



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO
RUBRO RESTAURANTES DE VENTA DE MENÚ, DE LA
AV. FERNANDO BELAUNDE TERRY, DEL CENTRO
POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN, TUMBES, 2018.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO.

AUTORA:

AURORA MAGALI VICENTE ACHA

ASESOR:

Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRIGUEZ

TUMBES – PERU

2018

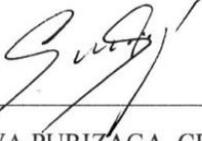
Titulo

“CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES DE VENTA DE MENÚ, DE LA AV. FERNANDO BELAUNDE TERRY, DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN, TUMBES, 2018”.

Jurado Evaluador

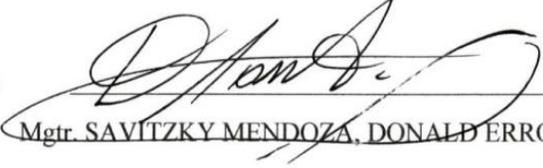
PRESIDENTE

:


Mgtr. CORDOVA PURIZAGA, CHRISTIAN IVAN

INTEGRANTE

:


Mgtr. SAVITZKY MENDOZA, DONALD ERROL

INTEGRANTE

:


Mgtr. RETO GOMEZ, JANNYNA

ASESOR

:


Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRÍGUEZ

Agradecimiento

Doy gracias a dios y a la virgen, por haberme guiado por el camino correcto y por haberme dado las fuerzas suficientes para salir adelante ante cualquier obstáculo. Porque sin él las cosas buenas no son posibles.

A mis Padres:

Andrea y Alfonso por haberme dado la vida y por haberme brindado su amor y apoyo incondicional, a mi amado esposo Luis y a mi querida hermana por todo el cariño y apoyo que me han brindado a mis amigos y profesores que me han ayudado en el transcurrir de mi carrera.

Dedicatoria

Con mucho cariño a mi esposo Luis, por todo el amor y apoyo incondicional que siempre está dispuesto a brindarme a mi hijito Marcelo por ser mi motor que día a día me impulsa a ser mejor, a mi madre Andrea, por su amor y esfuerzo que a pesar de la distancia siempre está apoyándome, a mi padre Alfonso por haberme dado una correcta educación y gracias a eso soy una persona de bien, a mi hermana María, porque sin su apoyo esto no fuera posible, a mis amigos y profesores.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018. El nivel de investigación es descriptiva- aplicada de tipo Cualitativa, el diseño que se realizó es no experimental, la población y la muestra fue de 25 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: **De las características de las MYPES**, El 80% de los restaurantes tienen RUC y el 40% tienen de 01 a 03 años de funcionamiento. También se determinó que, el 56% de los negocios tienen laborando de 01 a 03 trabajadores. **Respecto al financiamiento de las MYPES**; El 72% de las MYPES utilizan recursos de terceros para financiarse, de los cuales el 78% solicitó préstamos a las entidades bancarias porque les brindan mayores facilidades. Así mismo el 44% pagó una tasa de interés anual del 21% - 30%. También se determinó que el 83% de los empresarios les otorgaron el préstamo a corto plazo. En donde el 78% invirtió el crédito en mejoramiento y ampliación del negocio. **Respecto a la rentabilidad de las MYPES**; El 64% de los propietarios indicó que sus ventas mensuales son de S/ 1,000 - S/. 2,000. Así mismo el 44% señalaron que tienen dificultades con respecto a la rentabilidad debido a los costos elevados. También se determinó que, el 36% de los empresarios según la percepción de la rentabilidad es de 11% - 20%.

Palabras claves: Financiamiento, Rentabilidad, MYPES.

ABSTRACT

The present research work, had as general objective, to describe the main characteristics of the financing and the profitability of the MYPES of the Sector services category Restaurants of sale of menu, of the AV. Fernando Belaunde Terry of the populated center Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018. The level of research is descriptive-applied qualitative type, the design that was conducted is non-experimental, the population and the sample was 25 MYPES, who were applying a questionnaire of 21 questions, obtaining the following results: Of the characteristics of the MYPES, 80% of the restaurants have RUC and 40% have from 01 to 03 years of operation. It was also determined that 56% of businesses have labored from 01 to 03 workers. On the financing of MYPES; 72% of MYPES use third-party resources to be financed, of which 78% request loans from banks because they provide greater facilities. Likewise, 44% paid an annual interest rate of 21%-30%. It was also determined that 83% of entrepreneurs gave them the short-term loan. Where 78% invested credit in business improvement and expansion. On the profitability of the MYPES; 64% of the owners indicated that their monthly sales are S/1.000-S/. 2.000. Likewise, 44% noted that they have difficulties with respect to profitability due to high costs. It was also determined that, 36% of entrepreneurs according to the perception of profitability is 11%-20%.

Keywords: Financing, profitability, MYPES.

CONTENIDO

Titulo.....	II
Jurado Evaluador	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes.....	5
a) Nivel internacional	5
b) Nivel Nacional.....	10
c) Nivel Local	15
2.2 Bases Teóricas	19
2.2.1 Teoría del Financiamiento.....	19
2.2.2 Definición del Financiamiento.....	23
2.2.3 Teoría de la Rentabilidad	27
2.2.4 Definición de la Rentabilidad.....	28
2.2.5 Definición de Las MyPes	31

2.2.6	Los Restaurantes	32
III.	HIPÓTESIS	36
IV.	METODOLOGÍA.....	37
4.1	Diseño de la investigación	37
4.1.1	Tipo de investigación	37
4.1.2	Nivel de Investigación.....	37
4.2	Población Y Muestra	37
4.2.1	Población	37
4.2.2	Muestra	37
4.3	Definición y Operacionalizacion de Variables e Indicadores.....	38
4.4	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	41
4.4.1	Técnica	41
4.4.2	Instrumentos	41
4.4.3	Procedimiento de Recolección de Datos	41
4.5	Plan de Análisis	42
4.5.1	Interpretación de Resultado.....	42
4.6	Matriz de Consistencia.....	43
4.7	Principios Éticos	46
V.	RESULTADOS	47

5.1	Resultados.....	47
5.1.1	De los Propietarios de las Mypes	47
5.1.2	Respecto a las características de las MYPES (Objetivo 01).....	48
5.1.3	Respecto al Financiamiento de las MYPES (objetivo 02).....	49
5.1.4	Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (objetivo 03).....	52
5.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	53
5.2.1	De los Propietarios de las MYPES.....	53
5.2.2	Respecto a las Características de las MYPES (Objetivo 01).....	54
5.2.3	Respecto al Financiamiento de las MYPES (Objetivo Especifico 2).....	55
5.2.4	Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (Objetivo Especifico 3).....	57
VI.	CONCLUSIONES	59
6.1.1	Respecto a las Características de las MYPES (Objetivo Especifico 1).....	59
6.1.2	Respecto al Financiamiento de las MYPES (Objetivo Especifico 2).....	59
6.1.3	Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (Objetivo Especifico 3).....	61
6.1.4.	Respecto a la Propuesta de Mejora (Objetivo Especifico 4).....	62
	Referencias Bibliográficas.....	64
	ANEXO 01: Propuesta de mejora para solución al problema	70
I.	INTRODUCCIÓN.....	71
II.	DESCRIPCIÓN DE LAS MYPES	72

III. OBJETIVOS.....	72
IV. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA ACTUAL	73
V. ANTECEDENTES	75
VI. MARCO TEÓRICO	76
VII. PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA.....	81
VIII. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	84
IX. SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN	84
Ejemplo 01	85
Ejemplo 02.....	87
ANEXO 02: Caso práctico de rentabilidad.....	90
ANEXO 03: Evidencia de envío de Carta a Sunat solicitando base de datos Mypes.....	93
ANEXO 04: Respuesta de SUNAT, sobre Solicitud de base Datos de Mypes.	94
ANEXO 05: Cuestionario, Aplicado a las MYPES del rubro restaurantes	95
ANEXO 06: Tabulación de resultados	100
ANEXO 07: Fotos de la aplicación de la encuesta en las Mypes.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sexo del Representante.....	100
Tabla 2: Grado de Instrucción	101
Tabla 3: Tiene RUC.....	102
Tabla 4: Cuantos años tiene su empresa	103
Tabla 5: la demanda de los servicios de restaurante se debe a:	104
Tabla 6: servicios de Delivery	105
Tabla 7: Trabajadores que laboran en la empresa.....	106
Tabla 8: Recursos que se utilizan para financiar las actividades de la empresa.	107
Tabla 9: Entidades de Financiamiento.....	108
Tabla 10: Dificultades al solicitar el Crédito	109
Tabla 11: El crédito que obtuvo.....	110
Tabla 12: Tasa anual de interés.....	111
Tabla 13: Plazos de crédito.....	112
Tabla 14: Inversión del Crédito obtenido	113
Tabla 15: Créditos por parte de los proveedores en la compra de insumos.....	114
Tabla 16: Monto de las ventas mensuales.	115
Tabla 17: % de Ventas mensuales que representa el costo total.....	116
Tabla 18: Valor de los activos fijos.	117
Tabla 19: Dificultades o problemas del negocio respecto a su rentabilidad.....	118
Tabla 20: Percepción de rentabilidad del negocio.	119
Tabla 21: Método utilizado para medir la rentabilidad del negocio.	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Grafico 1: Sexo Representante	100
Grafico 2: Grado de Instrucción	101
Grafico 3: Tiene RUC.....	102
Grafico 4: Cuantos años tiene su empresa.....	103
Grafico 5: Demanda de los servicios.....	104
Grafico 6: Servicios de Delivery	105
Grafico 7: Trabajadores que laboran en la empresa.....	106
Grafico 8: Recursos que se utilizan para financiar las actividades de la empresa.....	107
Grafico 9: Entidades de Financiamiento.....	108
Grafico 10: Dificultades al solicitar el crédito.....	109
Grafico 11: El crédito que obtuvo.....	110
Grafico 12: Tasa anual de interés.....	111
Grafico 13: Plazos del crédito.....	112
Grafico 14: Inversión del Crédito obtenido	113
Grafico 15: Créditos por parte de los proveedores en la compra de insumos	114
Grafico 16: Monto de las ventas mensuales	115
Grafico 17: % de ventas mensuales que representa el costo total	116
Grafico 18: Valor de los activos fijos	117
Grafico 19: Dificultades o problemas del negocio respecto a su rentabilidad.....	118
Grafico 20: Percepción de rentabilidad del negocio	119
Grafico 21: Método utilizado para medir la rentabilidad del negocio	120

I. INTRODUCCION

En el Perú y en nuestro departamento de Tumbes, los micros y pequeñas empresas son los motores del crecimiento económico, es por ello la preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil generar los instrumentos adecuados para apoyarlas. Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento y la rentabilidad. Sin embargo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia los micros y pequeñas empresas, debido a que muchas veces la tasa de interés es muy elevada de los préstamos solicitados.

En la actualidad las Micro y Pequeñas Empresas, sufren serias dificultades para lograr financiarse, por lo que se le hace difícil crecer ya que las entidades financieras no les otorgan los financiamientos, adecuados con las tasas de interés que se acoplen a sus necesidades. Así mismo muchas veces los financiamientos son a corto plazo una tasa de interés muy elevada la cual no les permite crecer.

A este respecto, León de Cermeño y Schereiner establecen que, las entidades financieras de los países latinoamericanos tienen que implementar algunos mecanismos financieros favorables para satisfacer las necesidades financieras crecientes de las micro y pequeñas empresas.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta**

de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:
Describir las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.

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

1. Describir la principales Características de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.
2. Describir y analizar las Características del Financiamiento de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.
3. Describir y analizar las Características de la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.

4. Elaborar una Propuesta de Mejora relacionada a la variable de Rentabilidad en los Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.

La investigación se justifica, porque constituye una herramienta que nos permitirá conocer y determinar cuál son las características del Financiamiento en la Rentabilidad las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.

Además se justifica porque servirá como fuente de información para: Los empresarios, los cuales van a conocer y tener un mejor poder de decisión ya sea para invertir en su negocio o solicitar un financiamiento a cualquier entidad financiera o no bancaria. Así mismo también se justifica por el diseño e implementación de una solución a los problemas de las Mypes estudiadas.

Finalmente, la investigación se justifica porque servirá como antecedente para realizar otros trabajos en otros contextos y ámbitos geográficos del país y del mundo y nos permitirá tener ideas mucho más acabadas de cómo opera el financiamiento y la rentabilidad en el accionar de las micro y pequeñas empresas del sector servicios estudiada.

El presente informe consta de seis Apartados:

En el Primer Capítulo I; conformado por la introducción que describe el planteamiento del problema, que comprendió la descripción de la realidad

problemática, enunciado del problema, objetivos, justificación. El Segundo Capítulo II; se desarrolla la revisión literaria, conformado por los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales. El Tercer Capítulo III; contiene la hipótesis. El Cuarto Capítulo IV; contiene la metodología de investigación, que comprende el tipo de investigación, población y muestra, definición y Operacionalización de Variables, técnicas de instrumentos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos. El Quinto Capítulo V; consta de los resultados del cuestionario aplicado y el análisis de resultados. El Sexto Capítulo VI; está conformado por las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos que contienen la tabulación con su interpretación y el instrumento debidamente estructurado.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

a) Nivel internacional

Según, **López, C. (2018)**, en su Trabajo de Grado presentado Para optar al título de Ingeniero Industrial “*Diseño de un Plan de Negocio para la Creación de un Restaurante de Comida Rápida Saludable Ubicado en la Ciudad de Santiago De Cali*”, La idea del negocio de un restaurante de Comida Rápida Saludable “Food Health Fast” cuyo nombre se ha determinado como Vittoria Green Life, el cual nace como una oportunidad de ofrecer una alternativa saludable para aquellas personas que almuerzan fuera de sus oficinas o piden domicilio, que se encuentren ubicadas en la comuna 2, comuna que está compuesta por oficinas, entidades bancarias y clínicas; zona en la cual solo el 3% de los restaurante de la zona ofrecen comidas saludables o integrales. La propuesta del restaurante tiene como objetivo, posterior al análisis de las preferencias del mercado objetivo, en ofrecer un menú en el cual los visitantes del restaurante puedan realizar combinaciones de verduras, proteínas, aderezos, toppings y bebidas saludables; permitiendo disfrutar de una comida deliciosa preparada en poco tiempo para que puedas compartir más tiempo con tus amigos sin que se nos convierta en un pecado ni un perjuicio para la salud, sino en un gusto para los sentidos. Mediante el estudio de mercado se determina que el mercado objetivo está conformado por empleados (hombres y mujeres) de oficinas, clínicas, bancos ubicados en los barrios de Santa Mónica, San Vicente, Versalles.

Con un poder adquisitivo medio-alto; cuyo rango de edad que se será entre 22 y 50 años de edad. Finalmente, después que se analizó el proyecto se concluye que la zona de influencia definida presenta un mercado potencial que se ajusta al perfil de cliente objetivo del negocio. Financieramente el plan de negocios es económicamente viable ya que ofrece una tasa de retorno del 27% con una inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto de \$69.964.759 millones de pesos. Los márgenes de beneficio se muestran efectivos. Con toda la información recabada en el análisis comparativo de los datos de los 10 años en los que se proyecta el negocio.

Concluye, **Meneses, A. (2017)**, en su tesis previa a la obtención del título de ingeniera en finanzas y auditoría CPA “*Alternativas de Financiamiento para Pymes en Ecuador*”, la mayor parte de la industria, el comercio y los servicios en Ecuador pertenecen a la clasificación de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas), las mismas que son la principal fuente de empleo e impulso financiero para la economía del país. Uno de los principales conflictos a los que se enfrentan las PYMES a diario son las de conseguir financiamiento, lo que se torna en un gran reto sobre todo en Latinoamérica. Seleccionar la mejor alternativa de crédito representa uno de los factores críticos en el éxito de las PYMES de acuerdo al escenario competitivo que tenga, es decir, no es solo obtener un financiamiento, sino es encontrar la mejor opción de acuerdo al escenario propio de cada empresa. Este estudio se hará en base a las opciones de financiamiento de las PYMES Ecuatorianas; el mismo será elaborado con el propósito de analizar y determinar las alternativas de financiamiento, realizando un estudio de cada uno y así concluir con las opciones

más factibles y determinar cuáles nos brindaran el impulso para cumplir los objetivos fijados para el crecimiento de estas empresas.

Por otro lado, **Tinoco, A. (2015)**, en su trabajo para optar el título de ingeniero en contabilidad y auditor, “*Estructura de capital de las pymes ecuatorianas: Variación de la rentabilidad en función de las fuentes de financiamiento, caso de las Medianas Empresas Societarias de Ecuador (MESE), CIHU A0119.03 cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos, periodo 2000 a 2012*”, en el desarrollo de este trabajo se enfoca en las Medianas Empresas Societarias del Ecuador, que de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas pertenecen al cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos. Con este trabajo se ha corroborado que las fuentes de financiamiento externo inciden en la rentabilidad de las medianas empresas en general. Desde la perspectiva de las medianas empresas las fuentes de financiamiento externas mejoran la rentabilidad, sin embargo se evidencia que las instituciones del sistema financiero están estructuradas para ofrecer créditos con ciertas condiciones y requisitos que dificultan el acceso de las mismas. Las MESE consideran el uso de las herramientas financieras, principalmente, balances, proforma y el flujo de caja para la gestión y toma de decisiones que generan competitividad.

Además, **Cornejo, J. (2015)** en su tesis para la obtención del título de ingeniería en gestión hotelera “*Análisis de Viabilidad de un Restaurante de Segunda Categoría de Comida Tradicional Amazónica del Ecuador en San Antonio de Pichincha para el Año 2015*”, Considerando que el sector de alimentos y bebidas ha tenido un gran

incremento en los últimos años, se realizó un estudio de viabilidad para la creación de un restaurante de comida amazónica en San Antonio de Pichincha, a través de este, se busca brindar al cliente potencial un tipo de comida tradicional diferente, utilizando una serie de productos propios de la zona amazónica y que por ende la mayoría son muy poco conocidos en Quito. Después de realizar una investigación bibliográfica, analizar el lugar donde se pretende emprender el proyecto, estudiar la competencia, identificar el segmento al cual va dirigido el proyecto, ejecutar un estudio administrativo y técnico, para finalmente determinar la prefactibilidad del emprendimiento. Como resultado del estudio de mercado se obtuvo el segmento al cual va dirigido el establecimiento, que en este caso son extranjeros y familias de nacionalidad ecuatoriana que visitan los fines de semana San Antonio de Pichincha y como actividad principal acuden al Monumento de la Mitad del Mundo y están interesados en probar la comida amazónica; en base a estos datos se realizó un estudio financiero donde se determinó una inversión de \$ 115.348,34 y a su vez se realizó una proyección de ventas que en un principio es pesimista con una rotación de 0,2 por las características del negocio, sin embargo a pesar de esto hay una tasa interna de retorno de 21,43% y un valor actual neto de \$ 45.779, lo que indican que este negocio es rentable y que su inversión será recuperada en 3 años y 9 meses.

