entre 10,000 a 20,000.

Tabla 9:

En promedio cual fue la tasa de interés que pago.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
menos de 20%	0	0%
20% a 30%	0	0%
30% a 40%	7	100%
40% a 50%	0	0%
más de 50%	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 9

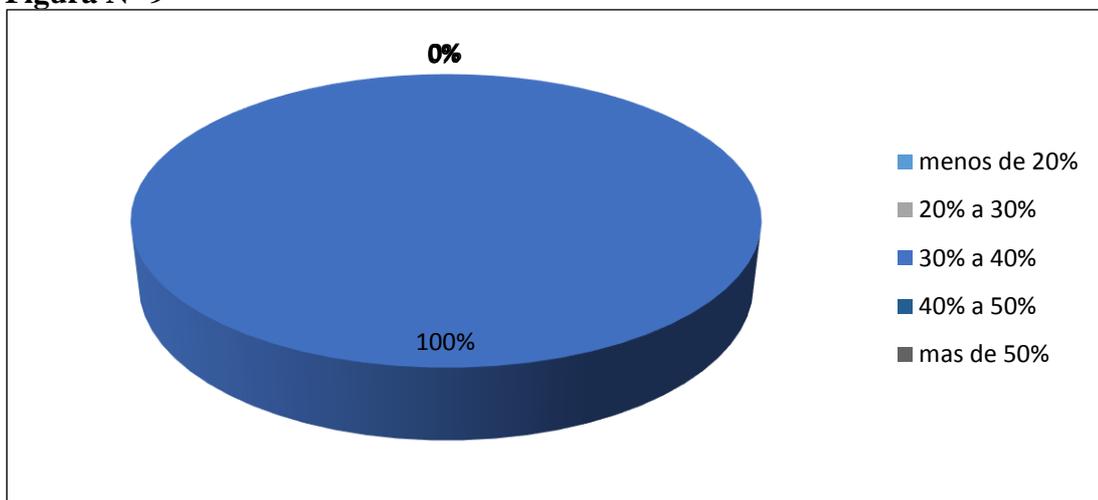


Figura 9 importe de crédito.
Fuente: elaboración propia tabla 9.

Interpretación: En la tabla y figura 09 se aprecia que las MyPes que han utilizado el sistema financiero el importe que solicitaron esta entre 30% a 40%.

Tabla 10:

A qué plazo fue obtenido el financiamiento.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
corto plazo	2	29%
mediano plazo	4	57%
largo plazo	1	14%
TOTAL	7	100%

Figura N° 10

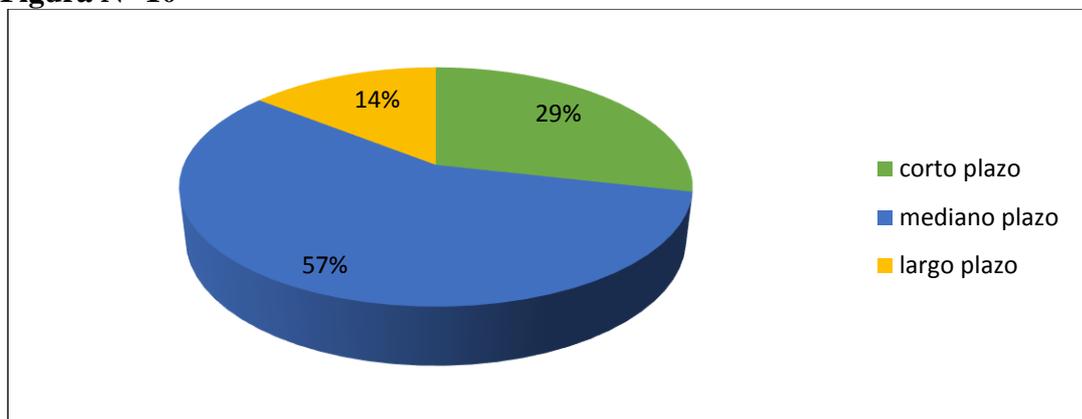


Figura 10 tasa de interés del crédito.

Fuente: elaboración propia tabla 10.

Interpretación: la tabla 10 se aprecia que el 57% (4) de los encuestados indica que su empresa obtuvo un financiamiento de mediano plazo; 28.5% (2) tuvieron un financiamiento de corto plazo y 14.5% (1) menciona que su financiamiento fue a largo plazo.

Tabla 11:

Cuál fue su principal necesidad para recurrir al financiamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
falta de capital	4	57%
capacitación	0	0%
inversión de activos	3	43%
compra de insumos	0	0%
otros	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 11

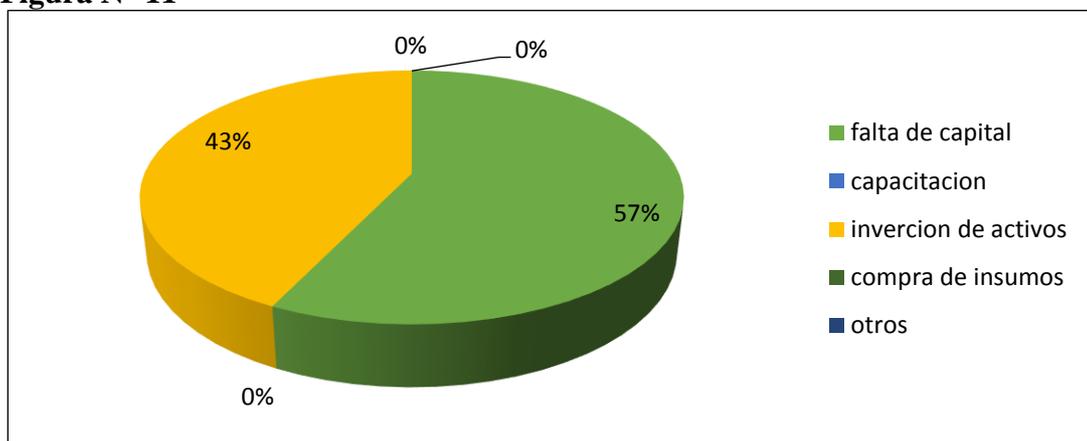


Figura 11 principal necesidad para el financiamiento.

