



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS - RUBRO POLLERÍAS DE LA CIUDAD DE  
TALARA –PERÚ EN EL AÑO 2015.**

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

**AUTORA**

**BACH. ANA PATRICIA HIDALGO OBLEA**

**ASESORA**

**MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA**

**PIURA – PERÚ**

**2016**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS - RUBRO POLLERÍAS DE LA CIUDAD DE  
TALARA –PERÚ EN EL AÑO 2015.**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR**

**Mgtr. Donald Savitzky Mendoza**  
**Presidente**

**Mgtr. Jannyna Reto Gómez**  
**Secretaria**

**Dr. Víctor Manuel Landa Machero**  
**Miembro**

**Mgtr. María Fany Martínez Ordinola**  
**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la vida y la fortaleza necesaria y así poder cumplir cada una de las metas trazadas.

A la Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola, mi asesora de tesis, quien con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres:

Héctor Hidalgo Ruiz y Cecilia Oblea Alvarado dedico estas frases con amor, gracias a su enseñanza, sacrificio, voluntad y esfuerzo ha hecho realidad mi anhelo de ser Profesional, a Dios, quien es mi guía en mi constante lucha para avanzar en mi carrera y en la vida.

A Uladech Católica por la oportunidad de crecer y convertirme en una profesional al servicio de mi país.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara –Perú en el año 2015. La población y muestra fueron calculadas en base a las empresas del sector en estudio ubicadas en la ciudad de Talara. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transversal, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado al propietario, gerente y/o representante legal de las empresas materia de investigación, obteniéndose como conclusión más importante: Respecto a las tasas de interés, varían de acuerdo a la entidad que financia, El 80% de los créditos fueron gravados con una tasa de interés del 10% a 12% TEA (Tasa efectiva anual) estos créditos corresponden a los otorgados por los bancos. El 20% pagó una tasa de interés del 15% a 20% anual en Cajas Municipales, como se puede apreciar el interés es mucho más alto. Según los microempresarios encuestados antes de solicitar sus créditos verificaron la necesidad de endeudarse, el 80% necesitaba incrementar el capital de trabajo y el 20% mejorar su local comercial.

**Palabra Clave:** Financiamiento, MYPE. Pollerías.

## **ABSTRACT**

The research was general objective: To describe the main features of the financing of micro and small businesses in the service sector - heading pollerías city of Talara -Peru in the year 2015. La population and sample were calculated based on the companies in the sector studio located in the city of Talara. The methodology was descriptive, quantitative level, design not experimental, transversal, and descriptive. Applying the technique of the literature and document review, and as a tool for information gathering interview, direct observation and pre-structured questions related to the investigation questionnaire, applied to the owner, manager and / or legal representative of the subject companies research, obtaining as most important conclusion: 60% of the owners and / or legal representatives of the business sector services pollería in the city of Talara 2015 is self-funded and 40% with third party financing.

Keyword: Financing, MSEs. Chicken restaurants.

## CONTENIDO

### TITULO

JURADO EVALUADOR DE TESIS .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	x
IINTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1 Antecedentes .....	6
2.1.1 Internacionales .....	6
2.1.2 Nacionales .....	9
2.1.3 Locales .....	12
2.2 Bases Teóricas .....	15
2.2.1 Teorías del Financiamiento.....	15
2.2.2 El Financiamiento.....	20
2.3 Marco Conceptual .....	44
2.3.1 Financiamiento .....	44
2.3.1.1 Concepto .....	44
III. METODOLOGÍA .....	66
3.1 Diseño de la investigación.....	66
3.2 Población y muestra .....	67
3.2.1 Población.....	67
3.2.2 Muestra.....	67
3.3 Técnicas e instrumentos. ....	68
3.3.1 Técnica .....	68
3.3.2 Instrumento: .....	68
3.4 Operacionalización de Variables.....	69
3.5 Matriz de Consistencia .....	70
3.6 Plan de análisis .....	71
3.7 Principios Éticos.....	71

IV. RESULTADOS.....	72
4.1 Resultados .....	72
4.2 Análisis de resultados .....	114
V. CONCLUSIONES .....	118
VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	122
6.1 Referencias bibliográficas .....	122
6.2 Anexos.....	124