También, **Gonzales, S. (2014)** en su tesis presentada como requisito parcial para optar al título de: Magíster en Contabilidad y Finanzas “*La Gestión Financiera y el Acceso a Financiamiento de las Pymes del Sector Comercio en la Ciudad de Bogotá*”, en su Esta investigación busca identificar y caracterizar aquellas variables

de la gestión financiera y su asociación con el acceso a financiamiento en las pequeñas y medianas Empresas (Pymes) del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Se busca indagar en algunas organizaciones como está estructurada la gestión financiera con el propósito de establecer una posible correlación con el acceso a financiamiento considerando esta como una de las variables que contribuye en la generación de mejores oportunidades de crecimiento y distribución del ingreso en la sociedad. (Sánchez et al, 2003; OCDE, 2013; Meléndez, 2011). De igual forma se busca caracterizar algunas variables clave dentro de la gestión financiera que podrían constituirse como marco de referencia para ser utilizadas por las Pymes de manera que contribuya a una mejor gestión de sus recursos financieros y sus oportunidades de crecimiento. Para desarrollar los propósitos de esta investigación se ha seleccionado una población de 1465 Pymes que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013; el tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacional. La investigación parte en primer lugar de una revisión el estado del arte sobre las variables de estudio: gestión financiera y el financiamiento, en segundo lugar se realiza una exploración de la gestión financiera dentro de las organizaciones y finalmente se analiza la evidencia recolectada para determinar una relación entre la gestión financiera y el acceso al financiamiento con el propósito de proponer a las Pymes lineamientos de mejora en los procesos de gestión financiera.

b) Nivel Nacional

Ahora veamos que **Salas. C, (2018)**, en su tesis para optar el título de contador público, “*Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Callería, 2018*”, La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Callería, 2018. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 20 microempresarios, cuyos resultados fueron: El 75% tienen de 30 a más de 49 años de edad, el 60% son del sexo masculino, el 65% tienen secundaria completa, el 50% son casados, el 55% no tienen profesión, ni ocupación. El 80% tienen entre 1 a 10 años en el rubro, son formales, en promedio tienen entre 1 a 3 trabajadores permanentes y eventuales, el 70% se formó por obtención de ganancias. El 55% se financian por terceros, siendo de Caja Huancayo, Arequipa y Maynas, desconoce las tasas de intereses mensual que pagan, no realizan crédito a prestamistas, usureros u otras entidades, el 40% indica que las entidades bancarias y no bancarias les otorgaron beneficios, los montos solicitados fueron de S/1,000 a más de S/100,000 soles, a corto y largo plazo, el 55% lo invirtieron en mejoramiento y/o ampliación de local y en adquisición de activos fijos. El 45% no fueron capacitados al otorgamiento de crédito, el 60% recibieron de 1 a 4 capacitaciones en el último año, el 90% de sus trabajadores recibieron capacitación, el 65% creen que la capacitación es una inversión, el 95% creen que la capacitación es relevante, el

90% se capacitó en prestación de mejor servicio al cliente. Creen que el financiamiento y la capacitación mejoran su rentabilidad, del 75% su rentabilidad mejoro en los últimos años.

Por otro lado, **Vilca, F. (2018)**, en su tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, *“Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mype del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017”*, Se empleó como metodología el nivel cuantitativo - descriptivo en una muestra de 10 MYPE, se aplicó un cuestionario de 17 preguntas por la técnica de encuesta. Se encontró que el 50.0 % tienen edades entre 31 a 40 años de edad, el 60.0 % de los gerentes son del género femenino, el 40.0% de los representantes tienen educación secundaria, del mismo modo el 40.0% superior no universitario, el 100.0 % de los representantes encuestados ocupan el cargo de dueños. Con respecto a las características de las MYPE, el 50.0 % están en el mercado de 6 a 10 años, el 80.0 % cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 40.0% pertenecen a un nivel de formalización con permiso municipal para su funcionamiento, el 100.0% pertenecen al tipo de régimen único simplificado, el 90.0% fueron impulsadas en su creación por necesidad. Con respecto al financiamiento, el 80.0% si obtuvieron prestamos, el 60.0% mencionan que la fuente de su financiamiento fue personal, el 70.0% el crédito lo invirtieron en la compra de insumos, el 90.0% indican que el monto del crédito fue de 1000 a 2500 soles, el 60.0% pagaron el préstamo solicitado en 12 meses, el 80.0% no tuvieron inconvenientes en la solicitud del préstamo para su negocio. En tanto, en la

rentabilidad, 90.0% mencionaron que si mejoro la rentabilidad y el 90.0% indicaron que su empresa es rentable, se considera al financiamiento una fuente de suma importancia para el desarrollo de empresas dedicadas a este rubro el cual posteriormente son rentables en el mercado.

Agrega, **German, Y. (2017)**, en su tesis para optar el título profesional de contador público “*Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo - rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de otuzco, 2015*”, La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió de forma dirigida una muestra de 20 microempresas de una población de 50, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a las características de los empresarios: El 100% de los empresarios encuestados, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años; es decir, son adultos; el 50% son del sexo femenino y el 60% tienen grado de instrucción de secundaria completa. Respecto a las características de las Mypes: El 90% tienen más de tres años en el rubro empresarial y el 40% posee más de tres trabajadores permanentes. Respecto a las características del financiamiento: El 50% financió sus actividades productivas con créditos de terceros (externos), el 60% del crédito que recibieron fue de entidades no bancarias formales y el 80%) lo invirtieron en capital de trabajo. Respecto a las características de la capacitación: El 60% recibieron capacitación antes del otorgamiento de los créditos, el 50% recibió dos capacitaciones en los últimos años y fue en marketing empresarial. Respecto a la percepción sobre la rentabilidad: El

100% de las Mypes encuestadas percibe que la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas. Finalmente, se concluye que más de la mitad (60%) de las Mypes encuestadas solicitaron financiamiento de terceros, lo invirtieron en capital de trabajo y la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas.

Así, mismo, **Zevallos, Y, (2016)**, en su informe final de tesis para optar el título profesional de contador público *“Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes en la Provincia de Leoncio Prado, Periodo 2016”*, La investigación fue descriptiva no experimental, debido a que sólo se va a limitar a describir las principales características del Financiamiento, capacitación y rentabilidad que son las variables en estudio. Para su realización se escogió una muestra de 12 empresas del sector servicios rubro restaurantes, la misma que ha sido escogida en forma dirigida no probabilística; a lo que se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados fueron los siguientes: respecto al perfil del representante legal de las MYPE, todas son personas adultas y más de la mitad son de género masculino y el 50% de los representantes legales solo tienen estudio secundario. Respecto al perfil de las MYPE todas ellas tienen más de tres años dedicándose a esa actividad empresarial, respecto al financiamiento el 58 % de las MYPE su financiamiento es ajeno, respecto a la capacitación el 42% precisa No haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, respecto a la rentabilidad el 67% Cree que la rentabilidad de su negocio Si ha mejorado por el financiamiento recibido, el 75% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado

por la capacitación recibido, el 100% si Cree que la capacitación recibida es una inversión o un gasto. Finalmente, se concluye que las MYPE no tan obteniendo rentabilidad al 100% por medio del financiamiento y la capacitación.

Agrega, **Delgado, A. (2016)**, en su tesis para optar el título profesional de contador público “*Financiamiento y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes en el Distrito de Huaraz, 2015*”, tuvo como objetivo general caracterizar el financiamiento y la rentabilidad de las MYPE del Sector Servicios - Rubro Restaurantes en el distrito de Huaraz, Año 2015. El diseño de investigación fue del tipo descriptivo no experimental transversal de nivel cuantitativo; la población fue de 200 restaurantes y una muestra de 20 propietarios y/o gerentes, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado. Los resultados con el 85 % de los representantes legales afirmaron que el financiamiento ayuda a mantener una economía estable, el 40% indicaron que se financiaron con ahorros personales, el 60 % afirmaron tener financiamiento externo, el 20 % dijeron que tienen otras vías de financiamiento, el 45 % afirmaron utilizar el financiamiento a corto plazo, el 20 % afirmaron utilizar el financiamiento a largo plazo, el 90 % manifestaron que el financiamiento genera mayor rentabilidad en su Mype, el 70 % realizaron un análisis de su estructura financiera y el 60 % respondieron negativamente, el 80 % confirmaron que perciben rentabilidad económica y el 60 % percibieron rentabilidad financiera. En conclusión, queda caracterizada el financiamiento y la rentabilidad; de acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación que se han aprobado a partir de los

antecedentes y las bases teóricas y que está basado en la práctica, experiencia y en la observación de los hechos reales.

c) Nivel Local

Agrega, **Noel, B. (2018)**, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración “*Caracterización del Financiamiento y Gestión de Calidad de las MYPES, Sector Servicio Rubro Restaurantes y Cevicherías en el Distrito de Zorritos, 2017*”, Cuyo problema general es ¿Cómo se caracteriza el financiamiento y gestión de calidad en las MyPes el sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017?, tiene como objetivo general: Determinar la caracterización del financiamiento y gestión de calidad en las MyPes el sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017. El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental; para este trabajo se usó una población de 12 restaurantes y cevicherías en donde se encuestó a los 12 propietarios y 68 clientes, a quienes se les aplico el cuestionario usando la encuesta como técnica. Se concluyó que las fuentes de financiamiento de utilizan las MYPES es el financiamiento externo, en donde los gerentes manifestaron que la mejor alternativa de financiamiento es los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamos el aumento de capital, frente a ello consideran que la principal desventajas de la fuente de financiamiento externo es el elevado interés aplicado a los préstamos bancarios

De hecho, **Barrientos, F. (2018)**, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciado en administración “*Caracterización del Financiamiento y Gestión de Calidad de las MYPES, Sector Servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de san Jacinto, 2017*”, la metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con una población finita conocida para la variable del financiamiento, y en el caso de la variable de gestión de calidad es infinita, siendo la muestra determinada por aplicación estadística de 68 clientes. Con la aplicación de la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario identificando preguntas para el nivel de cada objetivo específico. Se llegó a la siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención al cliente es de nivel alto y positivo buscan mantener satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar anticipadamente las necesidades , gustos y preferencias de sus clientes.

Concluye, **Pintado, D. (2018)**, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración “*Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017*”, En el cual se identificó el siguiente enunciado ¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, rubro restaurantes del distrito de

Pampas de Hospital – Tumbes, 2017? Por lo tanto, se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017, dando a conocer mediante la revisión literaria las definiciones correspondientes a las variables de: Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad. Asimismo, metodológicamente, la investigación realizada es considerada descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; ya que se describirán realidades, hechos y características de datos sin ser manipulados ni alterados y en un solo momento. Por lo tanto se concluye que se identificó que son buenos los servicios brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose asimismo, accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

Más aun, **Miranda, J. (2017)**, en su tesis para optar el título profesional de licenciado en administración “*Caracterización del Financiamiento y la Capacitación en las MYPE Rubro Restaurant- Pollería en la Ciudad de Piura, año 2017*”, tuvo como objetivo conocer la importancia de las características del financiamiento y la

rentabilidad de las MYPE rubro restaurant-pollería en la ciudad de Piura, año 2017. se empleó metodología de la investigación descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados presentados de acuerdo a los objetivos de la investigación, basado en una muestra de 52 personas entre propietarios y trabajadores de las MYPE encuestadas. Para saber acerca de las variables financiamiento y capacitación se aplicó un cuestionario basado entre 10 y 12 preguntas las cuales estaban basadas en diferentes dimensiones como: financiamiento (fuentes de financiamiento y políticas del financiamiento) como también capacitación (beneficios y resultados) para sostener nuestras teorías por nuestras variables se usaron varios autores de libros y tesis. Por lo cual se llega a la conclusión que tanto el financiamiento como la capacitación están relacionadas para la buena administración de las MYPE.

Agrega, **Lupu, E. (2016)**, en su informe final para optar el título licenciado en administración “*Caracterización del Financiamiento Rentabilidad de MYPE Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, 2016*”, tuvo como problema general ¿cuáles son las características de las MYPES del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016? Tiene por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y Diseño No Experimental, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 15 restaurant de una población de, a quienes se les

aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: La edad promedio de los representantes legales de las MYPES 25 a 45 años; y el 42.31% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria. Respecto al financiamiento: El 53.84 % de las MYPES encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario; el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; el 53.84% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 46.15% no respondieron.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría del Financiamiento

Para, **Fidel de la Oliva**, la teoría financiera contemporánea ha desarrollado una serie de aspectos, modelos y técnicas que han contribuido a explicar y transformar los fenómenos del mundo actual. Sin embargo, existen aún aspectos por resolver. En lo esencial, la limitan su énfasis casi absoluto en los problemas y las necesidades del mundo con alto desarrollo de los mercados financieros, y la insuficiente consideración de los elementos vinculados con la sicología individual y colectiva de los agentes y decisores.

En el plano teórico, las seis ideas que se han adoptado como referentes de la teoría son: el valor actual neto, la relación riesgo-rendimiento, la eficiencia de los mercados de capital, la estructura financiera, la teoría de opciones y la teoría de agencia. Cada una de ellas aporta de manera sustancial al desarrollo de la teoría y, a la vez, tiene aspectos no resueltos y que constituyen retos para la comunidad científica internacional.

Según, Milka, E. **La Teoría Financiera de las PyMES**: señala la importancia del capital financiero e incremento, para ello se debe invertir en diferentes formas de capital ya que esta generara un aumento en la rentabilidad y beneficios de la empresa y al mismo tiempo se incrementa el valor del capital.

Existen diferentes estudios sobre el éxito y fracaso de las PyMES y muestran que una de las dificultades principales que enfrentan estas empresas son los problemas de liquidez y el acceso a los recursos financieros en la cantidad necesaria y en las condiciones de plazo y costo óptimos. En este sentido el acceso a una financiación en condiciones de costo, plazo y vencimiento adecuadas constituye uno de los principales problemas estructurales que limitan sus posibilidades de supervivencia y crecimiento en el mercado.

Las dificultades son derivadas, por una parte por factores relacionados con el funcionamiento de los mercados financieros; y por otro lado por mecanismos relacionados con las características del ámbito interno de la empresa.

Así mismo las teorías financieras proveen elementos tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa.

Por otro lado **Yendris, P. y otros**, la **Teoría de Jerarquización**: Esta basa su argumento en los costos de información asimétrica, derivados de la información privada que manejan internamente los gestores de la empresa acerca de los rendimientos esperados de los proyectos de inversión que se van a emprender. Si estos proyectos pretenden llevarse a cabo con ampliación de capital, los potenciales inversores actuarán descontando el precio de las acciones, al pensar que están sobrevaloradas, pues de tratarse de proyectos que incrementan valor, lo natural habría sido reservar la ganancia para los accionistas existentes en vez de diluirla.

Agrega, **Milka, E**, La pequeñas y mediana empresa pueden recurrir a financiamiento externo, emplean deuda en mayor medida, quedando la emisión de capital en último lugar. Por tanto, llegan a la conclusión de que las pequeñas y medianas empresas financian su crecimiento siguiendo la ordenación descrita por la Teoría de la Jerarquía Financiera

Milka, E, concluye, **que la Teoría de los Mercados Perfectos**: Es una teoría de tipo ideal, porque los mercados financieros presentan imperfecciones que inciden en su buen funcionamiento y que condicionan el acceso a la financiación de los solicitantes de fondos. Una de las principales imperfecciones del mercado de capitales que afectan a las decisiones de financiación es la asimetría de la información que consiste en que los suministradores de recursos financieros -

accionistas y acreedores- tienen menos información sobre las características del proyecto a financiar y sobre las características de la empresa y del empresario. La existencia de información asimétrica conduce a un problema de selección adversa y riesgo moral. Cuando el riesgo percibido por el prestamista es elevado este tiende a exigir mayores garantías a elevar el costo financiero, y en algunos casos, los prestamistas no siempre están dispuestos a conceder el financiamiento, denegando el crédito, la mayoría de las Pymes presentan una mayor limitación de Crédito.

Para, **Yendris, P. y Otros, la Teoría de Agencia:** Es aquella que estudiar la configuración contractual entre "principal" y "agente", en que el mandatario delega en su ejecutor competencias de decisión y ejecución, determinándose dicha relación por condiciones de reparto asimétrico de información y de incertidumbre así como por distinto reparto de riesgos”. Además analizará los problemas planteados típicamente en las relaciones de ese contrato y discutirá qué mecanismos (de incentivos, de control, o de sistemas de información) pueden ayudar a manejar más eficientemente estos problemas. Esta teoría considera las organizaciones y sus relaciones al entorno como "redes de contratos" ("nexus of contracts") establecidos entre las partes para regular sus intercambios (transacciones) económicas. Es decir: todo tipo de ordenamiento de actividades económicas que se manifieste como "organizado" (diferente a la forma en que se manifiestan otras interacciones en que no se percibe tipo alguno de regulación) es comprendido con este prisma de análisis del "concepto de lo contractual" como una "red" de contratos entre distintas partes.

2.2.2 Definición del Financiamiento

Según **artículo de la Enciclopedia** (2017), El financiamiento es el acto mediante el cual una organización se dota de dinero. La adquisición de bienes o servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso insoslayable a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo.

Incluso es común que deba procurarse más financiación una vez que la empresa ya está en actividad, sobre todo si esta quiere expandirse. El tipo de financiación a escoger variará en función de la clase de proyecto de que se trate, de la urgencia en la puesta en práctica y del tiempo en el que se pretenda obtener la utilidad, entre otros factores.

Según Conexionesan (2016), Existen Fuentes de Financiamiento Empresarial:

Las empresas pueden acoger a un conjunto de modalidades para conseguir capital y/o financiamiento que les permita crecer y desarrollarse:

Los Ahorros Personales: La mayoría de negocios se ha iniciado y dado sus primeros pasos con los ahorros y otros recursos personales, incluyendo la venta de propiedades de diversas dimensiones.

Los Amigos y Parientes: Estos suelen ser los préstamos realizados sin intereses y tasas muy bajas, lo cual es conveniente para el inicio de una empresa.

Juntas: Esta es la Forma de ahorro Personal pero obligatorio por el compromiso de aportar mensual mente una cantidad de dinero en una fecha indicada, ya que

rotariamente cada integrante percibe un monto que proviene de los aportes de los integrantes.

Por otro lado *Jorge, L. (2014)*, los **Financiamientos a Corto Plazo son los siguientes:**

Bancos y Cooperativas: Estas son las fuentes más comunes de financiamiento. Se requiere sustentar el proyecto de inversión y pasar por una calificación de riesgo en el área de financiamiento empresarial de la entidad financiera.

Empresa de Capital de Inversión: Estas suelen prestar apoyo financiero a aquellas empresas que quieren expandirse, a cambio de acciones o un interés parcial en el negocio.

ONG: son aquellas asociaciones sin fines de lucro que por lo general consiguen recursos del exterior para canalizarlos a emprendimientos con fines sociales.

Pagare: Es un instrumento negociable que se deriva de la venta de mercadería de préstamos en efectivo o de la conversión de una cuenta corriente. Por lo general lleva intereses y se debe pagar a su vencimiento. De no ser así se requiere de acción legal.

Crédito Comercial: Es el uso de las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado. Ejemplos: los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

Factoring: Este Permite Cobrar por anticipado las facturas emitidas a los clientes. El banco hace el pago descontando una comisión y luego se encarga de cobrar el íntegro de lo facturado al cliente de la empresa.