Fuente: elaboración propia tabla 11.

Interpretación: En la tabla y figura 11 se aprecia que el 57% (4) de los empresarios indica que su empresa recurrió al financiamiento por falta de capital de trabajo; el 43% (3) indica que su empresa recurrió al financiamiento por necesidad de invertir en activos fijos

Tabla 12:

Que dificultades tuvo al solicitar un crédito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
falta de requisitos	0	0.0%
tasas muy altas	7	100.0%
montos menores	0	0.0%
plazos cortos	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 12

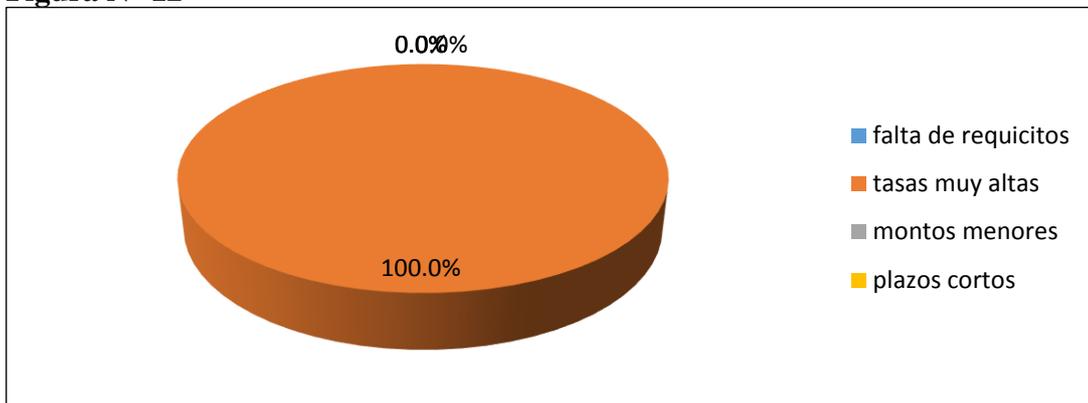


Figura 12: necesidad de financiamiento.

Fuente: elaboración propia tabla 12.

Interpretación: En la tabla y figura 12 se aprecia el 100% de los empresarios indica que el la mayor dificultad que se le ha presentado es las tasas muy altas.

Tabla 13:

Considera que el financiamiento ha cubierto las necesidades.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100.0%
NO	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 13

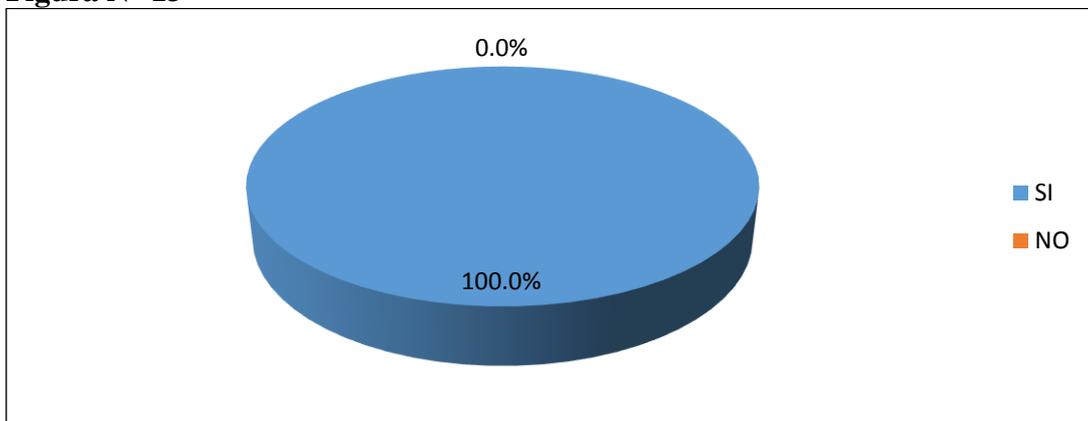


Figura 13: necesidad de inversión.
Fuente: elaboración propia tabla 13

Interpretación: En la tabla y figura 13 se demuestra que el 100% de los encuestados indica que el financiamiento ha cubierto las necesidades de inversión de su empresa.