## Índice de Tablas

Tabla 1 Edad del representante legal de la empresa .....	72
Tabla 2 Sexo del representante legal .....	73
Tabla 3 Grado de instrucción.....	74
Tabla 4 Estado civil: .....	75
Tabla 5 Profesión del representante legal: .....	76
Tabla 6 Qué Clase de Contribuyente es:.....	77
Tabla 7 De la situación de la MYPE.....	78
Tabla 8 Tiempo de antigüedad en el sector y rubro .....	79
Tabla 9 ¿Cuenta con licencia de funcionamiento? .....	80
Tabla 10 ¿Cuenta con carnet de salubridad? .....	81
Tabla 11 ¿Cuenta con certificado de Defensa Civil? .....	82
Tabla 12 Número de trabajadores permanentes.....	83
Tabla 13 Número de trabajadores eventuales .....	84
Tabla 14 Cuántos trabajadores se encuentran en planilla .....	85
Tabla 15 ¿Paga la empresa beneficios sociales a sus trabajadores en planilla?.....	86
Tabla 16 ¿La empresa cuenta con un contador como asesor? .....	87
Tabla 17 ¿A qué Régimen tributario pertenece su empresa?.....	88
Tabla 18 ¿Cumple oportunamente con la declaración de sus tributos?.....	89
Tabla 19 ¿Cumple oportunamente con el pago de sus tributos?.....	90
Tabla 20 ¿Quién es la persona indicada de realizar los pagos de tributos? .....	91
Tabla 21 ¿Emite comprobante de pago para sustentar sus ventas? .....	92
Tabla 22 ¿Qué tipos de comprobantes emite? .....	93
Tabla 23 ¿Cuenta con medidas de seguridad en el local comercial?.....	94
Tabla 24 ¿Qué medidas de seguridad se han implementado en el local comercial para enfrentar riesgos?.....	95
Tabla 25 ¿Considera al financiamiento como una alternativa para incrementar su capital de trabajo?.....	96
Tabla 26 ¿Cómo financia su actividad comercial? .....	97
Tabla 27 ¿Si el financiamiento es de terceros a quién recurre para obtener financiamiento? .....	98
Tabla 28 ¿Quién considera que otorga mayores facilidades para la obtención del crédito formal?.....	99
Tabla 29 ¿Qué facilidades otorga su entidad financiera? .....	100

Tabla 30 ¿Cuál fue el monto de crédito aprobado para su empresa?.....	101
Tabla 31 ¿Cuál fue el plazo pactado para la devolución del crédito?.....	102
Tabla 32 ¿Cuál fue la tasa de interés que gravó el crédito?.....	103
Tabla 33 ¿Cuántas veces en el año 2015 solicitó crédito?.....	104
Tabla 34 ¿A qué entidad financiera solicitó el crédito?.....	105
Tabla 35 ¿Verificó la necesidad de crédito antes de solicitarlo? .....	106
Tabla 36 ¿Cuál fue el principal problema que determinó la solicitud de financiamiento .....	107
Tabla 37 ¿Fue conveniente para su negocio el crédito? .....	108
Tabla 38 ¿Por qué fue conveniente el crédito para su negocio?.....	109
Tabla 39 ¿En el año 2015 los créditos otorgados fueron con los montos solicitados?..	110
Tabla 40 ¿En qué invirtió el crédito financiero que solicitó?.....	111
Tabla 41 ¿Por qué solicitó financiamiento bancario?.....	112
Tabla 42 ¿Tuvo dificultad para la devolución del crédito?.....	113