Financiamiento por Medio de los Inventarios: Se utiliza el inventario de la empresa con garantía de un préstamo, para este fin se puede recurrir al depósito en

almacén público, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca. El acreedor tiene derecho a tomar posesión de esta garantía en caso de que la empresa incumpla con su obligación de pago.

Por otro lado *Conexionesan (2016)*, indica los **Financiamientos a Largo Plazo, los Mismos que menciono a continuación:**

Hipoteca: Esta Viene a ser una propiedad y/o inmueble que es puesta en garantía a cambio de obtener un crédito, por lo general otorgado por un banco, en caso de incumplimiento de pago el acreedor puede ejecutar la hipoteca y adueñarse de la propiedad entregado en garantía.

Bonos: En este caso el prestarlo por lo general son sociedades anónimas que se comprometen a pagar una suma específica y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.

Arrendamiento Financiero: Este es un contrato entre el propietario de los bienes (acreedor) y empresa (arrendamiento), a esta se le permite el uso de los bienes durante un periodo determinado y mediante el pago de una renta específica.

Agrega **Jorge, L.** (2014), indica la importancia que tienen tanto los financiamientos a Corto o Largo Plazo que diariamente utilizan las distintas organizaciones, brindándole la posibilidad a dichas instituciones de mantener una economía y una continuidad de sus actividades comerciales estable y eficiente y por consecuencia otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

Para la *Bancafacil*, **Existen Fuentes de Financiamiento en el Perú**

Bancos: Los bancos son entidades que se organizan de acuerdo a leyes especiales y que se dedican a trabajar con el dinero, para lo cual reciben y tienen a su custodia depósitos hechos por las personas y las empresas, y otorgan préstamos usando esos mismos recursos, actividad que se denomina intermediación financiera. Para realizar la actividad de recibir dinero y luego darlo en préstamo, los bancos le cobran a quienes lo necesitan y piden préstamos; asimismo, a quienes les entregan dinero en depósito, les pagan por la confianza depositada. La diferencia entre lo que se les paga y lo que ellos pagan, es la ganancia que permite que el banco opere normalmente.

Para la *María, V*, **Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito:** Nacieron para cubrir una necesidad de la población, consistente en la capitalización crediticia, acceso a financiamiento según sus necesidades y limitaciones de pago. Por tanto, podría sostenerse que a través de tales entidades, el Estado realizaba una labor subsidiaria en la intermediación financiera atendiendo las necesidades de los sectores de menores recursos y así haciendo posible el desarrollo de las mismas.

Por otro lado *Comparabien y la revista Biocomercio*, **Las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito:** Son instituciones similares a un banco que ofrecen alternativas de financiamiento preferentemente están dirigidas a los sectores como la pequeña agricultura, el comercio y la industria manufacturera de los sectores rurales, haciendo así posible el desarrollo de proyectos productivos, individuales y colectivos.

Según *Manuel, R.* **Las Cooperativas de ahorro y crédito:** Son aquellas empresas cooperativas que brinda servicios financieros de carácter solidario y está constituida en forma libre y voluntaria. Estas instituciones están especializadas en productos crediticios para atender necesidades de Capital de Trabajo. También ofrecen líneas de crédito para financiar inversiones en Activos Fijos, créditos agrícolas y servicios de factoring. Una característica importante a resaltar es que frente a las otras instituciones de primer piso mapeadas (excepto los Bancos), son las que ofrecen las menores tasas de interés.

2.2.3 Teoría de la Rentabilidad

La rentabilidad expresada como ROI por sus siglas en inglés Return on Investment, muestra en el juego de Cashflow 101 creado por Robert Kiyosaki y en la vida real, una tasa a obtener por cualquier inversión y la cual debe ser mayor a la tasa libre de riesgo que puede dar el banco si invirtiéramos ahí para compensar el riesgo que se está asumiendo

Si a dos individuos les diéramos una máquinas vending a cada uno para que cada quien administrara ese negocio ¿obtendremos las mismas ganancias en ambos negocios? ¿No? ¿De qué depende obtener resultados diferentes si es el mismo importe de la inversión? Si las dos personas de este ejemplo tuvieran planes de expansión y estuvieran buscando inversionistas cada uno, ¿sería indiferente la decisión de invertir en uno u otro?, si al final de cuentas es el mismo negocio y la

misma inversión ¿Qué otros factores tomaría usted en cuenta para decidir con quién invertir?

Evaluar un negocio basado solo en la simple división de la utilidad entre la inversión, para saber si es rentable o no, es como si revisáramos sólo el estado físico de las llantas para decidir si adquirimos un auto o no.

Para descubrir la verdadera rentabilidad del negocio habrá que tomar en cuenta si existen algunas actitudes del propietario relacionadas con el éxito, entre otras: Liderazgo efectivo, evidenciado por su capacidad de llevar a cabo proyectos así como formar y dirigir equipos; su visión clara del futuro, evidenciada con un plan concreto de acción; otra, su capacidad de vender, evidenciada por su pasión por las ventas y su positiva aceptación a ser rechazado una y mil veces, y finalmente, su experiencia en los negocios, evidenciada por el número fracasos y éxitos en negocios anteriores.

Si no existieran socios con quienes invertir y nosotros mismos somos nuestro único socio, habrá que analizar qué cualidades debemos desarrollar para que mejore nuestra inteligencia financiera y por consecuencia mejore la rentabilidad de nuestros negocios.

2.2.4 Definición de la Rentabilidad

Según, *América. Z*, el concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una

rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos.

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

Tipos de rentabilidad

a) La Rentabilidad Económica

Según *EcuRed*, la rentabilidad económica también llamada ROI (Return on Investment), es aquella que mide la capacidad que tienen los activos de una empresa para generar beneficios sin tener en cuenta como han sido financiados y permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

$$\text{Rentabilidad Económica (ROI)} = \frac{\text{Beneficio Antes Intereses Impuesto}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

BAII: Es el beneficio antes de Intereses e Impuestos o Beneficio Bruto; es el beneficio que obtiene la empresa antes de descontar los gastos financieros, intereses e impuestos que tiene que pagar por desarrollar su actividad económica.

Activo Total: Se refiere a todos los activos con los que cuenta la empresa, siempre y cuando sean capaces de generar una renta.

b) La Rentabilidad Financiera

Para *MytripleA*, La rentabilidad financiera, son los beneficios obtenidos por invertir dinero en recursos financieros, es decir es el rendimiento que se obtiene a consecuencia de realizar inversiones. También se le conoce a la rentabilidad financiera por los siglas ROE (su expresión en inglés “Return on Equity”) y es aquella que mide la capacidad que tiene una empresa a la hora de remunerar a sus propietarios o accionistas, las empresas que asumen más riesgos suelen tener una rentabilidad financiera más elevada, que sirve para compensar el riesgo de inversión que asumen sus propietarios.

$$\text{Rentabilidad Financiera ROE} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

Beneficio Neto: Es lo que han ganado los propietarios de la empresa, una vez deducidos los intereses e impuestos correspondientes.

Fondos Propios: Es el capital y las reservas de la empresa que se emplean para obtener los beneficios.

2.2.5 Definición de Las MyPes

Según, *Carmen. H, (2014)*, La legislación peruana define a las MYPES, como “la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación, y producción sea industrial o artesanal de bienes.

a). La Micro Empresa: Es una pequeña organización que produce, comercializa u ofrece algún servicio o bien de una manera ordenada con una pequeña cantidad determinada de trabajadores, deberá cumplir con las siguientes características en forma concurrente.

- No superar las 150 UIT en ventas anuales.
- No superar los 10 trabajadores en promedio al año (de 1 a 10), todos en planilla

b) Pequeña Empresa: Tiene las siguientes características:

- De uno (1) hasta cien (100) trabajadores.
- Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), al año.

2.2.6 Los Restaurantes

Para *Mati.Ch*, (2014), **El Origen de los Restaurantes**

Al grupo de establecimientos que se dedica a la actividad de elaboración, venta y servicio de comidas y bebidas, se conoce, con el nombre genérico de Restauración, o internacionalmente denominado como Food-service.

Incluidos en el food-service existen numerosas fórmulas de restauración, que están evolucionando constantemente y desarrollándose como consecuencia de los cambios sociales, económicos y culturales, que influyen en los hábitos alimenticios de la población; no existe una oferta homogénea, ya que no hay un cliente tipo, hay diversos tipos de clientes, cada uno con sus diferentes necesidades a satisfacer.

De todas las ofertas de restauración que nos ofrece el mercado, la que más pesa es el Restaurante, y no es que sean los establecimientos más numerosos en España, ni los que más ingresos tienen, pero se asimila frecuentemente todo tipo de establecimiento restaurador con el restaurante, sin diferenciar si es café, bar, fast-food.

Según los franceses, los términos Restauración y Restaurante, se originaron en el primer local que Monsieur Boulanger abrió como casa de comidas, en la que en uno de los muros escribió una frase del Nuevo Testamento que decía: “veinte ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabos vos”, que vendría a decir algo como: “venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré”, se dice que de ahí se comenzó a llamar Restaurante a aquellos establecimientos que vendían

alimentos que restauraban. Establecimiento destinado al servicio de Comidas y Bebidas, en base a un precio determinado y servido en el mismo local.

Concepto de Restaurante: Se comprenden cuantos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local.

Para José, A (2010), Existe:

Tipos de Restaurantes:

Existen principalmente cuatro tipos de restaurantes que se relacionan incondicional por tres factores: costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales y presencia de corriente turística nacional y extranjera.

Restaurantes gourmet: ofrecer platillos que atraen a personas aficionadas a comer marjales delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros.

Restaurantes de especialidades: ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, mismo que ofrece lo más sobresaliente o representativo de la cultura gastronómica de algún país, es decir, pueden ser mexicanos, chinos, italianos, franceses, etc.

Restaurante familiar: sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización.

Restaurante conveniente: se caracteriza por su servicio rápido; el precio de los alimentos suele ser económico y la limpieza del establecimiento intachable, por lo que goza de confiabilidad y preferencia.

Clasificación por la variedad de servicios:

Restaurantes de autoservicio: establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentre una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.

Restaurantes de menú y a la carta: Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto. Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado.

Clasificación por categorías:

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas; la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de Lujos, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

Restaurante de lujo (5 tenedores): Estos restaurantes de lujo deben reunir varias características, en especial en el servicio; Éste se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal, los alimentos y bebidas tienen que ser de la más alta calidad.

Restaurante de primera clase (4 tenedores): Este tipo de restaurante, conocido como full service, tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento, como sala de espera, aire acondicionado, calefacción y refrigeración, mobiliario y decoración de primera calidad.

Restaurante de segunda clase (3 tenedores): Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer, como ejemplos se describe: Entremeses, Sopas y cremas, Verduras, huevos o pasta, Especialidades de pescado, Especialidades de carnes, Postres, dulces o helados y fruta.

Restaurante de tercera clase (2 tenedores): El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero. El personal atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio.

Prestarán debe parte clase (1 tenedor): Este establecimiento tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en

buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos: Sopas, Guisados-especialidades, Postres de la casa o frutas.

III. HIPÓTESIS

Por ser de manera descriptiva la presente investigación no incluye hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en el desarrollo de la investigación es aplicada, porque se propone una alternativa de solución al problema.

4.1.1 Tipo de investigación

El Tipo de Investigación es aplicado porque uno de sus objetivos específicos se basa en proponer un plan de solución al problema.

4.1.2 Nivel de Investigación

Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio a partir de una muestra.

4.2 Población Y Muestra

4.2.1 Población

Está constituida por 25 MYPES de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.

4.2.2 Muestra

Se tomó una muestra de (25) MYPES del sector servicios rubro restaurantes de Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018. El criterio de selección ha estado en función de la

voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/ o gerentes de dicho rubro.

4.3 Definición y Operacionalizacion de Variables e Indicadores

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
Financiamiento	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. Recursos financieros que el	Al iniciar un negocio necesitamos disponer de capital financiero es por eso que recurrimos a estudiar esta variable y poder conocer su importancia en el desarrollo de las empresas.	Solicito Crédito	Nominal Si NO
			Monto del Crédito Solicitado	Cuantitativa – Cualitativa Especificar el monto
			Entidad a la que solcito el crédito	Nominal: Bancaria No Bancaria
			Tasa de interés Cobrada por el Crédito	Cuantitativa: Especificar la tasa
			Oportunidad	Nominal: Si

	gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario.			No
			Monto del crédito: Suficiente	Nominal: Si No

Fuente de Elaboración: Propia

Variable Dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad	Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia. Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.	Percepción que tienen los Propietarios y/o gerentes de las MYPES de la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio	Mejoro su rentabilidad en los dos últimos años	Nominal: Si No
			En qué porcentaje considera usted que ha incrementado sus ventas	Nominal: Especificar
			Costo total del	Cuantitativa: Especificar el

			porcentaje de sus ventas mensuales	porcentaje
--	--	--	------------------------------------	------------

Fuente de Elaboración: Propia

Variable Complementaria	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de la MYPES	La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de	las MYPES de Restaurantes de Venta de Menú	Formalización del Negocio	Nominal Especificar
			Funcionamiento de las MYPES	Razón Uno -Tres años Cuatro – Seis años Siete - Diez años Once - Quince años Dieciséis a

	bienes o prestación de servicios.			mas años
				Número de trabajadores Razón: 01 - 03 04 - 06 07 - 09 10 - 15 16 a mas

Fuente de Elaboración: Propia

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1 Técnica

El desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

4.4.2 Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario estructurado de (21) preguntas

4.4.3 Procedimiento de Recolección de Datos

Para la recolección de los datos se presentó una carta ante la SUNAT Solicitándole la relación de las empresas MYPES del rubro restaurantes, del Centro Poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes.

Luego se coordinó con los representantes y/o gerentes del sector servicios del rubro restaurantes dispuestos a proporcionar información para mi trabajo de investigación, lo que a su vez permitió determinar la muestra en forma dirigida.

4.5 Plan de Análisis

En esta etapa de la investigación se hizo un análisis descriptivo individual y comparativo, para ello se utilizó tablas de frecuencias múltiples y gráficos, para procesar los datos se utilizó el programa de Excel. Los mismos que permitieron la verificación de los datos del proyecto, la tabulación y su interpretación para la obtención de resultados que arribaron la conclusión de este estudio.

4.5.1 Interpretación de Resultado

Una vez aplicado los instrumentos se llevó acabo la tabulación de los resultados para presentar la información recolectada. Se procedió a su interpretación analítica a la luz de la razón.

4.6 Matriz de Consistencia

Titulo	Formulación del Problema	Objetivos	Variables	Metodología
<p>Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú , de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo</p>	<p>¿Cuáles son las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú , de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes,</p>	<p>Objetivo General Describir las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018?</p> <p>Objetivo Especifico Describir la principales Características de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de</p>	<p>Variable Independiente Financiamiento</p> <p>Variable Dependiente Rentabilidad</p> <p>Variable Complementaria Perfil de la</p>	<p>Diseño Metodológico</p> <p>Tipo de Investigación Aplicada</p> <p>Diseño de Investigación Aplicativa</p> <p>Universo y Muestra</p>

<p>Moran, Tumbes, 2018</p>	<p>2018</p>	<p>Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.</p> <p>Describir y analizar las Características del Financiamiento de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.</p> <p>Describir y analizar las Características de la Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.</p>	<p>MYPES del Rubro Restaurantes, de Venta de Menú</p>	<p>La población y muestra de este estudio está conformado por las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes de Venta de Menú, de la Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes.</p> <p>Técnica e Instrumento</p> <p>Para el recojo de la información se utilizó</p>
----------------------------	-------------	---	---	--

		Elaborar una Propuesta de Mejora relacionada a la variable de Rentabilidad en los Restaurantes de Venta de Menú, de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018.		un cuestionario estructurado de (21) preguntas.
--	--	--	--	---

4.7 Principios Éticos

- Confidencialidad en la presentación de los resultados
- La autenticidad de los datos y el tratamiento de los mismos
- La tesis no es plagiada, Ni auto plagiada, se respecto el derecho de autor.
- En la investigación se respetó la privacidad de la información de las empresas estudiadas, por lo que se mantiene en reserva el nombre de los Ejecutivos encuestados y de las empresas
- Toda la información que contiene la tesis es de páginas confiables.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las empresas del rubro restaurantes de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, Dicha información fue procesada en el Microsoft Excel y luego se elaboraron las tablas de porcentajes, los gráficos y las respectivas interpretaciones por cada uno de las preguntas de la encuesta.

De acuerdo al análisis realizado al instrumento aplicado (Encuesta) a los propietarios de las empresas de restaurantes de la AV. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, se obtuvo la siguiente información que se presenta mediante las siguientes tablas de manera sintetizada, dando lugar de una visión más objetiva de lo que se quiere lograr.

5.1.1 De los Propietarios de las Mypes

Cuadro N° 01

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
Sexo del Representante	01	El 60% de los representantes encuestados manifestaron que son de sexo femenino, mientras que el 40% indicaron que son de sexo masculino.

Grado de Instrucción	02	El 60% de los entrevistados indicaron que tienen estudios secundarios, el 16% tienen superior técnico y 12% tienen estudios universitarios y el 12% tienen estudios primarios.
----------------------	----	--

Fuente: Tablas 01, 02, (ver Anexo 06).

5.1.2 Respecto a las características de las MYPES (Objetivo 01)

Cuadro N° 02

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
Tiene RUC	03	El 80% de los encuestados señalaron que sus negocios si tienen RUC y el 20% son informales.
Cuantos años de funcionamiento tiene su empresa	04	El 40% de los representantes de las Mypes indicaron que sus negocios tienen de 01 a 03 años, el 32% tienen de 04 a 06 años, el 20% tienen de 07 a 10 años y el 8% más de 16 años de funcionamiento.
Considera usted que la demanda de los servicios de	05	El 64% de los encuestados manifestaron que la demanda de los servicios se debe a publicidad, sabor, buen servicio, el

restaurantes se debe a:		precio y la ubicación, mientras que el 20% señalaron que se debe al buen servicio, el 8% al precio y el 8% a al sabor.
Su restaurante ofrece servicios delivery	06	El 80% de los encuestados indicaron que sus restaurantes no ofrecen servicio de delivery mientras que el 20% sí.
Cuantos trabajadores laboran en su empresa	07	El 56% de los empresarios encuestados indicaron que tienen laborando en su negocio de 01 a 03 trabajadores, el 32% de 04 a 06 trabajadores, el 8% de 07 a 09 trabajadores y el 4% de 10 a 15 trabajadores.

Fuente: Tablas 03, 04, 05, 06, 07, (ver Anexo 06).