Tabla 14:

Qué porcentaje es su índice de rentabilidad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10% a 20%	0	0%
30% a 40%	7	100%
50% a 60%	0	0%
más de 60%	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 14

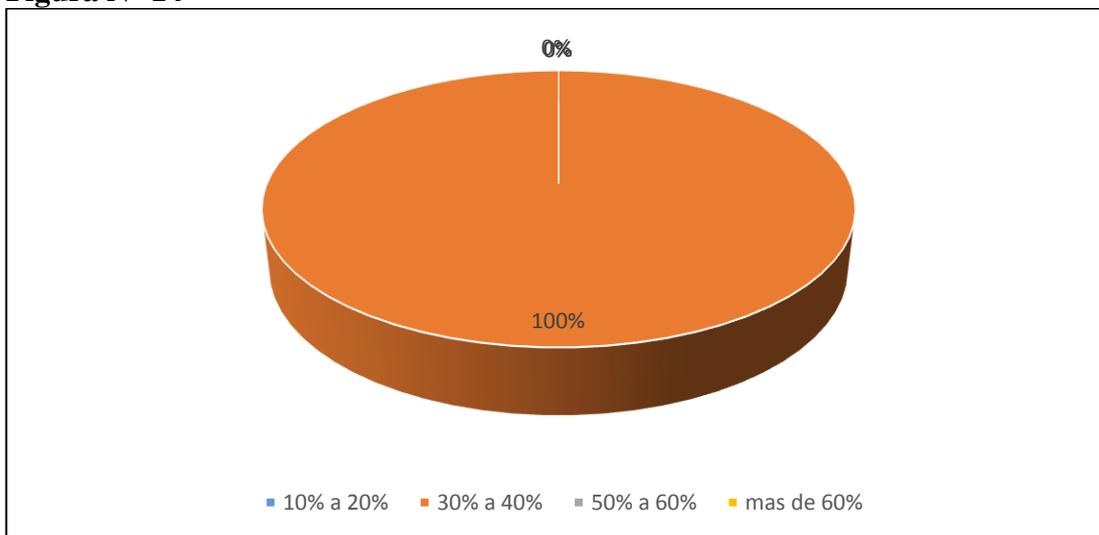


Figura 14: índice de rentabilidad.
Fuente: elaboración propia tabla 14.

Interpretación: En la tabla y figura 14 mediante la aplicación de la encuesta, se aprecia que las MyPes consideran con un 100% está entre 30% a 40% de índice de rentabilidad.

Tabla 15:

Del total de sus ventas ¿Qué porcentaje son los costos totales al mes?

:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10% a 20%	0	0.0%
30% a 40%	5	71.4%
50% a 60%	2	28.6%
más de 60%	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 15

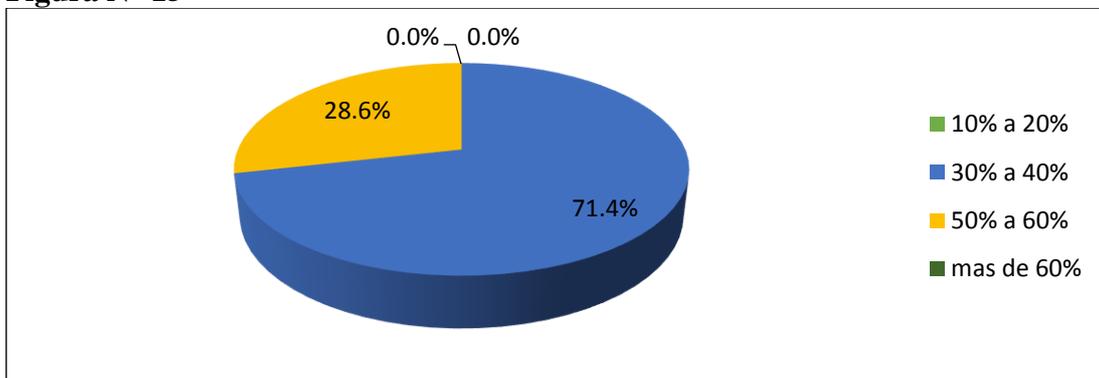


Figura 15: el porcentaje de los costos del mes de su empresa.

Fuente: elaboración propia tabla 15.

Interpretación: En la tabla y figura 15 el 71,5% (5) de los encuestados indica que el porcentaje de costos totales al mes es de 30% a 40%; 28.5% (2) considera el porcentaje de los costos totales al mes es de 50% a 60%.

Tabla 16:

El financiamiento mejoró la rentabilidad de la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100.0%
NO	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 16

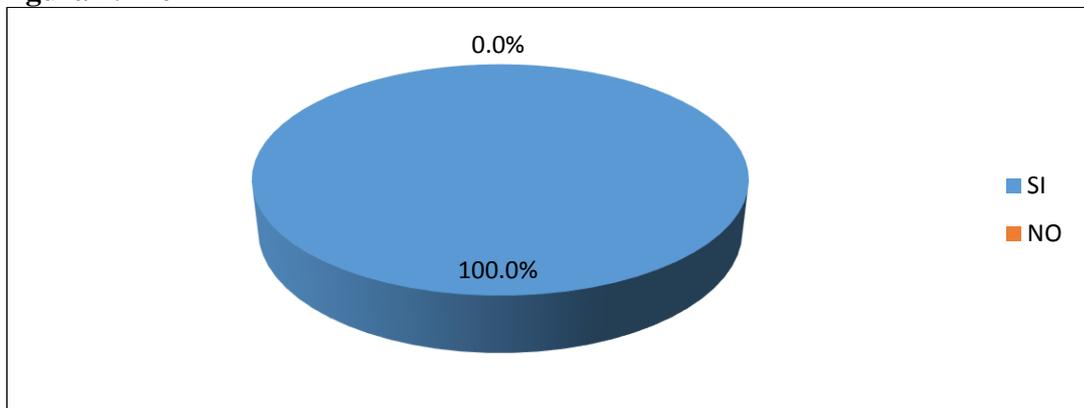


Figura 16: problema para una mejor rentabilidad.