5.1.3 Respecto al Financiamiento de las MYPES (objetivo 02)

Cuadro N° 03

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
Los recursos que utiliza para financiar las actividades de su empresa son	08	El 72% de los entrevistados se indicaron que los recursos que utiliza para financiar las actividades de la empresa son de terceros mientras que

		el 28% son propios.
Si el financiamiento que utiliza su empresa es de terceros: A que entidades recurre para obtener financiamiento.	09	El 78% de los empresarios entrevistados indicaron que los créditos obtenidos fueron de las entidades bancarias y el 22% de la entidades no bancarias en este caso vienen a ser las cajas, cooperativas, ONG.
Que dificultades /problemas tuvo al solicitar un crédito.	10	El 56% de los entrevistados manifestaron que a la hora de solicitar un crédito le solicitaron mucho papeleo el 22% indicaron que los montos de los créditos otorgados no fueron por el monto solicitado, el 17% les cobraron una tasa de interés muy elevada y el 5% tuvieron la dificultad por la informalidad.
El crédito que obtuvo fue como.	11	El 72% de los dueños de los negocios entrevistados indicaron que el crédito obtenido fue como negocio mientras que el 28% lo obtuvo como persona natural

Cual fue la tasa anual de interés que pago.	12	El 44% de los empresarios encuestados señalaron que pagaron del 21% al 30% interés anual, el 33% del 13% al 20%, el 17% del 31% al 40% y el 6% más de 41%.
El crédito que le otorgaron fue a.	13	El 83 % de los empresarios manifestaron que los créditos otorgados fueron a corto plazo, el 11% a mediano plazo y el 6% a largo plazo.
En que invirtió el crédito financiero obtenido:	14	El 78% de los dueños de los restaurantes señalaron que utilizaron el crédito obtenido en mejoramiento y ampliación del local, el 11% lo invirtió en activos fijos y el 11% en capital de trabajo.
Recibe usted créditos por parte de sus proveedores en los insumos.	15	El 80% de los empresarios entrevistados indicaron que no reciben crédito en los insumos por parte de los proveedores mientras que el 20% si reciben crédito en insumos.

Fuente: Tablas 08,09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, (ver Anexo 06).

5.1.4 Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (objetivo 03)

Cuadro N° 04

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
Cuál es el monto de sus ventas mensuales.	16	El 64% de los empresarios encuestados manifestaron que sus ventas mensuales son de 1,000 a 2,000, el 28% de 3,000 a 4,000 y el 8% de 7,000 a más.
De sus ventas mensuales que porcentaje representa el costo total.	17	El 68% de los empresarios indicaron que el 50% representa el porcentaje del costo total mensualmente, y el 32% representa el 30% del costo total
Cuál es el valor de sus activos fijos.	18	El 52% de los empresarios indicaron que el valor de sus activos fijos son de 5,000, el 20% son de 10,000, el 16% 25,000, el 8% de 30,000 a más y el 4% de 15,000.
Que dificultades o problemas tiene su negocio con respecto a su rentabilidad.	19	El 44% de los encuestados indicaron que tienen dificultades con respecto a su rentabilidad debido a los costos elevados, el 36% debido a la disminución de ventas y el 20% debido a la presencia de competidores.

Que percepción de rentabilidad tiene usted a su negocio	20	El 36% de los encuestados indicaron que según su percepción de rentabilidad de su empresa es de 11% a 20%, el 28% del 21% a 30%, el 20% del 5% a 10% y el 16% entre el 31% al 40%.
Utiliza algún método para medir la rentabilidad de su empresa.	21	El 84% de los empresarios indicaron que no utilizan ningún método para medir la rentabilidad de su empresa, mientras que el 16% indicaron que si utilizan métodos para medir su rentabilidad.

Fuente: Tablas 16, 17, 18, 19, 20, 21, (ver Anexo 06).

5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1 De los Propietarios de las MYPES

De las MYPES encuestadas se evidencia que el 60% de los propietarios son de sexo femenino (ver tabla 01), así mismo el 60% de los encuestados indicaron que tienen estudios secundarios, el 16% Tienen estudios superiores y el 12% Tienen estudios Universitarios y estudios primarios (ver tabla 02), lo que parcialmente concuerda con los resultados encontrados por Salas. C, (2018), donde señala que 65% de los empresarios tienen secundaria completa, por otro lado Vilca, F. (2018), indica que el 60.0% de los gerentes o propietarios de las MYPES son de género femenino y el 40.0% tienen educación secundaria, así mismo German, Y. (2017), concluye que el

50% de los propietarios son de sexo femenino y el 60% tienen grado de instrucción secundaria completa, también Zevallos, Y. (2016), determina que el 50% tienen estudios secundarios .

5.2.2 Respecto a las Características de las MYPES (Objetivo 01)

El 80% de las MYPES encuestadas cuentan con Registro Único de Contribuyente (RUC), (ver tabla 03), así mismo el 40% de los representantes encuestados indicaron que sus negocios tienen de 01 a 03 años de funcionamiento y el 32% tienen de 04 a 06 años, (ver tabla 04), estos resultados estarían evidencia que las MYPES en estudio son formales y no tienen mucho tiempo en el rubro, estos resultados se contrastan con los encontrados en el informe de investigación de Salas. C, (2018), donde demuestra que el 80% de las MYPES estudiadas tienen de 01 a 10 años de funcionamiento, y son formales, es decir tienen RUC, así mismo Vilca, F. (2018), Concluye que el 50.0% de las MYPES están en el mercado de 6 a 10 años, por otro lado German, Y. (2017), indica que el 90% de las MYPES tienen más de 03 años en el rubro empresarial de los restaurantes, también Zevallos, Y. (2016), señala que tienen más de tres años dedicándose a esa actividad empresarial.

El 64% de las MYPES encuestadas manifestaron que la demanda de los servicios se debe a Publicidad, Sabor, buen servicio, precio y ubicación por la experiencia y la estabilidad ganada en su sector (ver tabla 05). Asimismo el 80% de las MYPES manifestaron que no ofrecen servicios de delivery (ver tabla 06), estos resultados no guarda relación con los antecedentes encontrados.

El 56% de las MYPES en estudio indicaron que tienen laborando en su negocio de 01 a 03 trabajadores y el 32% de 04 a 06 (ver tabla 07), estos resultados son parecidos a los encontrados en el estudio de Salas. C, (2018), donde determina que el 80% de las MYPES tienen de 01 a 03 trabajadores, por otro lado Vilca, F. (2018), concluye que el 80.0% de las MYPES cuentan con 01 a 05 trabajadores, así mismo German, Y. (2017), señala que el 40% posee más de tres trabajadores.

5.2.3 Respecto al Financiamiento de las MYPES (Objetivo Especifico 2)

El 72% de las MYPES en estudio señalaron que los recursos que utilizan para financiar sus empresas son de terceros (ver tabla 08), así mismo el 78% de los empresarios solicitaron crédito a las entidades bancarias (ver tabla 09). Se puede apreciar que la mayoría de los empresarios solicitan créditos bancarios como parte de su financiamiento, lo que parcialmente concuerdan con los resultados encontrados en el estudio de Tinoco, A. (2015), donde señala que las fuentes de financiamiento externa les ha ayudado a mejorar la rentabilidad. Así mismo Salas. C, (2018), determina que el 55% de las MYPES se financian por terceros, así mismo Vilca, F. (2018), Concluye que el 80.0% de las MYPES obtuvieron prestamos, por otro lado German, Y. (2017), indica que el 50% de las MYPES financió sus actividades productivas con créditos de terceros (externos), así mismo el 60% del crédito que recibieron fue de entidades no bancarias formales, también Zevallos, Y, (2016), el 58 % de las MYPES su financiamiento es ajeno, es decir es de terceros, así mismo Delgado, A. (2016), indica que el 60 % de los empresarios afirmaron tener financiamiento externo, también Noel, B. (2018), concluyó que las fuentes de

financiamiento que utilizan las MYPES son de terceros siendo así la mejor alternativa los préstamos bancarios, por otro lado Lupu, E. (2016), señala que el 53.84 % de las MYPES estudiadas obtuvieron crédito del sistema no bancario;

El 56% de los empresarios entrevistados manifestaron que a la hora de solicitar un crédito tuvieron algunas dificultades ya que les solicitaron muchos papeles para otorgarles un préstamo, el 22% indicaron que los montos de los créditos solicitados fueron de montos insuficientes, el 17% les cobraron una tasa de interés muy elevada y el 5% tuvieron dificultades debe a la informalidad, (ver tabla 10), así mismo el 72% obtuvo el crédito como negocio y el 28 lo obtuvieron como persona natural (ver tabla 11), estos resultados no guarda relación con los antecedentes encontrados.

El 44% de las MYPES encuestadas manifestaron que el interés pagado por los financiamientos que obtuvieron fue de 21% al 30% anual, así mismo el 33% abonaron un interés de 13% al 20% anual, también el 17% pagaron un interés de 31% al 40% y finalmente el 6% cancelo un interés más del 41% (ver tabla 12), por otro lado el 83% de los empresarios manifestaron que los créditos obtenidos fueron otorgados a corto plazo (ver tabla 13), así mismo el 78% de los dueños de los restaurantes señalaron que el crédito obtenido los utilizaron en mejoramiento y ampliación del local, el 11% lo invirtieron en activos fijos y el 11% en capital de trabajo (ver tabla 14), Esto puede explicarse debido a que cada banco, maneja criterios distintos en cuanto al porcentaje de interés en sus productos, así mismo para cada departamento del país esta tasa suele variar. Así mismo la mayoría ha solicitado los créditos a corto plazo pagando cuotas con bajo interés de acuerdo a sus

posibilidades de pago, estos resultados se asemejan con los de Salas. C, (2018), donde el 70% de las MYPES desconocen las tasas de intereses mensual que pagan, el 40% solicito crédito a corto y largo plazo, y el 55% lo invirtieron el crédito en mejoramiento y ampliación de local, por otro lado Vilca, F. (2018), donde el 60.0% de las MYPES pagaron el préstamo solicitado en 12 meses, es decir a corto plazo, según German, Y. (2017), el 80% de las MYPES lo invirtieron en capital de trabajo, así mismo Delgado, A. (2016), el 45 % afirmaron que el financiamiento fue a corto plazo también Barrientos, F. (2018), indica que el financiamiento de dinero es a corto plazo y por otro lado Lupu, E. (2016), el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito lo invirtieron en mejoramiento y ampliación de sus locales.

El 80% de las MYPES manifestaron que no reciben créditos por parte de sus proveedores en la compra de los insumos y el 20% si reciben créditos en la compra de insumos (ver tabla 15), este resultado no guarda relación con los antecedentes encontrados.

5.2.4 Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (Objetivo Especifico 3)

El 64% de las MYPES señalaron que sus ventas mensuales son entre 1,000 a 2,000 , el 28% de 3,000 a 4,000 y el 8% de 7,000 a más (ver tabla 16), por otro lado el 68% de los empresarios indican que el 50% representa el costo total de las ventas mensualmente y el 32% representa el 30% (ver tabla 17), así mismo el 52% de los empresarios indicaron que el valor de sus activos fijos son de 5,000, el 20% son de 10,000, el 16% son de 25,000 (ver tabla 18) por otro lado el 44% de los empresarios

encuestados señalaron que tienen dificultades con respecto a la rentabilidad esto se debe a los costos elevados y el 36% debido a la disminución de ventas (ver tabla 19), también el 36% de los entrevistados indicaron que según su percepción de rentabilidad de su negocio es del 11% a 20%, el 28% es del 21% a 30% , el 20% del 5% a 10% y el 16% entre el 31% a 40% (ver tabla 20), así mismo que el 84% de los empresarios señalaron que no utilizan ningún método para medir la rentabilidad de su negocio (ver tabla 21), estos resultados no guardan ninguna relación con los antecedentes encontrados.

VI. CONCLUSIONES

6.1.1 Respecto a las Características de las MYPES (Objetivo Especifico 1)

- El 80% (20), de los dueños de los restaurantes señalaron que están inscritos en la SUNAT y realizan el pago de impuestos y el 20% (05) son informales.
- Así mismo el 40% (10) de los restaurantes tienen de 01 - 03 años de funcionamiento, el 32% (8) de 04 - 06 años, el 20% (05) de 07 - 10 años y el 8% (02), más de 16 años.
- También se ha determinado que, el 64% (16) de los restaurantes su éxito se debe a la publicidad, sabor, buen servicio, precio y ubicación, el 20% (5 encuestados) al buen servicio, el 8% (02) al sabor y el 8% (02 encuestados) al precio.
- Así mismo se llegó a concluir que el 56% (14) de los empresarios tienen laborando en los restaurantes de 01 -03 trabajadores, el 32% (08) de 04 - 06 trabajadores, el 8% (02) de 07 - 09 trabajadores y el 4% (01) de 10 - 15 trabajadores.
- Se ha determinado que el 80% (20) de los restaurantes no ofrecen servicios delivery y el 20% (05) si ofrecen ese tipo de servicio.

6.1.2 Respecto al Financiamiento de las MYPES (Objetivo Especifico 2)

- Del 100% (25), el 72% (18) de los empresarios han solicitado financiamiento externo (instituciones financieras), y el 28% (07) se han financiado con recursos propios.

- Del 100% (18) que solicitaron financiamiento externo el 78% (14), indicaron que solicitaron los préstamos a la instituciones bancarias scotiabank, continental, mi banco y el 22% (04), a entidades no bancarias siendo cajas municipales como caja Trujillo y caja Piura.
- Del mismo 100% (18) de Mypes que solicitaron préstamos a Instituciones Financiera, el 56% (10), indicaron que la dificultad que tuvieron a la hora de solicitar el financiamiento es que se les solicito mucha documentación, el 22% (04) mencionaron que los montos aprobados fueron menores a los montos solicitados, el 17% (03) señalaron que pagaron una tasa de interés muy elevada y el 5% (01) debido a la informalidad. Asimismo el 72% (13) manifestaron que la mayor facilidad para la obtención de un préstamo es como empresa y el 28% (05), indicaron que la mayor facilidad es como persona natural.
- Igualmente del 100% (18) de Mypes que solicitaron préstamos a Instituciones Financieras (terceros), el 44% (08) pago una tasa de interés anual del 21% - 30%, el 33% (06) pago una tasa de interés del 13% - 20%. y el 17% (03) pago una tasa de interés anual del 31% - 40% y el 6% (01) pago una tasa de interés anual del 41% a más. También, el 83% (15) obtuvieron los préstamos a corto plazo de 0- 2 años, el 11% (02), a mediano plazo de 2 - 5 años y el 6% (01) a largo plazo de 5 años a más. También indicaron que, el 78% (14) de los empresarios invirtió el financiamiento obtenido en mejoramiento y ampliación del negocio, el 11% (02) utilizo el financiamiento obtenido en capital de trabajo y el 11% (02) en la compra de activos fijos (adquisición de sillas y mesas).

- Finalmente de la muestra (25) total de encuestados, el 80% (20) de los empresarios indica que la adquisición de insumos (alimentos, bebidas u otros) es compra al contado. asimismo el 20% (05) compra los insumos al crédito a sus proveedores.

6.1.3 Respecto a la Rentabilidad de las MYPES (Objetivo Especifico 3)

- Del 100% (25) de las Mypes encuestadas, el 64% (16) menciona que su ingreso mensual de ventas es de S/. 1000 – S/. 2000, el 28% (07) mencionan que su ingreso es de S/. 3000 – S/. 4000, y asimismo el 8% (02) de S/. 7000 a más.
- Así mismo se determinó que, el 68% (17) manifestaron que el costo total de sus ventas es de 50%, es decir la utilidad bruta y mientras que el 32% (08), el indicaron que el costo total de las ventas es de 30%.
- El 52% (13) indican que el valor de sus activos fijos son de S/. 5000, el 20% (5), mencionan que es de S/. 10,000, el 16% (04) indican que es de S/. 25,000, el 8% (02) indican que es de 30,000 a más y el 4% (01) indican que es de 15,000.
- Así mismo que el 44% (11) indican que presentan problemas e inconvenientes (económicos), en ese sentido se determinó que el principal problema son los costos elevados de los productos, también el 36% (09) indicaron que el inconveniente son las ventas bajas y el 20% (05) mencionaron que es por la presencia de competidores.
- El 36% (09) indicaron que según su percepción la rentabilidad de sus restaurantes incluyendo mano de obra, insumos, gastos administrativos y otros es

11% - 20%, asimismo el 28% (07) de 21% - 30%, también el 20% (05) indico que es del 5% - 10% y finalmente el 16% (04) indican que es del 31% - 40%.

- Finalmente, el 84% (21) de los empresarios no utilizan ningún método para medir la rentabilidad mientras que, el 16% (04) si utilizan métodos para medir la rentabilidad de los restaurantes (empíricos, prácticos llevando un control de ingresos y gastos en un cuaderno de registro).

6.1.4. Respecto a la Propuesta de Mejora (Objetivo Especifico 4)

De acuerdo a la encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes, se determinó que el problema que presenta son los costos elevados y es por ello que tienen una bajísima rentabilidad en la venta de menú.

Tomando en cuenta los problemas identificados en la fase de campo (encuestas), en el objetivo 03 respecto a la rentabilidad es que se elaborará una propuesta de solución al problema planteado *“Baja rentabilidad, debido a los costos de producción elevados”*:

“PROPUESTA DE MEJORA PARA REDUCCIÓN Y CONTROL DE COSTOS EN LOS RESTAURANTES DE VENTA DE MENÚ, DE LA AV. FERNANDO BELAUNDE TERRY DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN, TUMBES 2018”.

Tomando como referencia el análisis realizado a partir de las encuestas aplicadas a todos los restaurantes del centro Poblado de Andrés Araujo Moran, y considerando

la problemática planteada, a continuación se detalla, las siguientes estrategias para mejorar dicha rentabilidad

1. Incrementar Márgenes de Ganancia

- **Reducir los costos de producción**

Para desarrollar esta medida es importante, buscar un equilibrio en el cual puedas aumentar tus ganancias sin sacrificar la cantidad de ventas debido a insatisfacción de tus clientes.

En ese sentido se deben adoptar las siguientes medidas:

- Compra de insumos directamente al productor primario.
- Comprar los insumos al por mayor, mínimo para un periodo semanal.
- Invertir en materiales e insumos, cuando se presente una oferta (descuento) por la adquisición de los mismos.
- Optimizar los recursos humanos, para ello se debe realizar un análisis de rendimiento de hombre/hora.

Así mismo se recomienda llevar un Control Adecuado de los Gastos, realizar un inventario y aplicación de la tecnología

Referencias Bibliográficas

1. **América, Z.** *rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacán.* Disponible. Desde: <http://www.eumed.net/librosgratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
2. **Banca Fácil.** El Sitio educativo del SBIF. Bancos. Disponible. Desde: <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=150000000000013&idCategoria=2>
3. **Barrientos, F. (2018)**, “*caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de san jacinto, 2017*”, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Tumbes- San Jacinto.(pg.v).disponible. Desde: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_BARRIENTOS_PIZARRO_FELIX_ARMANDO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. **Biocomercio Andino –Prom Perú.** *Promoción del Biocomercio en el Sector Financiero para la facilitación de Líneas de Crédito.* Sase Consultores. Perú. Disponible. Desde: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=F4CA847C-0544-441B-BFA6-C1028D8B593A.PDF>
5. **Carmen, H, 2014,** **Concepto:** las MYPES, Mypes Motor de desarrollo de nuestro país. Disponible. Desde: <http://mypesss.blogspot.com/>
6. **Comparabien.com** *¿Que es una Caja de Ahorro y Crédito?* disponible. desde: <https://comparabien.com.pe/faq/que-caja-ahorro-y-credito>
7. **Cornejo, J. (2015)** “*Análisis de Viabilidad de un Restaurante de Segunda Categoría de Comida Tradicional Amazónica del Ecuador en San Antonio de Pichincha para el Año 2015*” en su tesis para la obtención del título de ingeniería en gestión hotelera, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Ciencias Humanas Escuela de Hotelaría y Turismo - Quito- Ecuador. Disponible. Desde: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10296/>

[DISERTACION%20ESTEFANIA%20CORNEJO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

8. **Delgado, A. (2016)**, “*Financiamiento y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes en el Distrito de Huaraz, 2015*”, en su tesis para optar el título profesional de contador público, Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Huaraz.(Pg.VII).disponible. **Desde:**http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2322/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_ALIBIA_SANTA_DELGADO_TAHUA.PDF?sequence=1&isAllowed=y
9. **Enciclopedia de Clasificaciones. (2017)**. *Definición de financiamiento*. Disponible **desde:**<http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013-definicion-de-financiamiento/>
10. **Enciclopedia de Clasificaciones. (2017)**. *Tipos de financiamiento*. Disponible **desde:** <https://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>
11. **EcuRed. Conocimiento con todos y para todos. Rentabilidad**. Disponible. **Desde:** <https://www.ecured.cu/Rentabilidad>
12. **Fidel de la Oliva. (2016)**, *ARTÍCULO ORIGINAL*, La teoría financiera contemporánea: sus aciertos, retos y necesidad para Cuba. Cofin Habana. Disponible. Desde: <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n1/cofin06116.pdf>
13. **German, Y. (2017)**, “*Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo - rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de otuzco, 2015*” en su tesis para optar el título profesional de contador público, Universidad católica los ángeles Chimbote. Chimbote (pg. VI).disponible. **Desde:**http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1810/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_GERMAN_CASTILLO_YURY_ALEXANDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
14. **Gonzales, S. (2014)** “*La Gestión Financiera y el Acceso a Financiamiento de las Pymes del Sector Comercio en la Ciudad de Bogotá*”, tesis presentada como requisito parcial para optar al título de Magíster en Contabilidad y Finanzas, Universidad Nacional de Colombia – Sede Bogotá (Pg. I). disponible. **Desde:**<http://bdigital.unal.edu.co/49025/1/Tesis%20La%20Gesti%C3%B3n%20>

[Financiera%20y%20el%20acceso%20a%20Financiamiento%20de%20las%20Py mes%20del%20Sector%20Comercio%20en%20la%20ciudad%20de%20Bogot%C3%A1.pdf](#)

15. **José, A. (2010).** *Clasificación de los restaurantes.* Naciones Básicas de Restaunteria. Disponible. desde: <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
16. **Jorge, L. (2014),** *Fuentes de financiamiento para las empresas,* Gestipolis. Disponible. Desde: <https://www.gestipolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
17. **La Teoría de la Rentabilidad.** ACTITUD FINANCIERA. Blog sobre finanzas y empresa. Disponible. **Desde:** <https://actitudfinanciera.wordpress.com/2011/07/19/la-teoria-de-la-rentabilidad/>
18. **López, C. (2018),** “Diseño de un plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida saludable ubicado en la ciudad de Santiago De Cali”, en su trabajo de Grado presentado Para optar al título de Ingeniero Industrial, Universidad de San Buenaventura Colombia, Santiago de Cali, Colombia. Disponible. **Desde:** https://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/5546/1/Dise%C3%B1o_Plan_Negocio_Lopez_2017.pdf
19. **Lupu, E. (2016),** “*caracterización del financiamiento rentabilidad de MYPE sector servicios rubro restaurantes, distrito de tumbes, 2016*”, en su informe final para optar el título licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Tumbes (pg. VI).disponible. **Desde:**http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2975/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_LUPU_ATOCHE_ERICK_JOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
20. **María, V.** *Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito,* Netbankdes. Negocios Tecnología Banca y Desarrollo. Disponible. Desde: <http://netbankdes.com/aplicacion/webroot/archivos/130320034959las%20cajas%20municipales%20de%20ahorro%20y%20cr%C3%A9dito%20%C2%BFempresas%20municipales%20o%20empresas%20ajenas%20al%20ambito%20normativo%20del%20sector%20p%C3%ABablico.pdf>

21. **Manuel, R.** *Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Perú*, “Ayudamos a la gente a ayudarse a sí misma”. Disponible desde: http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2006/recomendacion_193/documentos/FENACREP.pdf
22. **MytripleA**, Rentabilidad Financiera. Disponible. Desde: <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad-financiera/>
<https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad-economica/>
23. **Mati, Ch.** *Gastronomía perdía*, (2014). “*Restaurante definición y características (inFormación)*”. Disponible desde: <http://gastronomicaperdia.blogspot.com/2014/12/restaurante-definicion-y-caracteristicas.html>
24. **Meneses, A. (2017)**, “*Alternativas de Financiamiento para Pymes en Ecuador*”, en su tesis previa a la obtención del título de ingeniera en finanzas y auditoría CPA, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito – Ecuador. Disponible. Desde: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16984/1/69335_1.pdf
25. **Miranda, J. (2017)**, “*caracterización del financiamiento y la capacitación en las mype rubro restaurant- pollería en la ciudad de Piura, año 2017*”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Universidad católica los ángeles Chimbote. Piura (pg. iv). disponible. Desde: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3627/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_MIRANDA_ELESPURU_JEAN_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
26. **Milka. E.** *El impacto de las características organizacionales e individuales de los dueños o administradores de las pequeñas y medianas empresas en la toma de decisiones financieras que influyen en la maximización del valor de la empresa*- Grupo de investigación eumednet con el apoyo de Servicios Académicos Internacionales S.C. disponible. Desde: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Teorias%20Financieras%20fundamentales%20en%20las%20PyMES.htm>
27. **Noel, B. (2018)**, *Caracterización del Financiamiento y Gestión de Calidad de las MYPES, Sector Servicio Rubro Restaurantes y Cevicherías en el Distrito de*

Zorritos, 2017”, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote - Tumbes. (Pg.).disponible.

Desde:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_NOEL_NU%C3%91EZ_BETTY_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- 28. Pintado, D. (2018)**, “*Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017*”, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad católica los ángeles Chimbote. Piura (Pg. V).disponible.

Desde:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD_DEL_SERVICIO_AL_CLIENTE_RENTABILIDAD_PINTADO_ALBERCA_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- 29. Salas. C, (2018)**, “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Callería, 2018*”, tesis para optar el título de contador público, Universidad católica los ángeles Chimbote. Pucallpa (pg. VI).disponible.

Desde:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4043/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_SALAS_CARRION_CINTHYA_JOHANNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- 30. Tinoco, A. (2015)**, “*Estructura de capital de las pymes ecuatorianas: Variación de la rentabilidad en función de las fuentes de financiamiento, caso de las Medianas Empresas Societarias de Ecuador (MESE), CIU A0119.03 cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos, periodo 2000 a 2012*”. Tesis para título de ingeniero en contabilidad y auditoría. La Universidad Católica de Loja. Ecuador-Loja, (Pg.01). Disponible. desde:

http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/14214/1/Tinoco_Tinoco_Andrea_Veronica.pdf

- 31. Vilca, F. (2018)**, *Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mype del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017*”, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, Universidad católica los ángeles Chimbote. Lampa - Puno (pg. V).disponible.

Desde:<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4008/F>

[INANCIAMIENTO RENTABILIDAD MYPE VILCA QUISPE FILBER MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

32. **Yendris, P. y otros.** *procedimiento para determinar la estructura financiera óptima en hoteles de capital mixto* - Editado por Servicios Académicos Internacionales para eumed.net. Derechos de autor protegidos. Solo se permite la impresión y copia de este texto para uso personal y/o académico (Pg.15). Disponible. Desde: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1388/estructura-financiera-enfoques.htm>
33. **Zevallos, Y. (2016)**, “*Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes en la Provincia de Leoncio Prado, Periodo 2016*”, en su informe final de tesis para optar el título profesional de contador público”, Universidad católica los ángeles Chimbote. Tingo María (pg.V).disponible. Desde:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2033/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_ZEVALLOS_GONZALES_YESENIA_MAGDALENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO 01: Propuesta de mejora para solución al problema

**PROPUESTA DE MEJORA PARA REDUCCIÓN Y CONTROL DE COSTOS EN
LOS RESTAURANTES DE VENTA DE MENÚ, DE LA AV. FERNANDO
BELAUNDE TERRY DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN,
TUMBES 2018**

Autora: Bach. Aurora Magali Vicente Acha

Tumbes, Octubre del 2018

I. INTRODUCCIÓN

La palabra restaurante llegó a Estados Unidos en 1774, traída por el francés refugiado de la Revolución Jean Baptiste Gilbert Paypalt; sin embargo, a pesar de haber formado un establecimiento de esta índole, el restaurante que generalmente se considera como el primero en Estados Unidos se estableció en la ciudad de Nueva York en 1826 llamado Delmonico's, con un menú sencillo que ofrecía vinos, pasteles de chocolate y helados; su fundador, John Delmonico.

En el Perú y en nuestro departamento de Tumbes, los restaurantes son considerados como micros y pequeñas empresas siendo los motores del crecimiento económico, y en la actualidad estas, sufren serias dificultades para lograr financiarse, por lo que se le hace difícil crecer ya que las entidades financieras no les otorgan los financiamientos adecuados con las tasas de interés que se acoplen a sus necesidades. Así mismo, muchas veces los financiamientos son a corto plazo con una tasa de interés muy elevada la cual no les permite crecer.

Según **Santiago R.**, el análisis de los costos en una empresa es fundamental para entender de manera integral si un negocio es rentable o no. Muchos de nosotros tenemos en cuenta los costos fijos y variables pero, ¿sabes el impacto que tienen los costos ocultos de tus productos o servicios?.

Si bien el motivo o razón que nos lleva a emprender pueda variar entre nosotros, hay una cosa que tenemos seguro en común, y es que comenzamos una actividad económica o emprendimiento con el fin de que sea económicamente rentable/viable. A continuación se presenta el Plan de mejora para reducción de los costos de

producción de los restaurantes de venta de Menú, de la av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes 2018. Este plan establece las pautas a seguir, de cómo reducir los costos de producción (mano de obra, insumos y otros), todo ello con la finalidad de obtener una mayor rentabilidad por la venta diaria de los alimentos (menú).

II. DESCRIPCIÓN DE LAS MYPES

- **Rubro** : Venta de Menú
- **Tipo de Empresa** : Micro y Pequeña Empresa (MYPE)
- **Ubicación** : Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado
Andrés Araujo Moran, Tumbes.
- **Clientes** : Publico en General

III. OBJETIVOS

- Determinar cuáles son los costos de producción por la venta diaria de los alimentos (menú).
- Determinar la rentabilidad diaria promedio de los restaurantes de venta de menú.
- Proponer estrategia y medidas que permitan aumentar la rentabilidad con un adecuado control de costos.

IV. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA ACTUAL

En el Perú y en nuestro departamento de Tumbes, las micros y pequeñas empresas son los motores del crecimiento económico, es por ello la preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil en generar los instrumentos adecuados para apoyarlas (económica y técnicamente). Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento y la rentabilidad. Sin embargo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia las micros y pequeñas empresas, debido a que muchas veces la tasa de interés es muy elevada de los préstamos solicitados.

Al respecto, León de Cermeño y Schereiner establecen que, las entidades financieras de los países latinoamericanos tienen que implementar algunos mecanismos financieros favorables para satisfacer las necesidades financieras crecientes de las micro y pequeñas empresas.

Las MYPES, del sector servicios rubro de restaurantes dedicadas a la venta de menú ubicadas en la av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes, 2018, carecen de recursos Financieros para solventarse, es por ello que en su mayoría han solicitado financiamiento a terceros para crecer tanto en infraestructura como en calidad de servicio.

Se ha determinado que, el ingreso promedio de mensual es de S/. 2,540.00 por negocio, el total de las ventas mensuales, aproximadamente el 50% representa el costo total del servicio ofrecido (mano de obra, insumos, gastos administrativos y

otros) el 52% señalaron que sus activos fijos son de 5,000. Así mismo Aproximadamente el 90 % de los negocios, presenta problemas e inconvenientes (económicos), en ese sentido se determinó que el principal problema son los costos elevados de los productos, seguidamente de las ventas bajas y en una menor proporción, por la presencia de competidores.

De acuerdo a los análisis realizados se ha determinado que, la ganancia aproximada por la venta de alimentos (restaurantes rubro menú), es de 50% de la inversión total, lo cual está acorde con la realidad del mercado local. Así mismo, es preciso señalar que, según la percepción de los empresarios su rentabilidad es del 11% - 20% y la totalidad de empresarios no utilizan ningún método para medir la misma.

Por otro lado, la falta de un método o una estrategia de control de ingresos y egresos, ha conllevado a realizar gastos innecesarios y por ende disminuir las ganancias. Enlazado a ello, la rentabilidad se ve directamente afectada, debido a los costos elevados que representa la producción diaria de los menús.

Lo anteriormente descrito, se contrasta con la encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes, donde se determinó que el problema que presenta son los costos elevados y es por ello que tienen una bajísima rentabilidad en la venta de menú.

Tomando en cuenta los problemas identificados en la fase de campo (encuestas), es que se elaborará una propuesta de solución al problema planteado “*Baja rentabilidad, debido a los costos de producción elevados*”, la cual se espera, pueda servir como instrumento para fortalecer y ayudar a mejorar la rentabilidad de los

Restaurantes de Venta de Menú, de La Av. Fernando Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran.

V. ANTECEDENTES

Según, **Pintado, D. (2018)**, en su informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración “*Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017*”, identificó el siguiente enunciado *¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital?*, después de un exhaustivo análisis, dio a conocer los resultados correspondientes a la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad. Concluyendo que, los servicios brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital son muy buenos, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles, como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose así mismo, accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, se identificó que cuentan con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, atención personalizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención. En cuanto a la rentabilidad determino que, los propietarios de los restaurantes obtienen una rentabilidad promedio de 11% - 20% de los costos de producción.

VI. MARCO TEÓRICO

La rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades.

La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

Costo

Se define como el “valor” sacrificado para adquirir bienes o servicios que se mide en dinero, mediante la reducción de activos (desembolso) o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios (adquisición de deuda).

Tipos de Costo:

Costo de Comprar y Vender: El costo en este caso es el precio neto de compra, que se cancela por un determinado bien, sumando los desembolsos necesarios (generalmente fletes) hasta que sea puesto a la venta. Un ejemplo, de este tipo de costo es el de un supermercado que realiza operaciones de compra - venta

Costo de Fabricar: Se incorporan otros elementos al proceso de fabricación o de transformación. Aquí generalmente a la materia prima se le incorpora un proceso adicional y se obtiene un producto diferente al que se había adquirido. Cada empresa al realizar sus propios productos, posee entonces el Costo de Fabricación, que se genera en el proceso productivo de un determinado producto.

Elementos del Costo: Los elementos del costo de un producto o sus componentes son los materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Esta clasificación suministra a la gerencia la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación de precio del producto.

Materiales

Son los principales recursos que se usan en la producción, éstos se transforman en bienes terminados con la adición de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. El costo de los materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos, de la siguiente manera:

Materiales directos: Son todos los que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración del producto. Un ejemplo de material directo es la madera aserrada que se utiliza en la fabricación de una cama.

Materiales indirectos: Son aquellos involucrados en la elaboración de un producto, pero no son materiales directos. Estos se incluyen como parte de los costos

indirectos de fabricación. Un ejemplo es el pegamento usado para construir una cama.

Mano de Obra: Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta, como sigue:

Mano de Obra directa: Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con éste con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración del producto. El trabajo de los operadores de una máquina en una empresa de manufactura se considera mano de obra directa, o persona que pule la madera y ensambla la cama.

Mano de Obra indirecta: Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación.

Costos Indirectos de Fabricación: Se utiliza para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente (en el producto final) con los productos específicos. Ejemplos de otros costos indirectos de fabricación, son arrendamiento, energía y calefacción, depreciación del equipo de la fábrica.

Costos en relación con el volumen

Los costos varían de acuerdo con los cambios en el volumen de producción. Comprender su comportamiento es vital en casi todos los aspectos de

costeo de productos, evaluación de desempeño y toma de decisiones gerenciales. Los costos con respecto al volumen se clasifican como variables, fijos y mixtos.

Costos Variables: Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, o producción, dentro del rango relevante, en tanto el costo unitario permanece constante.

Costos Fijos: Son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante dentro de un rango relevante de producción, mientras el costo fijo por unidad varía con la producción.

Costos Mixtos: Estos costos tienen las características de fijos y variables, a lo largo de varios rangos relevantes de operación. Existen dos tipos de costos mixtos:

Costos semivARIABLES: La parte fija de un costo semivariable usualmente representa un cargo mínimo al hacer determinado artículo o servicio disponible. La parte variable es el costo cargado por usar realmente el servicio. Por ejemplo la mayor parte de los cargos por servicios telefónicos constan de dos elementos, un cargo fijo por permitirle al usuario recibir o hacer llamadas telefónicas, más un cargo adicional o variable por cada llamada telefónica realizada.

Costo escalonado: La parte fija de los costos escalonados cambia abruptamente a diferentes niveles de actividad puesto que estos costos se adquieren en partes indivisibles.

Para qué nos sirven los costos

Es importante tener presente que los costos unitarios de los distintos productos ya sean fabricados o no, representan sólo un parámetro de referencia para la toma de decisiones, sobre todo en los precios de venta y políticas de descuento.

La determinación de un costo de fabricación debe permitir al empresario entre otras cosas, lo siguiente:

- Fijar con certeza precios de venta.
- Conocer su margen de comercialización.
- Saber cuánto está destinando para financiar los gastos que no son costos.
- Establecer una adecuada política de control y reducción de costos.
- Permite una correcta valuación de inventarios de productos terminados.
- Una adecuada valoración de sus elementos para cada ítem de costo.

Análisis de Riesgo y Utilidad

Una medida útil para la gerencia en la planeación de la utilidad es la del porcentaje máximo en que las ventas esperadas pueden disminuir y aun generar una utilidad.

Esto se conoce como Margen de Seguridad y se calcula con la siguiente ecuación:

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{\text{ventas esperadas} - \text{ventas en el punto de equi.}}{\text{ventas esperadas}}$$

VII.PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA.

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

Tomando como referencia el análisis realizado a partir de las encuestas aplicadas a todos los restaurantes del centro Poblado de Andrés Araujo Moran, y considerando la problemática planteada, a continuación se detalla, las siguientes estrategias para mejorar dicha rentabilidad:

1. Control adecuado de los gastos

Controlar los gastos tiene la ventaja de que, cada sol que se ahorre de manera inteligente se convertirá en un sol extra que tendrás como ganancia. Para este propósito será de gran utilidad elaborar un *estado de flujo* (entradas y salidas) de efectivo mensual en el cual se podrá analizar en qué rubros está gastándose más en tu empresa y en cuáles se pueden realizar ajustes que te permitan ser más eficiente.

De igual manera, es recomendable implementar la práctica de *elaborar presupuestos* con lo cual estarás monitoreando de manera periódica los gastos y comprobando si se está siguiendo con lo planificación mensual de gastos, ya sean estos fijos y variables.

2. Incrementar márgenes de ganancia

El margen de ganancia es la diferencia entre el precio de venta del producto o servicio y el costo que implica producirlo. Para aumentar la utilidad se propone lo siguiente:

- *Reducir los costos de producción*

Para desarrollar esta medida es importante, buscar un equilibrio en el cual puedas aumentar tus ganancias sin sacrificar la cantidad de ventas debido a insatisfacción de tus clientes.