Fuente: elaboración propia tabla 16.

Interpretación: En la tabla y figura 16 observamos que el 100% de los empresarios indica que mejoró la rentabilidad de la empresa.

Tabla 17:

Considera que su rentabilidad durante el ejercicio 2018.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Incremento la rentabilidad	7	100.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 17

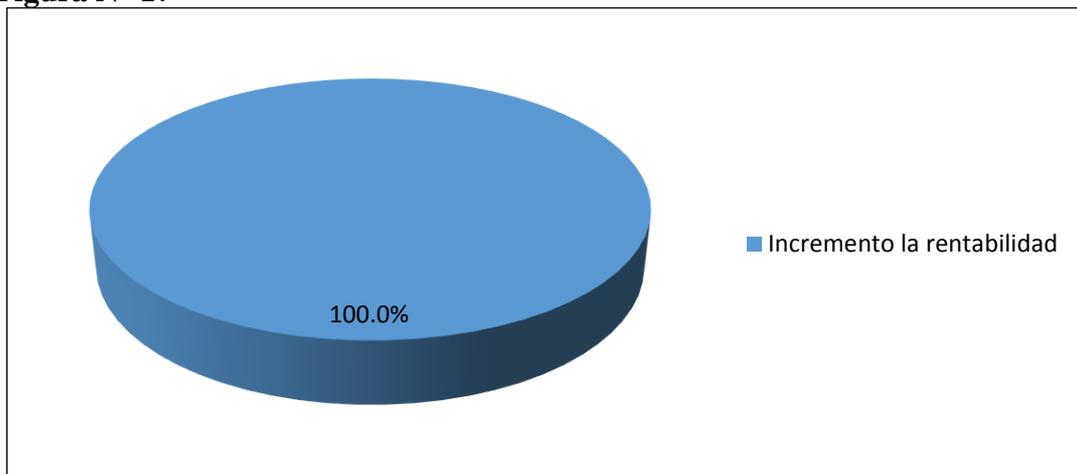


Figura 17: Considera que su rentabilidad durante el ejercicio 2018

Fuente: elaboración propia tabla 17.

Interpretación: En la tabla y figura 17 se aprecia el 100% de los empresarios indica que su rentabilidad durante el ejercicio 2018 se incrementó.

Tabla 18:

El incremento de rentabilidad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
mayor acogida cliente	3	43%
mejor marketing	4	57%
mayor demanda turistas	0	0%
otros	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 18

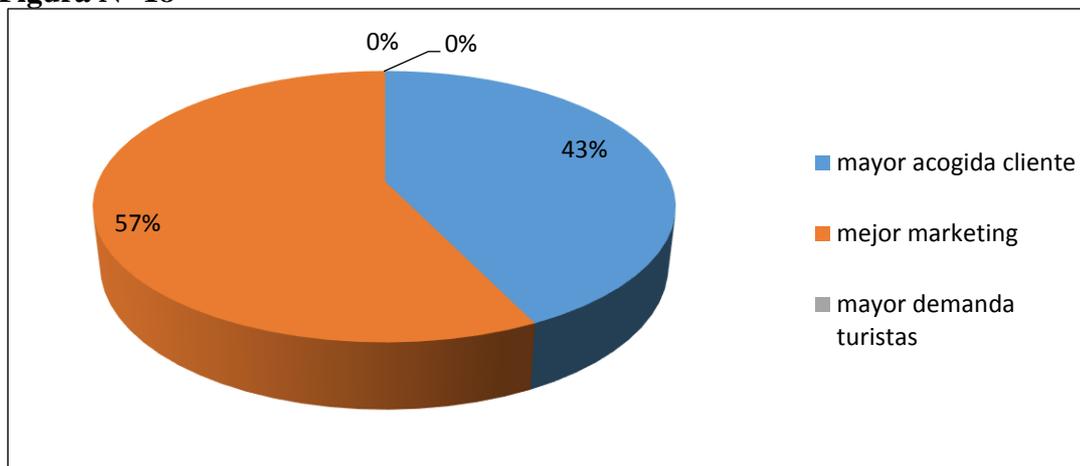


Figura 18: incremento de rentabilidad.

Fuente: elaboración propia tabla 18.

Interpretación: En la tabla y figura 18 se aprecia que el 57% (4) de los empresarios indica que su empresa incrementó su rentabilidad porque mejoró su marketing; el 43% (3) indica que su empresa incrementó su rentabilidad por mayor acogida de clientes.

Tabla 19:

Si ha obtenido rentabilidad durante los últimos años ¿De qué manera lo invirtió en la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Adquisición de activos	5	100%
Capacitación de personal.	0	0%
Compra de suministros	0	0%
menos deudas	2	40%
TOTAL	5	100%