En ese sentido se deben adoptar las siguientes medidas:

- Compra de insumos directamente al productor primario.
- Comprar los insumos al por mayor, mínimo para un periodo semanal.
- Invertir en materiales e insumos, cuando se presente una oferta (descuento) por la adquisición de los mismos.
- Optimizar los recursos humanos, para ello se debe realizar un análisis de rendimiento de hombre/hora.

3. Realizar un inventario

La correcta administración de un/os inventarios es uno de los factores clave que inciden en el buen desempeño de las empresas y por ende el aumento de sus ganancias. Es imprescindible que los restaurantes cuenten con un inventario bien gestionado y controlado para no generar costos innecesarios.

El seguimiento y control de inventarios es una actividad medular en las micro y pequeñas empresas ya que, al tener una visibilidad confiable del mismo puedes tomar mejores decisiones además de reducir costos al no cargar con excesos o faltantes de mercancía y por lo tanto ofrecer un mejor servicio a tu cliente.

4. Aplicación de tecnología

Un factor clave para mejorar la rentabilidad de tu empresa es la integración de la información para tomar decisiones acertadas y en tiempo, evitar re-trabajos y minimizar el margen de error al momento de ingresar y manejar los datos e indicadores importantes para las operaciones del negocio. Las soluciones tecnológicas juegan un papel importante en este tema al optimizar los procesos internos y ahorrar costos, logrando con esto tener una empresa más eficiente en el uso de sus recursos tanto de capital como humanos.

Apóyate en herramientas que te permitan maximizar el potencial de tu negocio para enfocar tus esfuerzos en las actividades que realmente te están generando un valor y así puedas planear de manera más efectiva para alcanzar las metas estratégicas.

Como ejemplo se puede utilizar la tecnología para realizar una difusión masiva de los servicios que ofreces, incluso se puede difundir las promociones u ofertas que se planifiquen cada cierto tiempo, con respecto a la venta de los menús.

VIII. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

En la siguiente tabla, se han considerado algunas acciones específicas, las cuales tienen la finalidad de reducir los costos de producción y por ende aumentar la rentabilidad.

Tabla N° 01. Acciones específicas

ACCIONES	MES I				MES II			
	Semana				Semana			
	01	02	03	04	01	02	03	04
Estudio y análisis de costos	x	x						
Definición de costos de producción		x						
Control de las ventas diarias	x	x	x	x	x	x	x	x
Implementación de estrategias para reducción de costos de producción (ítem VII – 2).			x	x				
Balance de ingresos y egresos				x				X
Seguimiento y supervisión				x				x

Fuente: Elaboración propia

- El control de ventas diarias, debe ser continuo.
- El balance de ingresos y egresos debe realizarse mínimo una vez al mes

IX. SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN

Para el cumplimiento y ejecución, es de suma importancia, realizar un monitoreo constante a todas las acciones específicas planteadas, en ese sentido, se recomienda implementar y/o tener un control de ocurrencias y evaluación, a fin de determinar con exactitud, si la rentabilidad mensual aumento con respecto a los cambios planteados.

Ejemplo 01

Arroz con Pollo Acompañado con Sopa de Res más Refresco de Naranja

I. Costo Actual de Fabricación de un Menú

1.1. Costos Directos

Materia Prima	Cantidad		Precio Unitario	Precio Total	P. por Cada Menú
Pierna pollo	6.0	Kg	10.00	60.00	1.20
Arroz	6.5	KG	3.50	22.75	0.46
Fideo	2.5	KG	4.50	11.25	0.23
Papa	5	KG	1.50	7.50	0.15
Naranja	12	UND	0.20	2.40	0.05
hueso	5	KG	8.00	40.00	0.80
azúcar	1.5	KG	2.40	3.60	0.07
TOTAL				147.50	2.95

Mano de Obra	Pago Diario	P. por Cada Menu
Cocinero	40.00	0.80
TOTAL		0.80

1.2. Costos Indirectos

Insumos Menores	precio total	P. Cada Menu
sal	0.50	0.01
1/2 Aceite	4.00	0.08
Pimienta	0.50	0.01
pimiento	2.00	0.04
escabeche	2.00	0.04
Orégano	0.50	0.01
ajo	1.00	0.02
ajimoto	1.00	0.02
cebolla	2.00	0.04
limón	0.50	0.01
culantro	5.00	0.10
arveja	3.00	0.06
zanahoria	2.00	0.04
verdura	10.00	0.20
espinaca	5.00	0.10
Gas	35.00	0.23
TOTAL	74.00	1.01

Mano de Obra Indirecta	Pago diario	P. Cada Menú
Azafata	20.00	0.40
TOTAL		0.40

1.3. Costos de Operación

Gastos Pre Operativos	precio talonario	P. Cada Menú
Boletas ventas	10.00	0.10
TOTAL		0.10

Gastos Administrativos	pago mensual	Pago Diario	P. Cada Menú
luz	45.00	1.50	0.03
Agua	55.00	1.83	0.04
TOTAL			0.07

Útiles Oficina	precio Unitario	P. Cada Menú
lapicero	0.50	0.02
hojas para apuntes	1.00	0.03
TOTAL		0.05

Costo Total de un Menú	
Materia Prima	2.95
Mano de Obra	0.80
Insumos Menores	1.01
Mano de Obra Indirecta	0.40
Gastos Pre Operativos	0.10
Gastos Administrativos	0.07
Útiles de Oficina	0.05
Total	5.38

Nota: Se ha calculado que los Restaurantes Ubicados en la AV. Belaunde Terry del Centro Poblado Andrés Araujo Moran, Tumbes 2018, el costo total de la preparación de un menú es de S/. 5.38, soles el mismo que se ofrece al público en un valor de S/ 8.00,

soles se puede decir que por cada de venta de un menú se obtiene una ganancia de 2.62 soles.

Ejemplo 02

II. Propuesta de Mejora Llevando un Mejor Control de los Costos

2.1.Materia Prima

Materia Prima		Cantidad	P. Unitario	Precio Total	P. Cada Menú
Pollo entero	UND	3.00	16.00	48.00	0.96
Arroz	KG	6.50	2.50	16.25	0.33
Fideo	KG	2.50	4.00	10.00	0.20
Papa	KG	5.00	1.50	7.50	0.15
Naranja	UND	12.00	0.20	2.40	0.05
hueso	KG	5.00	7.00	35.00	0.70
azúcar	KG	1.50	2.40	3.60	0.07
TOTAL			33.60	122.75	2.46

Mano de Obra Indirecta		Pago diario	P. Cada Menú
Cocinero	35.00	35.00	0.70
TOTAL			0.70

2.2.Costos Indirectos

Insumos Menores	precio total	P. Cada Menú
sal	0.50	0.01
1/2 Aceite	3.50	0.07
Pimienta	0.50	0.01
pimiento	2.00	0.04
escabeche	2.00	0.04
Orégano	0.50	0.01
ajo	1.00	0.02
ajimoto	1.00	0.02
cebolla	2.00	0.04
limón	0.50	0.01
culantro	5.00	0.10
arveja	3.00	0.06
zanahoria	2.00	0.04

verdura	10.00	0.20
espinaca	5.00	0.10
Gas	11.67	0.23
TOTAL		1.00

Mano de Obro Indirecta	Pago diario	P. Cada Menú
Azafata	20.00	0.40
TOTAL		0.40

2.3.Costos de Operación

Gastos Pre Operativos	precio talonario	P. Cada Menú
Boletas ventas	10.00	0.10
TOTAL		0.10

Gastos Administrativos	pago mensual	Pago Diario	P. Cada Menú
luz	40.00	1.33	0.03
Agua	30.00	1.00	0.02
TOTAL			0.05

Útiles Oficina	precio Unitario	P. Cada Menú
lapicero	0.50	0.01
hojas para apuntes	1.00	0.02
TOTAL		0.03

Costo Total de un Menú	
Materia Prima	2.46
Mano de Obra	0.70
Insumos Menores	1.00
Mano de Obra Indirecta	0.40
Gastos Pre Operativos	0.10
Gastos Administrativos	0.05
Útiles de Oficina	0.03
Total	4.74

Nota: De acuerdo a la propuesta de mejora realizada se ha determinado un aumento de 0.64 soles con respecto a la ganancia inicial por la venta de un menú.

Este aumento de la ganancia se debe a que se va llevar un adecuado control de los costos y se reducirá el costo unitario de las materias primas principales, debido a que se adquirirán al por mayor.

ANEXO 02: Caso práctico de rentabilidad

Ejercicios de Determinación de Rentabilidad

Ejercicio 01

MYPE RUBRO RESTAURANTE					
DATOS:					
Ventas del mes	:		2540.00		
Compras del mes: (Costo)	:		1250.00		
Impuesto (hasta 5%)	:		20.00		
Luz-Agua	:	70.00			
Cuota de Prestamo mensual	:	135.00			
Honorarios Dueño	:	0.00			
Honorarios empleados	:	650.00			
Telefonica-Movil - Internet-Celular	:	0.00			
otros	:	50.00			
Total Gastos			905.00		
Inversion a la fecha proyectada (K=Activo)			5000.00		
Monto Prestamo actual			2000.00		
CALCULOS					
1	Rentabilidad sobre ventas				
	Margen de contribución =	$\frac{\text{Ventas} - \text{Coste de ventas}}{\text{Ventas}}$	$= \frac{2540.00 - 1250.00}{2540.00}$	$= \frac{1290.00}{2540.00}$	$= 50.79\%$
		Rentabilidad de las ventas = $\frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas}}$			
2	Rentabilidad sobre ventas				
	Margen de utilidad neta =	$\frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Ventas}}$	$= \frac{2540.00 - 2175.00}{2540.00}$	$= \frac{365.00}{2540.00}$	$= 14.37\%$
3	Rentabilidad del capital = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}} = \frac{\text{Beneficio} - \text{impuestos}}{\text{Fondos propios}}$		$= \frac{385.00 - 20.00}{5000.00}$	$= \frac{365.00}{5000.00}$	$= 7.30\%$
4	Rentabilidad sobre activos = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activo total}}$		$= \frac{2540.00 - 2175.00}{5000.00}$	$= \frac{365.00}{5000.00}$	$= 7.30\%$
5	Rentabilidad de los capitales propios = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capitales propios}}$		$= \frac{2540.00 - 2175.00}{5000.00}$	$= \frac{365}{5000.00}$	$= 7.30\%$
	Beneficio neto sobre recursos propios = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios medios}}$				
6	Beneficio neto sobre ventas = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Beneficio después de impuestos}}{\text{Importe de las ventas}}$		= rentabilidad sobre ventas		14.37%
			= Margen utilidad neta		

Fuente Elaboración: Entrevista y Encuesta Aplicada a los Restaurantes de Venta de Menú

Ejercicio 02

MYPE RUBRO RESTAURANTE					
DATOS:					
Ventas del mes	:		3500.00		
Compras del mes: (Costo)	:		1750.00		
Impuesto (hasta 5%)	:		20.00		
Luz-Agua	:	80.00			
Cuota de Prestamo mensual	:	150.00			
Honorarios Dueño	:	0.00			
Honorarios empleados	:	1200.00			
Telefonica-Movil - Internet-Celular	:	0.00			
otros	:	50.00			
Total Gastos			1480.00		
Inversion a la fecha proyectada (K=Activo)			10000.00		
Monto Prestamo actual			3000.00		
CALCULOS					
1	Rentabilidad sobre ventas				
	Margen de contribución =	$\frac{\text{Ventas} - \text{Coste de ventas}}{\text{Ventas}}$	$\frac{3500.00 - 1750.00}{3500.00}$	$= \frac{1750.00}{3500.00}$	$= 50.00\%$
	Rentabilidad de las ventas =	$\frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas}}$			
2	Rentabilidad sobre ventas				
	Margen de utilidad neta =	$\frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Ventas}}$	$\frac{3500.00 - 3250.00}{3500.00}$	$= \frac{250.00}{3500.00}$	$= 7.14\%$
3	Rentabilidad del capital =	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}} = \frac{\text{Beneficio} - \text{impuestos}}{\text{Fondos propios}}$	$\frac{270.00 - 20.00}{10000.00}$	$= \frac{250.00}{10000.00}$	$= 2.50\%$
4	Rentabilidad sobre activos =	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activo total}}$	$\frac{3500.00 - 3250.00}{10000.00}$	$= \frac{250.00}{10000.00}$	$= 2.50\%$
5	Rentabilidad de los capitales propios =	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capitales propios}}$	$\frac{3500.00 - 3250.00}{10000.00}$	$= \frac{250}{10000.00}$	$= 2.50\%$
	Beneficio neto sobre recursos propios =	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios medios}}$			
6	Beneficio neto sobre ventas =	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Beneficio después de impuestos}}{\text{Importe de las ventas}}$		$\hat{=}$ rentabilidad sobre ventas	7.14%
				Margen utilidad neta	

Fuente Elaboración: Entrevista y Encuesta Aplicada a los Restaurantes de Venta de Menú

ANEXO 03: Evidencia de envío de Carta a Sunat solicitando base de datos Mypes

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Tumbes, 16 de Agosto del 2018

CARTA N° 001-2018-TUMBES-ULADECH-AMVA

SEÑOR:
SUPERINTENDENCIA SUNAT TUMBES

ASUNTO : Solicito Reporte de MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes del Centro Poblado Andrés Araujo Moran –Tumbes

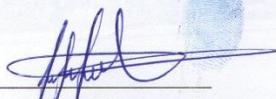
REF. : Curso de Titulación de Carrera de Contabilidad

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo presentarme, Yo Aurora Magali Vicente Acha, con Domicilio actual Calle 14 0 MZ.G lote 14 AA. HH. Ciudadela Noé -7430-150-Tumbes. Me Presento y expongo ante usted lo siguiente.

Que siendo alumna 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 el Centro Poblado Andrés Araujo Moran –Tumbes, dedicadas al rubro Restaurantes, a fin de determinar mi muestra en mi informe final de investigación denominado “INCIDENCIA DEL FINANCIAMIENTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN, DISTRITO, TUMBES, 2018”.

Con la finalidad de poder desarrollar la presente investigación espero se me facilite dicha información, a mi correo electrónico: magi-18v@hotmail.com celular: 98453581, le agradezco por anticipado expresándole los sentimientos y muestra de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


Aurora Magali Vicente Acha
DNI: 46951851

ANEXO 04: Respuesta de SUNAT, sobre Solicitud de base Datos de Mypes.

The screenshot shows an Outlook email interface. The top bar is pink with the Outlook logo and the text "Correo de Outlook". Below this is a search bar and a menu with options like "Nuevo", "Eliminar", "Archivar", "Correo no deseado", "Limpiar", "Mover a", "Categorías", and "Deshacer". The left sidebar shows a list of folders: "Carpetas", "Bandeja de entrada" (273), "Correo no deseado" (27), "Borradores" (30), "Elementos enviados", "Elementos eliminados", "auditoria gubernaamental", "Conversation History", "CURRICULO", "DOCTRINA SOCIAL", "EE.FF", "GRT", "planeamiento estrategico", "SUNAT" (11), "tesis" (3), and "Unwanted". The main content area shows an email from "Señorita: AURORA MAGALI VICENTE ACHA" with RUC: 10469518511 and address: Calle 14 0 Mz. G Lt. 14 AA.HH. Ciudadela Noé, Tumbes - Tumbes - Tumbes. The email body contains the following text:

Tengo el agrado de dirigirme a usted en atención al documento del asunto, a través del cual solicita relación de empresas MYPES persona natural del Régimen Único Simplificado dedicadas al rubro restaurantes ubicadas en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán del Distrito de Tumbes, 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 05: Cuestionario, Aplicado a las MYPES del rubro restaurantes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

ENCUESTA

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es conocer la **“CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES DE VENTA DE MENÚ, DE LA AV. FERNANDO BELAUNDE TERRY, DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORAN, TUMBES, 2018”**. La información proporcionada será utilizada para fines académicos de investigación, se conservara con absoluta confidencialidad.

I. DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO DE LA MYPE

1.1 Sexo:

- a) Masculino ()
- b) Femenino ()

1.2 Grado de instrucción:

- a) Primaria ()
- b) Secundaria ()
- c) Universitario ()
- d) Superior Técnico ()

II. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

2.1 Tiene RUC

- b) Si ()
- c) No ()

2.2 Cuantos años de funcionamiento tiene su Empresa

- a) De 01 a 03 años ()
- b) De 04 a 06 Años ()
- c) De 07 a 10 Años ()
- d) De 11 a 15 años ()
- e) Más de 16 años, especifique:.....

2.3 Considera usted que la demanda de los servicios de restaurantes se debe

a :

- a) Publicidad ()
- b) Sabor ()
- c) Buen Servicio ()
- d) El precio ()
- e) La Ubicación ()
- f) Todas las Anteriores ()

2.4 Su restaurante ofrece servicios de Delivery

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

2.5 Cuantos trabajadores laboran en su empresa

- a) De 01 a 03 Trabajadores ()
- b) De 04 a 06 Trabajadores ()
- c) De 07 a 09 Trabajadores ()
- d) De 10 a 15 Trabajadores ()
- e) Más de 16 Trabajadores ()

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES

3.1 Los recursos que utiliza para financiar las actividades su empresa son:

- a) Propios ()
- b) Terceros ()

3.2 Si el financiamiento que utiliza su empresa es de terceros: A qué entidades recurre para obtener financiamiento:

- a) Entidades bancarias ()
- b) Entidades no bancarias ()
- c) Crédito de Proveedores ()

3.3 Que dificultades /problemas tuvo al solicitar crédito

- a) Mucho Papeleo ()
- b) Informalidad ()
- c) Tasas Muy Elevadas ()
- d) Montos insuficientes ()
- e) Plazos Muy Cortos ()

3.4 El crédito que Obtuvo fue como

- a) Persona Natural ()
- b) Como Negocio ()

3.5 Cual fue la tasa anual de interés que pago

- a) 13% al 20% ()
- b) 21% al 30% ()
- c) 31% al 40% ()
- d) Más del 41% ()

3.6 El crédito que le otorgaron fue a :

- a) Corto plazo: 0 – 2 Años ()
- b) Mediano plazo: 2-5 Años ()
- c) Largo Plazo: 5 a más años ()

3.7 En que invirtió el crédito financiero obtenido:

- a) Capital de trabajo ()
- b) Mejoramiento y/o ampliación del local ()

c) Activos fijos (Compras) ()

d) Alquiler de Local ()

3.8 Recibe usted créditos por parte de sus proveedores en la compras de insumos.

a) Si ()

b) No ()

IV. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

4.1Cuál es el monto de sus ventas mensuales

a) De 1000 a 2000 ()

b) De 3000 a 4000 ()

c) De 5000 a 6000 ()

d) De 7000 a mas ()

4.2 De sus ventas mensuales que porcentaje representa el costo total

a) 30% ()

b) 50% ()

c) 70% ()

d) 80% ()

e) 90% a mas ()

4.3 Cual es valor de sus activos fijos

a) 5,000 ()

b) 10,000 ()

c) 15,000 ()

d) 25,000 ()

e) 30,000 a más ()

4.4 Que dificultades o problemas tiene su negocio con respecto a su rentabilidad

a) Costos elevados ()

b) Disminución de Ventas ()

c) Presencia de competidores ()

4.5 Que percepción de rentabilidad tiene usted de su negocio

- a) 05% al 10% ()
- b) 11% al 20% ()
- c) 21% al 30% ()
- d) 31% al 40% ()
- e) Más de 50% ()

4.6 Utiliza algún método para medir la Rentabilidad de su Empresa

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

Tumbes,.....de.....del.....

ANEXO 06: Tabulación de resultados

I. REFERENTE A LOS DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO DE LA MYPE

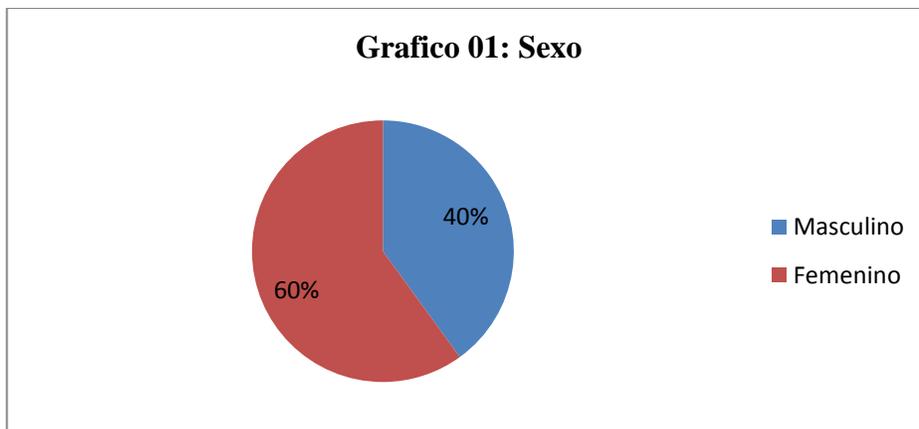
PREGUNTA N° 1: Sexo del Representante

Tabla 1: Sexo del Representante

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	40%
Femenino	15	60%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 1: Sexo Representante



Fuente: Tabla 1

Elaboración: Propia

Interpretación: El 60% de los representantes encuestados manifestaron que son de sexo femenino, mientras que el 40% indicaron que son de sexo masculino.

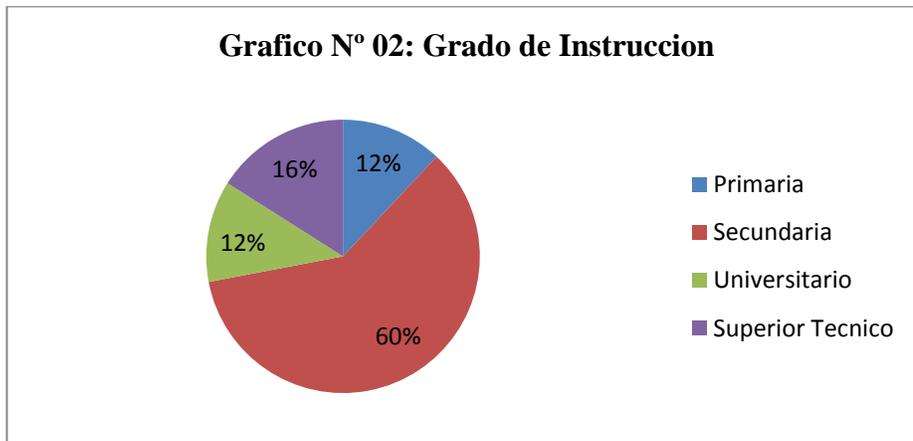
PREGUNTA N° 02: Grado de Instrucción

Tabla 2: Grado de Instrucción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	3	12%
Secundaria	15	60%
Universitario	3	12%
Superior Técnico	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 2: Grado de Instrucción



Fuente: Tabla 2

Elaboración: Propia

Interpretación: El 60% de los entrevistados indicaron que tienen estudios secundarios, el 16% tienen superior técnico y 12% tienen estudios universitarios y el 12% tienen estudios primarios.

II. REFERENTE A LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

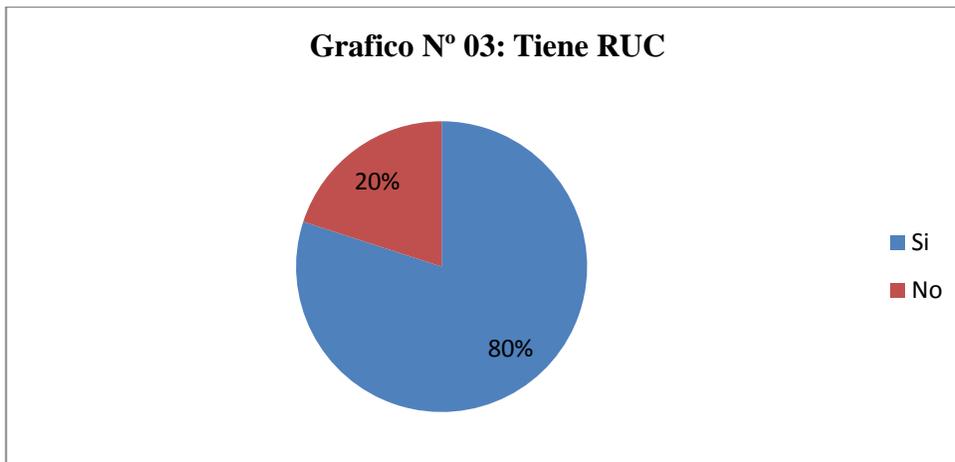
PREGUNTA N° 03: Tiene RUC

Tabla 3: Tiene RUC

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	80%
No	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 3: Tiene RUC



Fuente: Tabla 3

Elaboración: Propia

Interpretación: El 80% de los encuestados señalaron que sus negocios si tienen RUC y el 20% son informales.

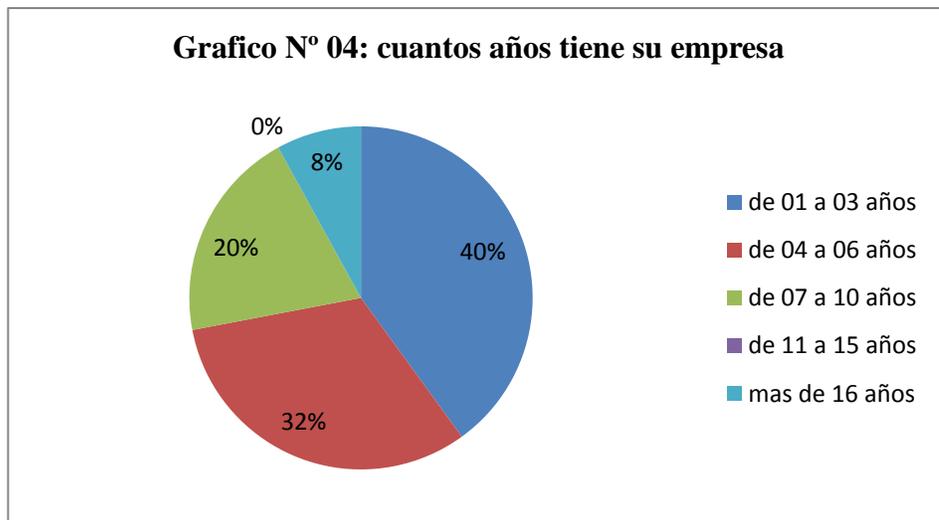
PREGUNTA N° 04: Cuantos años de funcionamiento tiene su empresa

Tabla 4: Cuantos años tiene su empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
de 01 a 03 años	10	40%
de 04 a 06 años	8	32%
de 07 a 10 años	5	20%
de 11 a 15 años	0	0%
más de 16 años	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 4: Cuantos años tiene su empresa



Fuente: Tabla 4

Elaboración: Propia

Interpretación: El 40% de los representantes de las Mypes indicaron que sus negocios tienen de 01 a 03 años, el 32% tienen de 04 a 06 años, el 20% tienen de 07 a 10 años y el 8% más de 16 años de funcionamiento.

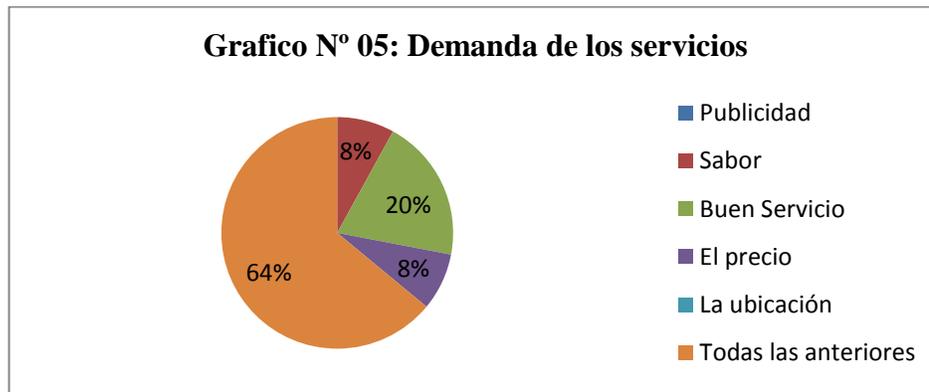
PREGUNTA N° 05: Considera usted que la demanda de los servicios de restaurantes se debe a:

Tabla 5: la demanda de los servicios de restaurante se debe a:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad	0	0%
Sabor	2	8%
Buen Servicio	5	20%
El precio	2	8%
La ubicación	0	0%
Todas las anteriores	16	64%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 5: Demanda de los servicios



Fuente: Tabla 5

Elaboración: Propia

Interpretación: El 64% de los encuestados manifestaron que la demanda de los servicios se debe a publicidad, sabor, buen servicio, el precio y la ubicación, mientras

que el 20% señalaron que se debe al buen servicio, el 8% al precio y el 8% a al sabor.

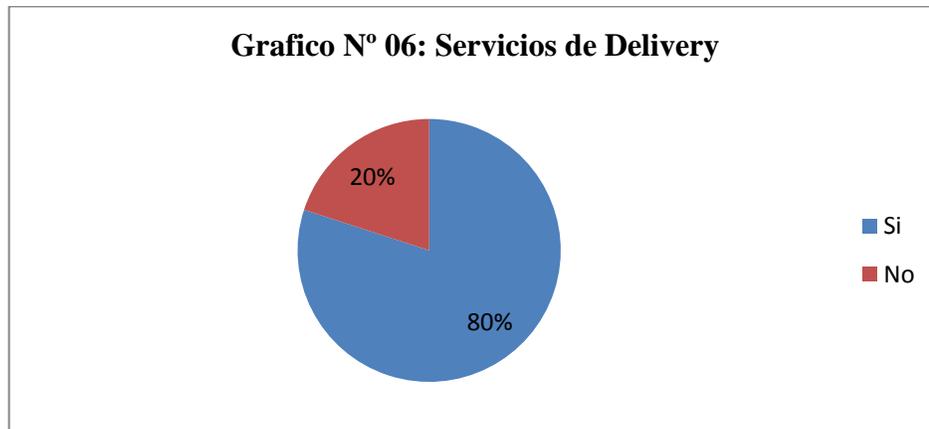
PREGUNTA N° 06: Su restaurante ofrece servicios delivery

Tabla 6: servicios de Delivery

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	80%
No	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 6: Servicios de Delivery



Fuente: Tabla 6

Elaboración: Propia

Interpretación: El 80% de los encuestados indicaron que sus restaurantes no ofrecen servicio de delivery mientras que el 20% sí.

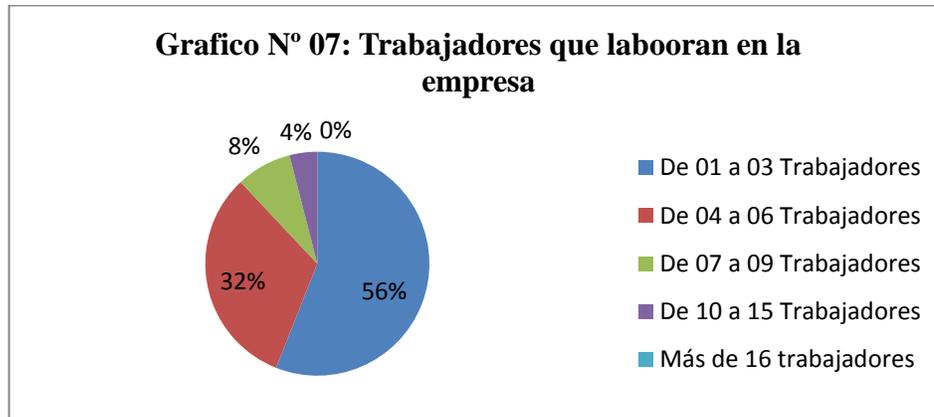
PREGUNTA N° 07: Cuantos trabajadores laboran en su empresa

Tabla 7: Trabajadores que laboran en la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 01 a 03 Trabajadores	14	56%
De 04 a 06 Trabajadores	8	32%
De 07 a 09 Trabajadores	2	8%
De 10 a 15 Trabajadores	1	4%
Más de 16 trabajadores	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 7: Trabajadores que laboran en la empresa



Fuente: Tabla 7

Elaboración: Propia

Interpretación: El 56% de los empresarios encuestados indicaron que tienen laborando en su negocio de 01 a 03 trabajadores, el 32% de 04 a 06 trabajadores, el 8% de 07 a 09 trabajadores y el 4% de 10 a 15 trabajadores.

III. REFERENTE AL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

PREGUNTA N° 08: Los recursos que utiliza para financiar las actividades de su empresa son

Tabla 8: Recursos que se utilizan para financiar las actividades de la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Propios	7	28%
Terceros	18	72%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 8: Recursos que se utilizan para financiar las actividades de la empresa



Fuente: Tabla 8

Elaboración: Propia

Interpretación: El 72% de los entrevistados se indicaron que los recursos que utiliza para financiar las actividades de la empresa son terceros mientras que el 28% son propios.

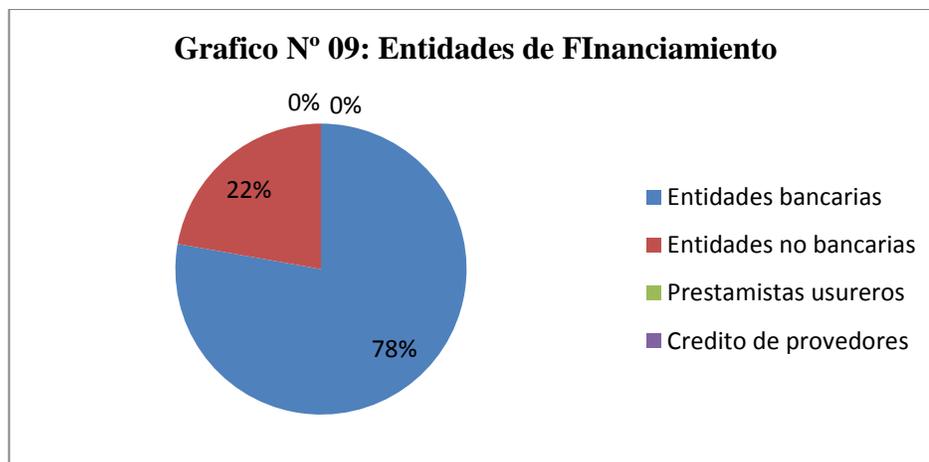
PREGUNTA N° 09: Si el financiamiento que utiliza su empresa es de terceros: A que entidades recurre para obtener financiamiento.

Tabla 9: Entidades de Financiamiento.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entidades bancarias	14	78%
Entidades no bancarias	4	22%
Prestamistas usureros	0	0%
Crédito de proveedores	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 9: Entidades de Financiamiento



Fuente: Tabla 9

Elaboración: Propia

Interpretación: El 78% de los empresarios entrevistados indicaron que los créditos obtenidos fueron las entidades bancarias y el 22% de la entidades no bancarias en este caso vienen ser las cajas, cooperativas, ONG.

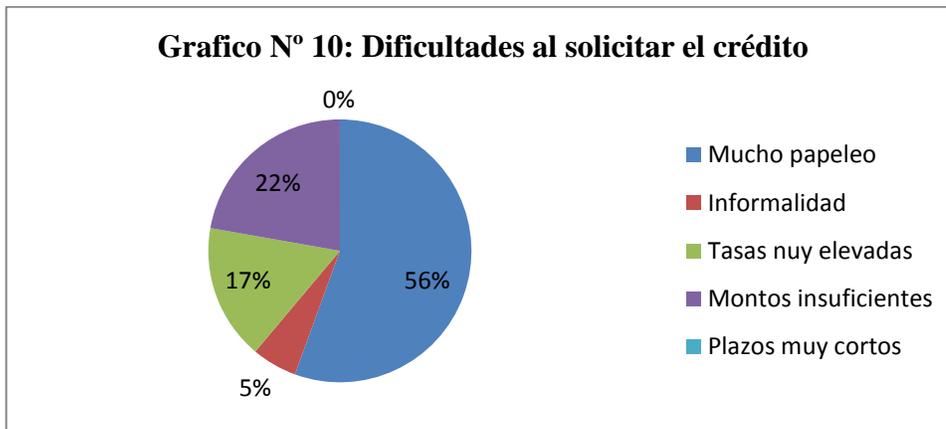
PREGUNTA N° 10: Que dificultades /problemas tuvo al solicitar un crédito.

Tabla 10: Dificultades al solicitar el Crédito

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho papeleo	10	56%
Informalidad	1	5%
Tasas muy elevadas	3	17%
Montos insuficientes	4	22%
Plazos muy cortos	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 10: Dificultades al solicitar el crédito



Fuente: Tabla 10

Elaboración: Propia

Interpretación: El 56% de los entrevistados manifestaron que a la hora de solicitar un crédito le solicitaron mucho papeleo el 22% indicaron que los montos de los créditos otorgados no fueron por el monto solicitado, el 17% les cobraron una tasa de interés muy elevada y el 5% tuvieron la dificultad por la informalidad.

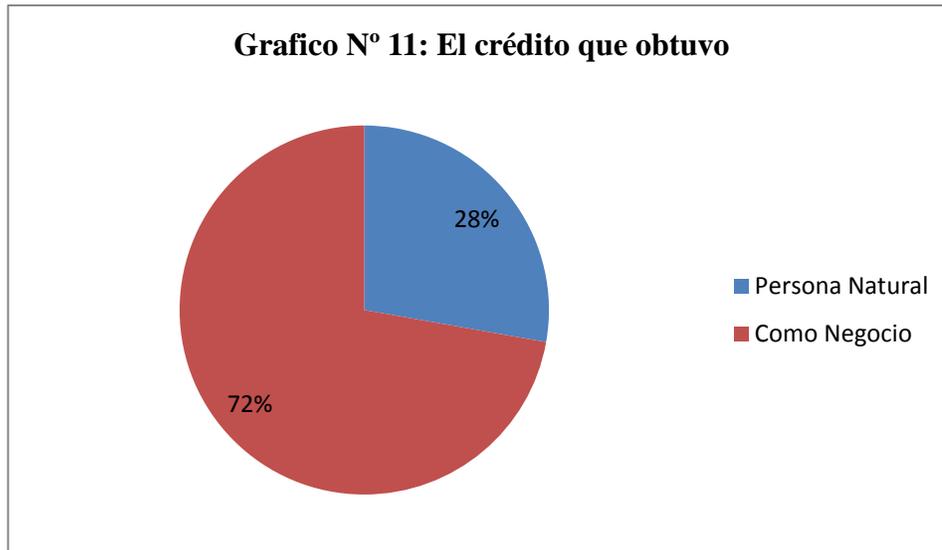
PREGUNTA N° 11: El crédito que obtuvo fue como.