Figura N° 19

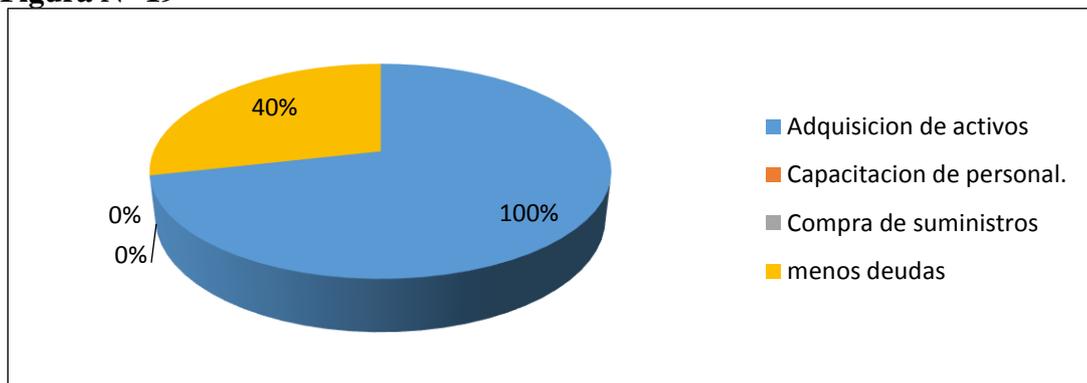


Figura 19: visita de entidades financieras.

Fuente: elaboración propia tabla 19.

Interpretación: En la tabla y figura 20 se aprecia el 71,5% (5) de los encuestados indica que el la rentabilidad obtenida se invirtió en adquisición de activos; 28.5% (2) que la rentabilidad se invirtió en disminuir las deudas.

Tabla 20:

¿Cuáles son los problemas que tiene su empresa para generar una mayor rentabilidad?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
La competencia.	6	86%
Falta de infraestructura	1	14%
La ubicación de la empresa	0	0%
La situación económica	0	0%
TOTAL	7	100%

Figura N° 20

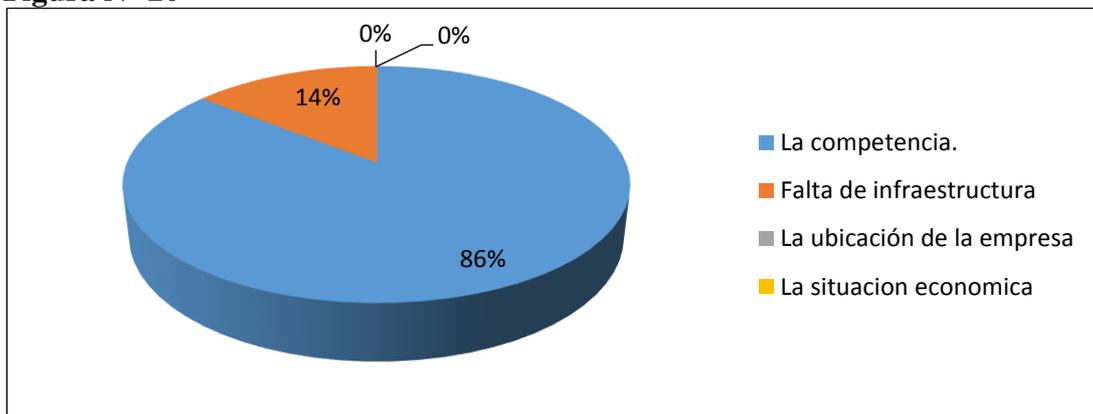


Figura 20: Problemas para generar rentabilidad.

Fuente: elaboración propia tabla 20.

Interpretación: En la tabla y figura 22 se aprecia el 85,5% (6) de los encuestados indica que el principal problema que tiene su empresa para generar mayor rentabilidad es la competencia; 14,5% (1) considera que el problema es la falta de infraestructura.

Tabla 21:

La rentabilidad de la empresa permite una mejor acogida en el mercado.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100.0%
NO	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 21

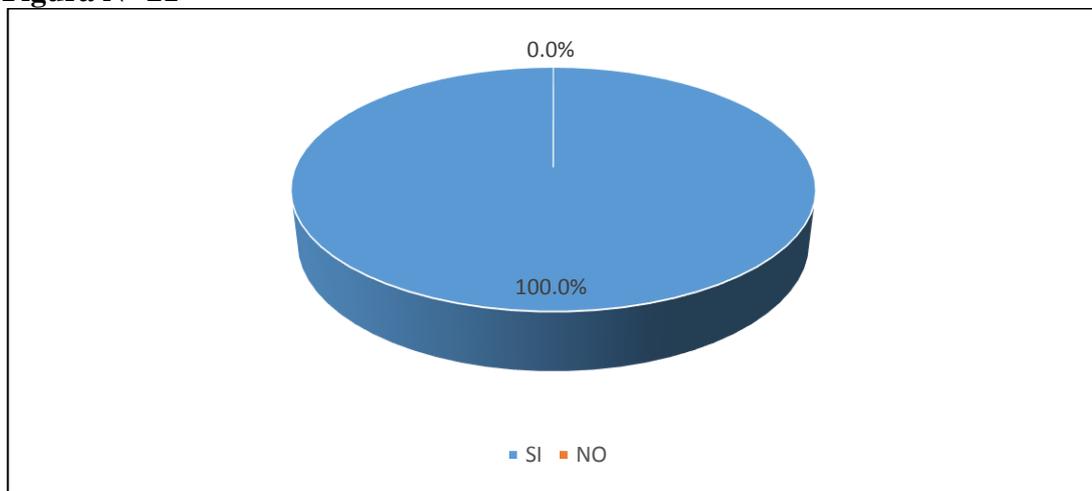


Figura 21: mejor acogida de mercado.

Fuente: elaboración propia tabla 21.

Interpretación: En la tabla y figura 23 se aprecia el 100% de los empresarios indica que la rentabilidad de la empresa sí permite una mayor acogida en el mercado.

Tabla 22:

Considera que su empresa es rentable.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100.0%
NO	0	0.0%
TOTAL	7	100.0%

Figura N° 22

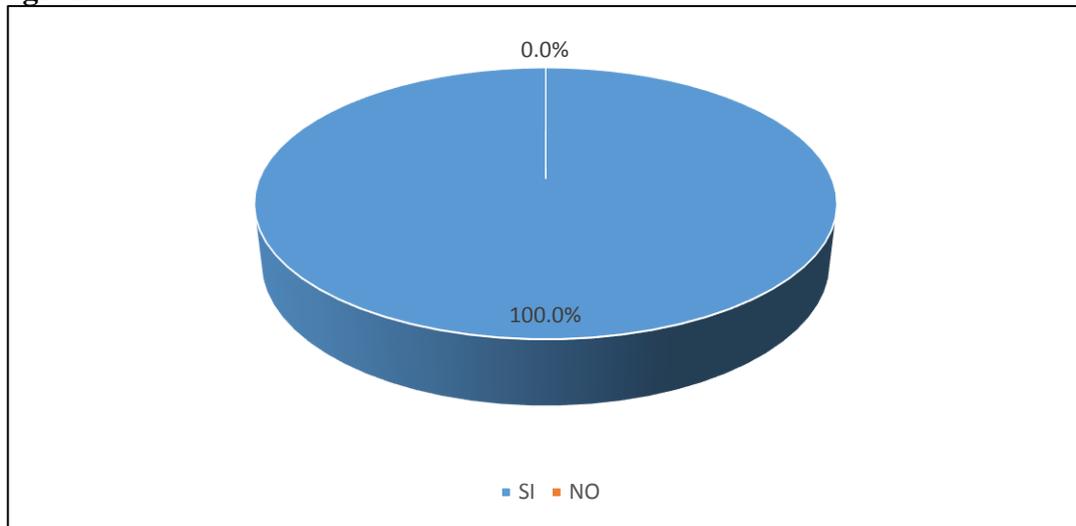


Figura 22: cree que su empresa es rentable.

Fuente: elaboración propia tabla 22.

Interpretación: En la tabla y figura 22 se aprecia que el 100% de los empresarios considera que su empresa es rentable.

ANEXO N° 04: CARTA ENVIADA SUNAT.

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Tumbes, 20 de Agosto del 2018

CARTA N° 001-2018-TUMBES-ULADECH-EWIP

SEÑOR:
SUPERINTENDENCIA SUNAT TUMBES



ASUNTO : Solicito Reporte de MYPES del Sector Servicios Rubro Transporte turístico del distrito de Canoas de Punta Sal, Provincia de Contralmirante Villar, Región Tumbes.

REF. : Curso de Titulación de Carrera de Contabilidad

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo presentarme, Yo Edwin William Inga Pasache, con Domicilio actual Asent. H. El Complejo MZ. 24 lote 06 –Aguas Verdes. Me Presento y expongo ante usted lo siguiente:

Que siendo alumno del Curso de Titulación para Contador Público y Siendo el requisito necesario la sustentación de un trabajo de investigación aplicado y para ello solicito a usted. Ordene a quien corresponda una relación de empresas MYPES, persona natural del régimen Único simplificado Ubicadas en Distrito de Canoas de Punta Sal, Provincia de Contralmirante Villar, Región Tumbes. Dedicadas al rubro Transporte Turístico, a fin de determinar mi muestra en mi informe final de investigación denominado "EL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO TRANSPORTE TURISTICO DEL DISTRITO DE CANOAS DE PUNTA SAL, PROVINCIA DE CONTRALMIRANTE VILLAR, REGION TUMBES-2018"

Con la finalidad de poder desarrollar la presente investigación espero se me facilite dicha información, a mi correo electrónico: william22790@gmail.com celular: 972866816, le agradezco por anticipado expresándole los sentimientos y muestra de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Edwin William Inga Pasache
DNI: 46767024

ANEXO N° 05: CARTA SUNAT.

Señor:

EDWIN WILLIAM INGA PASACHE

RUC: 10467670242

Asentamiento Humano El Complejo Mz. 24 Lt. 6

Tumbes - Zarumilla - Aguas Verdes.

Tengo el agrado de dirigirme a usted en atención al documento del asunto, a través del cual solicita relación de las MYPES, dedicadas al rubro Transporte Turístico que se encuentren inscritas en el Régimen Único Simplificado ubicadas en el distrito Canoas de Punta Sal, con la finalidad de elaborar un trabajo de investigación relacionado con el financiamiento y rentabilidad de las mismas.

Sobre el particular, es preciso señalar que, de acuerdo con el Artículo 13 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, las solicitudes de información no implican la obligación de las entidades de crear o producir información con la que no cuente al momento de efectuarse los pedidos; así, las solicitudes de información deben estar referidas a obligaciones de dar y no de hacer, consecuentemente se podrá proporcionar únicamente información y/o documentación existente en la Administración. **La citada ley tampoco permite que los solicitantes exijan a las entidades que efectúen evaluaciones o análisis de la información que posean.**

En tal sentido, en cumplimiento a lo dispuesto por la citada Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública - Ley N° 27806, remito en archivo adjunto la información relativa al N° de RUC, la razón social, el estado, la condición y la dirección del domicilio fiscal de los contribuyentes pertenecientes a esta Dependencia, donde usted podrá filtrar la información que sea de su interés.