Tabla 11: El crédito que obtuvo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Persona Natural	5	28%
Como Negocio	13	72%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 11: El crédito que obtuvo



Fuente: Tabla 11

Elaboración: Propia

Interpretación: El 72% de los dueños de los negocios entrevistados indicaron que el crédito obtenido fue como negocio mientras que el 28% lo obtuvo como persona natural.

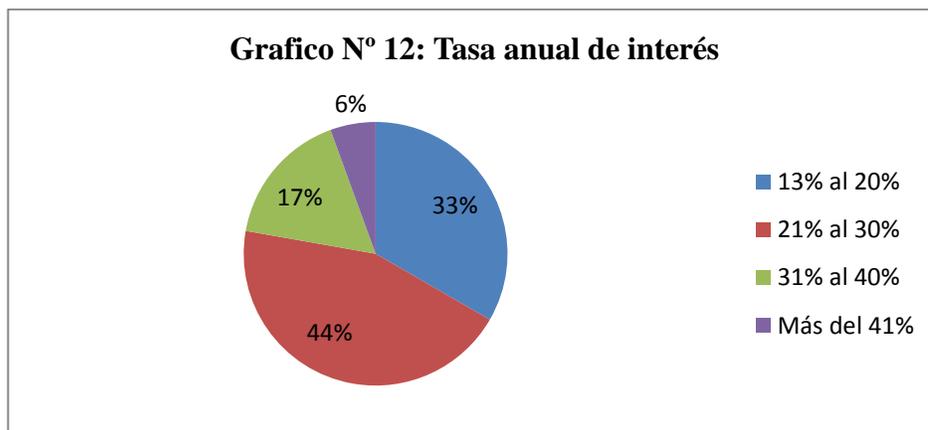
PREGUNTA N° 12: Cual fue la tasa anual de interés que pago.

Tabla 12: Tasa anual de interés

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
13% al 20%	6	33%
21% al 30%	8	44%
31% al 40%	3	17%
Más del 41%	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 12: Tasa anual de interés



Fuente: Tabla 12

Elaboración: Propia

Interpretación: El 44% de los empresarios encuestados señalaron que pagaron del 21% al 30% interés anual, el 33% del 13% al 20%, el 17% del 31% al 40% y el 6% más de 41%.

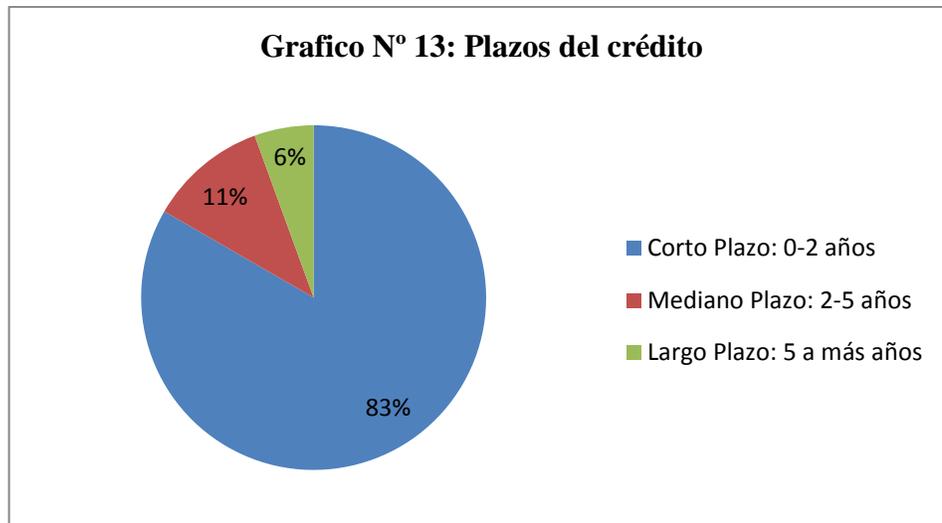
PREGUNTA N° 13: El crédito que le otorgaron fue a.

Tabla 13: Plazos de crédito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Corto Plazo: 0-2 años	15	83%
Mediano Plazo: 2-5 años	2	11%
Largo Plazo: 5 a más años	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 13: Plazos del crédito



Fuente: Tabla 13
Elaboración: Propia

Interpretación: El 83 % de los empresarios manifestaron que los créditos otorgados fueron a corto plazo, el 11% a mediano plazo y el 6% a largo plazo.

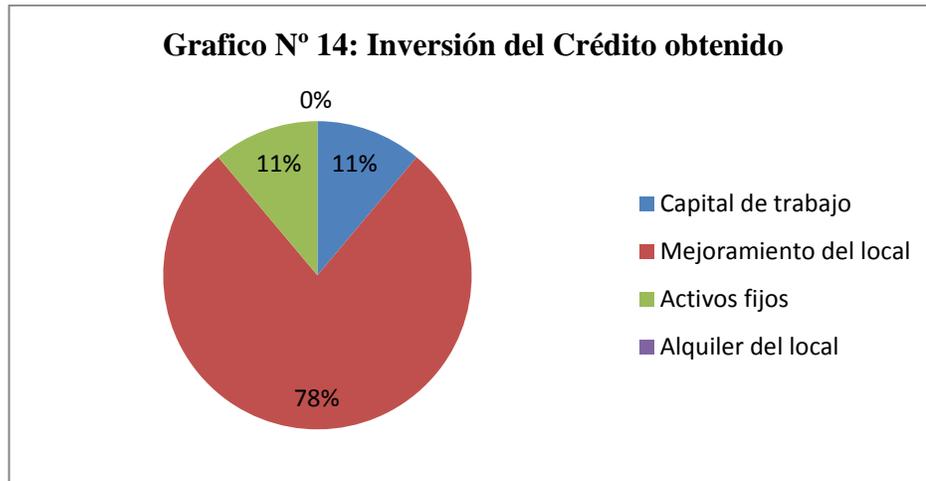
PREGUNTA N° 14: En que invirtió el crédito financiero obtenido:

Tabla 14: Inversión del Crédito obtenido

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	2	11%
Mejoramiento del local	14	78%
Activos fijos	2	11%
Alquiler del local	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 14: Inversión del Crédito obtenido



Fuente: Tabla 14
Elaboración: Propia

Interpretación: El 78% de los dueños de los restaurantes señalaron que utilizaron el crédito obtenido en mejoramiento y ampliación del local, el 11% lo invirtió en activos fijos y el 11% en capital de trabajo.

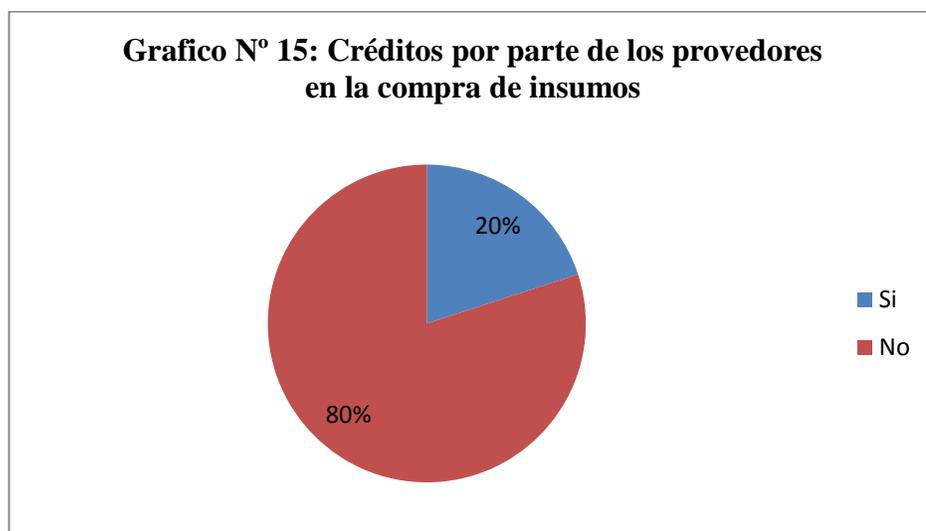
PREGUNTA N° 15: Recibe usted créditos por parte de sus proveedores en los insumos.

Tabla 15: Créditos por parte de los proveedores en la compra de insumos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	20%
No	20	80%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 15: Créditos por parte de los proveedores en la compra de insumos



Fuente: Tabla 15
Elaboración: Propia

Interpretación: El 80% de los empresarios entrevistados indicaron que no reciben crédito en los insumos por parte de los proveedores mientras que el 20% si reciben crédito en insumos.

IV. REFERENTE A LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

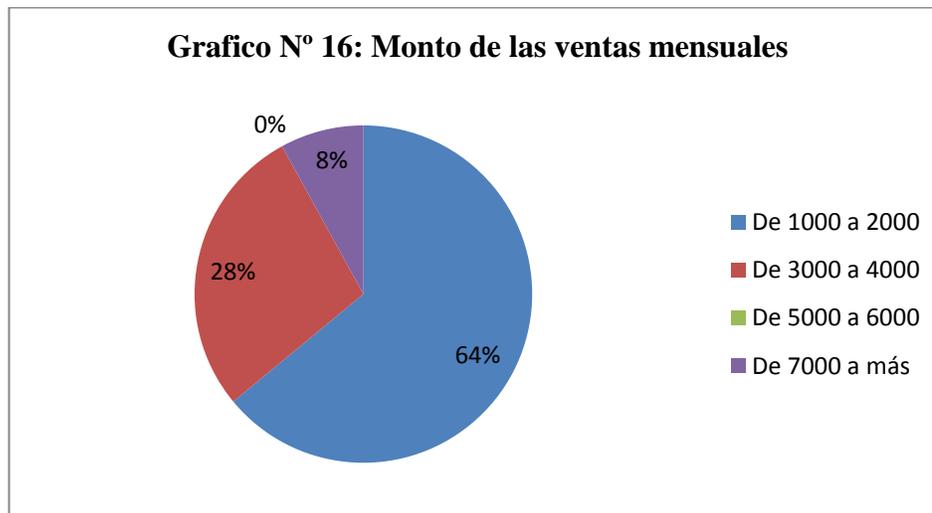
PREGUNTA N° 16: Cual es el monto de sus ventas mensuales.

Tabla 16: Monto de las ventas mensuales.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1000 a 2000	16	64%
De 3000 a 4000	7	28%
De 5000 a 6000	0	0%
De 7000 a más	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 16: Monto de las ventas mensuales



Fuente: Tabla 16

Elaboración: Propia

Interpretación: El 64% de los empresarios encuestados manifestaron que sus ventas mensuales son de 1,000 a 2,000, el 28% de 3,000 a 4,000 y el 8% de 7,000 a más.

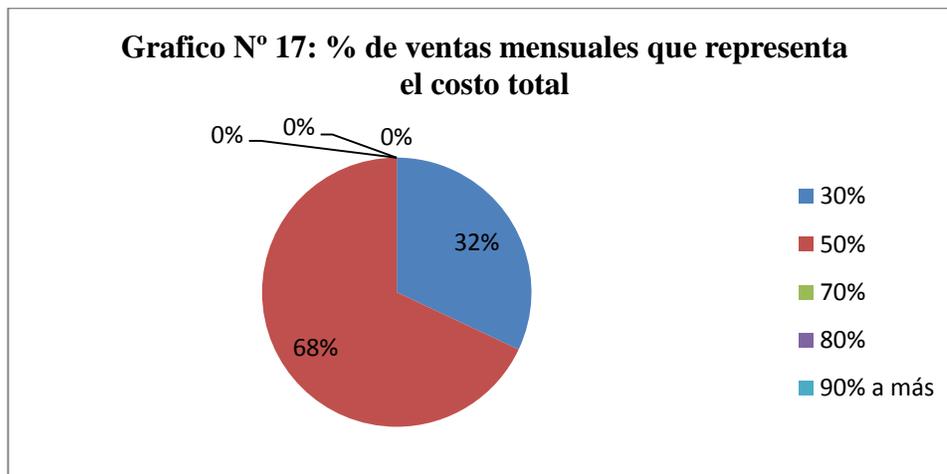
PREGUNTA N° 17: De sus ventas mensuales que porcentaje representa el costo total.

Tabla 17: % de Ventas mensuales que representa el costo total.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
30%	8	32%
50%	17	68%
70%	0	0%
80%	0	0%
90% a más	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 17: % de ventas mensuales que representa el costo total



Fuente: Tabla 17

Elaboración: Propia

Interpretación: El 68% de los empresarios indicaron que el 50% representa el porcentaje del costo total mensualmente, y el 32% representa el 30% del costo total.

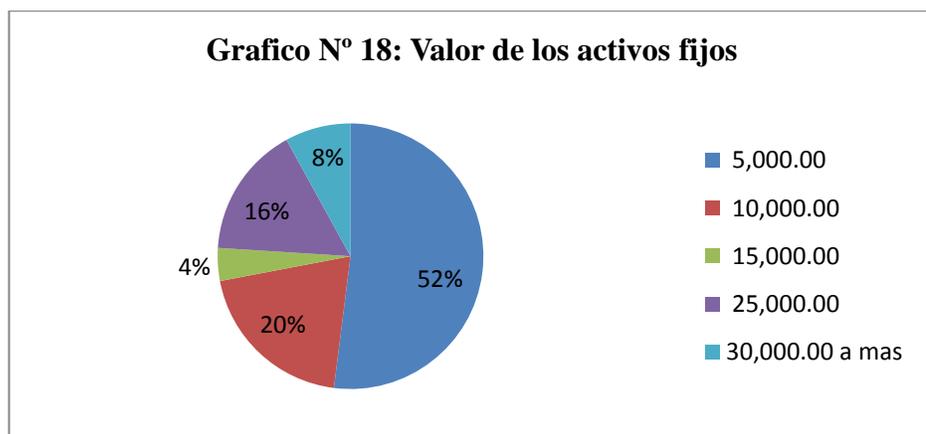
PREGUNTA N° 18: Cual es el valor de sus activos fijos.

Tabla 18: Valor de los activos fijos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
5, 000	13	52%
10,000	5	20%
15,000	1	4%
25,000	4	16%
30,000 a más%	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 18: Valor de los activos fijos



Fuente: Tabla 18

Elaboración: Propia

Interpretación: El 52% de los empresarios indicaron que el valor de sus activos fijos son de 5,000, el 20% son de 10,000, el 16% 25,000, el 8% de 30,000 a más y el 4% de 15,000.

PREGUNTA N° 19: Que dificultades o problemas tiene su negocio con respecto a su rentabilidad.

Tabla 19: Dificultades o problemas del negocio respecto a su rentabilidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Costos elevados	11	44%
Disminución de ventas	9	36%
Presencia de competidores	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 19: Dificultades o problemas del negocio respecto a su rentabilidad



Fuente: Tabla 19

Elaboración: Propia

Interpretación: El 44% de los encuestados indicaron que tienen dificultades con respecto a su rentabilidad debido a los costos elevados, el 36% debido a la disminución de ventas y el 20% debido a la presencia de competidores.

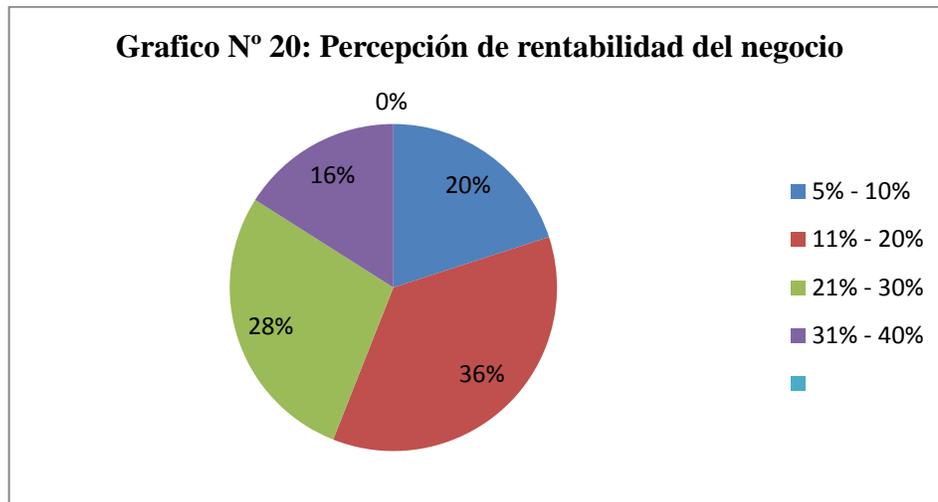
PREGUNTA N° 20: Que percepción de rentabilidad tiene usted a su negocio.

Tabla 20: Percepción de rentabilidad del negocio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
5% - 10%	5	20%
11% - 20%	9	36%
21% - 30%	7	28%
31% - 40%	4	16%
Más del 50 %	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 20: Percepción de rentabilidad del negocio



Fuente: Tabla 20
Elaboración: Propia

Interpretación: El 36% de los encuestados indicaron que según su percepción de rentabilidad de su empresa es de 11% a 20%, el 28% del 21% a 30%, el 20% del 5% a 10% y el 16% entre el 31% al 40%.

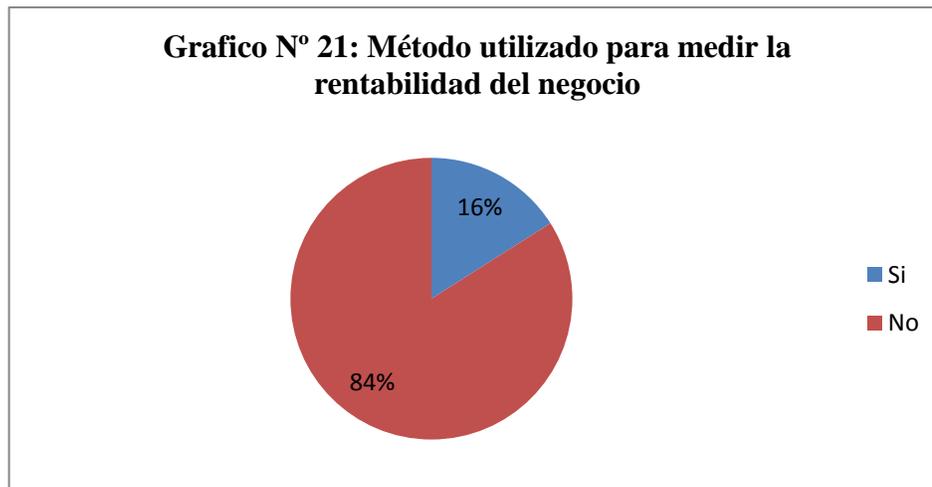
PREGUNTA N° 21: Utiliza algún método para medir la rentabilidad de su empresa.

Tabla 21: Método utilizado para medir la rentabilidad del negocio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	16%
No	21	84%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 21: Método utilizado para medir la rentabilidad del negocio



Fuente: Tabla 21

Elaboración: Propia

Interpretación: El 84% de los empresarios indicaron que no utilizan ningún método para medir la rentabilidad de su empresa, mientras que el 16% indicaron que si utilizan métodos para medir su rentabilidad.

ANEXO 07: Fotos de la aplicación de la encuesta en las Mypes