Atentamente,

Julio César Ladines León

Jefe Zonal de la Oficina Zonal Tumbes (e)

Jirón Bolívar N° 226 - Paseo Los Libertadores

Tlf. 072-597900 anexo 40037

www.sunat.gob.pe



ANEXO N° 06: Propuesta de solución.

1. Título.

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA SEGMENTACIÓN DE MERCADO UTILIZANDO METODOLOGIA “CENTRO DE ACCIÓN Y ESTRATEGIAS NO VIOLENTAS APLICADAS – CANVAS” EN MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO TRANSPORTE TURISTICO EN EL DISTRITO CANOAS DE PUNTA SAL, PROVINCIA CONTRALMIRANTE VILLAR, REGIÓN TUMBES – 2018.

1.1 Línea de Investigación.

Proyección Social.

1.2 Sub línea de Investigación.

Desarrollo Empresarial.

2. Delimitación del problema.

El objetivo principal es elaborar una propuesta de mejora elaboración de la propuesta de mejora segmentación de mercado utilizando metodología “centro de acción y estrategias no violentas aplicadas – CANVAS” en mypes del sector servicio rubro transporte turístico en el distrito canoas de punta sal, provincia contralmirante villar, región Tumbes – 2018.

Para lo cual las Mypes del sector servicio rubro de transporte turístico distrito canoas de Punta Sal, logren comprender lo importante que es la segmentación de mercado, dentro de su estructura fundamental, con la finalidad de mejorar su competitividad y desempeño en el mercado.

Actualmente las Mypes cuentan con un promedio de 5 – 8 años ofreciendo sus servicios de transporte turístico en el mercado, en ese tiempo se han logrado identificar que la problemática que impide generar mayor rentabilidad es la competencia.

Ante esta situación es importante encontrar la manera de lograr que las Mypes, puedan comprender la importancia de lo que es la segmentación de mercado. Como parte de su estrategia principal.

Es así que se busca elaborar una segmentación de mercado en la Mypes, sector servicio rubro transporte turístico en el distrito Canoas de punta sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes.

Finalmente el objetivo principal, permitirá hacer mayor frente a la competencia de las Mypes, por medio de la estrategia segmentación de mercado, aplicada a las Mypes.

Se ha desarrollado siguiendo las pautas de la investigación y en base a la experiencia empresarial. Después de haber aplicado la encuesta en muestra tesis:

“El financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro de transporte turísticos, en el distrito de Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región tumbes – 2018”

2.1 Planteamiento del problema.

El crecimiento de los emprendimientos turísticos actualmente ha generado diferencias abismales entre las empresas, por la competencia.

Si bien es cierto parte de esta causa es la industrialización de procesos y la sistematización, más aun valioso es conocer a los clientes y satisfacer sus necesidades, solo de esta manera se fideliza al cliente.

Por lo tanto las empresas se han visto de elaborar estrategias de mercado y modelos de negocio.

Por lo cual aplicaremos estrategias de segmentación de mercado a las diferentes Mypes del distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes.

2.2 Formulación del problema.

Elaboración de la propuesta de mejora segmentación de mercado utilizando metodología “centro de acción y estrategias no violentas aplicadas – CANVAS”

3. Objetivo General.

El presente estudio de mercado, tiene como finalidad determinar los lineamientos bajos los cuales deben operar las empresas de Servicio de Transporte turísticos del distrito Canoas de Punta Sal, provincia de contralmirante Villar, región Tumbes. Para satisfacer las exigencias y demanda de su clientes.

3.1 Objetivos específicos.

Elaborar un estudio de mercado para determinar la situación de las Mypes del rubro servicio de transporte turístico en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes.

4. Justificación.

Debido al cambio constante de la necesidad de los clientes, las empresas viven en un continuo mejoramiento tanto de sus productos y servicios así como también de sus estrategias de mercado y modelos de negocio lo cual ha generado que su búsqueda de innovación sea una problemática actual.

Por esa razón el desarrollo de la presente investigación aportara para que las Mypes del rubro servicio transporte turístico en el distrito Canoas de Punta Sal, provincia Contralmirante Villar, región Tumbes.

Puedan tener un direccionamiento por medio de un análisis exhaustivo sobre el modelo de negocio CANVAS. Para mejorar la rentabilidad en las Mypes.

Se pretende brindar una herramienta que genere valor tanto para los clientes, empresa y sociedad.

5. MARCO TEORICO.

5.1 Modelo de Negocios de CANVAS

Este modelo parte de nueve bloques básicos relacionados entre sí, que describen diferentes aspectos de la idea de negocio necesario para que una empresa pueda aspirar a ganar dinero, estos nueve bloques cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y financiera conformando el plano general de la estrategia a implementar a través de las capacidades y estructuras de la organización. Los nueve bloques sobre los que se basa este modelo son: segmentos de clientes, corrientes de ingreso, recursos claves, actividades clave, partners clave y estructura de costos. El uso de esta herramienta es más que recomendable para la generación de modelos de negocios. (Pais, 2013, pág. 127)

El “Canvas” es un modelo de negocio creado por Alexander Osterwalder, el cual describe de manera lógica, la manera en que las empresas emprendan, entregan y capturan valor. El proceso de diseño del modelo de negocios es parte de la estrategia de negocios, por lo que es de gran importancia organizar este tipo de recursos para saber en profundidad cómo manobra una empresa y saber los puntos fuertes y debilidades de la misma. El Modelo de Canvas está dividido en 4 áreas y nueve bloques, las cuatro áreas que resumen el modelo de negocio se describen a continuación:

Quién: en la parte derecha de nuestro Canvas Model está todo lo relacionado con el cliente. Con mi segmento de mercado, ¿A quién me dirijo? ¿Quién es mi cliente? Debo indicar a mi target, objetivo.

Qué: la parte central es la propuesta de valor. ¿Qué es lo que vamos a ofrecer a nuestros clientes? ¿Por qué me van a elegir a mí? Se debe ofrecer una propuesta única y diferente a la de tu competencia.

Cómo: en la parte izquierda se refleja las competencias y las capacidades con las que contamos para entregar la propuesta de valor a nuestro cliente.

Cuánto: en la parte inferior se encuentran los flujos económicos, los gastos e ingresos. (Ortega Serrano, 2015, pág. 98)



Figura 4 Modelo de Negocio Canvas
Fuente: (Ortega Serrano - 2015).

Por tratarse de organizaciones que ya tienen definida su actividad comercial (negocio) pero de forma empírica, sin basarse en ningún modelo de gestión y/o negocios y sin miras al desarrollo empresarial, se ve en la necesidad de implementar el presente modelo de Canvas, que se acoplar a la propuesta esperanzados en el éxito. De su implementación. Ya que el uso de este modelo ha dado resultados positivos en un gran número de organizaciones que lo han empleado.

6. METODOLOGIA.

El método de investigación permitirá familiarizarse con el objeto del trabajo, y de esta manera poder plantear cómo se va a proceder para realizar la investigación.

Por ello, el método a aplicar será de **Investigación Acción Participativa –IAP–** definida como “una metodología que apunta a la producción de un conocimiento propositivo y transformador, mediante un proceso de debate, reflexión y construcción colectiva de saberes entre los diferentes actores de un territorio con el fin de lograr la transformación social”.

6.1 Definición

El estudio de mercado se lo determina con la finalidad de realizar la descripción de algo, generalmente en términos de características, el comportamiento del mercado, los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen entre otros.

6.2 Segmentación de Mercado

Dentro de esta variable se pretende ampliar y profundizar el comportamiento de los mercados y su relación con la finalidad de adaptar el servicio que se está tratando para proponer la oferta del servicio por las organizaciones en estudio y su propuesta estratégica a las necesidades y preferencias de cada uno de los posibles consumidores para satisfacer de mejor forma sus necesidades.

7. Elaboración de la propuesta de mejora segmentación de mercado utilizando metodología “centro de acción y estrategias no violentas aplicadas – CANVAS” en mypes del sector servicio rubro transporte turístico en el distrito canoas de punta sal, provincia contralmirante villar, región tumbes – 2018.

Como es bien sabido la universidad según su Proyecto Educativo para formar tiene como misión “La educación integral y la generación de conocimiento que aporte a la transformación social y productiva del país”. De ahí, la formación integral de sus estudiantes en las dimensiones espiritual, cognitiva, socio-afectiva y comunicativa, en la oportunidad de poner en práctica lo aprendido a través del desarrollo de programas académicos con proyección social, en aras de promover la dignidad y el desarrollo de las personas, la transformación de la sociedad. “Este Proyecto Educativo Universitario Las alista marca los derroteros y nos inspira el compromiso de educar para Pensar, Decidir y Servir”.

Así que, el aporte de la universidad a la transformación social y productiva del país es mediante la formación de profesionales que por su conocimiento, sus valores, su capacidad de trabajo, su sensibilidad social y su sentido de pertenencia, contribuyan a la búsqueda de la equidad, la defensa de la vida, la construcción de la nacionalidad y el compromiso con el desarrollo humano integral y sustentable. Y que mejor dejar plasmado lo anterior en un plan de capacitación.

Por ello, dicho plan de capacitación se llevó a cabo luego de una preparación de una charla de capacitación a 7 empresarios de las empresas servicio transporte turístico en el distrito canoas de Punta Sal, provincia de Contralmirante Villar, región Tumbes. Donde se implementara la estrategia segmentación de mercado. Según el análisis de la perspectiva de la competencia, las empresas se puedan formalizar mediante las clases que se les brindara a los participantes para obtener una enseñanza guiada.

Contenido Temático	Semana	Estrategias pedagógicas para el trabajo de aula
1. ESTUDIO DE MERCADO		
La demanda de un producto La oferta Análisis de precios Procesos de Producción	20 de Marzo	Exposición - video
Herramientas de investigación Análisis de comercialización Conclusiones del análisis del mercado	28 de Marzo	Exposición - video
2. PROYECTOS		
Planes de desarrollo, programas y proyectos	06 de Abril	Exposición.
Tipología de proyecto Identificación de proyectos	20 de Abril	Exposición - video
Visita empresas	27 de Abril	Visitas
3. TRABAJO PROYECTO EMPRESARIAL		
Exposición	11 de Mayo	

RECURSOS:
Aula
Pizarra.
Paleógrafos.
Plumones.
Expositor.
Videos.
Data.
USB.

ANEXO N° 06: Cronograma de Gantt:

ACTIVIDADES	Meses / 2018			
	AGO	SET	OCT	NOV
Elaboración del Informe				
Recolección de información				
Finalización del Informe				
Presentación del Informe				
Sustentación del Informe				

Presupuesto.

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Precio S/
Dispositivo USB 8 GB.	1	Unidad	30
Laptop - DELL.	1	Unidad	1900
TOTAL S/			1930