## Índice de Gráficos

Grafico 1 Edad del representante legal de la empresa.....	72
Grafico 2 Sexo del representante legal .....	73
Grafico 3 Grado de instrucción.....	74
Grafico 4 Estado civil:.....	75
Grafico 5 Profesión del representante legal:.....	76
Grafico 6 Qué Clase de Contribuyente es:.....	77
Grafico 7 De la situación de la MYPE .....	78
Grafico 8 Tiempo de antigüedad en el sector y rubro.....	79
Grafico 9 ¿Cuenta con licencia de funcionamiento? .....	80
Grafico 10 ¿Cuenta con carnet de salubridad? .....	81
Grafico 11 ¿Cuenta con certificado de Defensa Civil?.....	82
Grafico 12 Número de trabajadores permanentes.....	83
Grafico 13 Número de trabajadores eventuales.....	84
Grafico 14 Cuántos trabajadores se encuentran en planilla.....	85
Grafico 15 ¿Paga la empresa beneficios sociales a sus trabajadores en planilla? .....	86
Grafico 16 ¿La empresa cuenta con un contador como asesor? .....	87
Grafico 17 ¿A qué Régimen tributario pertenece su empresa?.....	88
Grafico 18 ¿Cumple oportunamente con la declaración de sus tributos?.....	89
Grafico 19 ¿Cumple oportunamente con el pago de sus tributos? .....	90
Grafico 20 ¿Quién es la persona indicada de realizar los pagos de tributos?.....	91
Grafico 21 ¿Emite comprobante de pago para sustentas sus ventas? .....	92
Grafico 22 ¿Qué tipos de comprobantes emite? .....	93
Grafico 23 ¿Cuenta con medidas de seguridad en el local comercial?.....	94
Grafico 24 ¿Qué medidas de seguridad se han implementado en el local comercial para enfrentar riesgos?.....	95
Grafico 25 ¿Considera al financiamiento como una alternativa para incrementar su capital de trabajo?.....	96
Grafico 26 ¿Cómo financia su actividad comercial? .....	97
Grafico 27 ¿Si el financiamiento es de terceros a quién recurre para obtener financiamiento? .....	98
Grafico 28 ¿Quién considera que otorga mayores facilidades para la obtención del crédito formal?.....	99
Grafico 29 ¿Qué facilidades otorga su entidad financiera? .....	100

Grafico 30 ¿Cuál fue el monto de crédito aprobado para su empresa? .....	101
Grafico 31 ¿Cuál fue el plazo pactado para la devolución del crédito? .....	102
Grafico 32 ¿Cuál fue la tasa de interés que gravó el crédito?.....	103
Grafico 33 ¿Cuántas veces en el año 2015 solicito crédito?.....	104
Grafico 34 ¿A qué entidad financiera solicito el crédito?.....	105
Grafico 35 ¿Verifico la necesidad de crédito antes de solicitarlo? .....	106
Grafico 36 ¿Cuál fue el principal problema que determinó la solicitud de financiamiento .....	107
Grafico 37 ¿Fue conveniente para su negocio el crédito? .....	108
Grafico 38 ¿Por qué fue conveniente el crédito para su negocio?.....	109
Grafico 39 ¿En el año 2015 los créditos otorgados fueron con los montos solicitados? .....	110
Grafico 40 ¿En qué invirtió el crédito financiero que solicito?.....	111
Grafico 41 ¿Por qué solicito financiamiento bancario?.....	112
Grafico 42 ¿Tuvo dificultad para la devolución del crédito? .....	113

## **I. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día, las empresas rubro pollerías, han conformado un nivel apropiado para poder satisfacer una serie de necesidades. Por ello este negocio tienden a ampliarse con el fin de incrementar la satisfacción del cliente, y estar acorde, a la vez, con ese incremento de necesidades del consumidor local, se observa que hay mucha demanda en cada uno de ellos ya sea por su nivel de estancia, la competencia y la buena atención que se le brinda al cliente; a nivel nacional definimos que hay mucha más competencia y su rentabilidad no será constante pues sus precios deben de variar en cuanto la ocasión y dependiendo la cantidad de competencia que tenga a su alrededor. **(Solís- Almonacid 2013)**

Por la población y la llegada de turistas a nuestra ciudad, observamos la necesidad de brindar servicios a aquellas personas con una accesibilidad que este a su alcance, brindándole al cliente la mejor atención para que se sienta satisfecho de lo adquirido; en la ciudad de Talara observando la necesidad de crecimiento de la población y la presión de la libre competencia ha hecho crear más pollerías de los que tenía dicha ciudad.

Tal es el caso que la segmentación de pollerías que se ubican en la provincia de Talara; como son: La Fogata, Mi Pollito, El pollito Pio, El Sabroso, Ricos Chicken, La Pollería Mi Maruja, Pollería Ricky Pollería la Rueda; como se ha podido observar ahora los clientes tienen una gran cantidad de opciones para consumo de este servicio, se ha venido experimentando un moderado pero sostenido crecimiento; el mismo que se incrementa la participación en el mercado de pollerías.

El cliente, brindándoles innovaciones como Peñas Bailables, Juegos Infantiles, Vigilancia en el Estacionamiento, Tele, de esta manera se fueron creando nuevos servicios, haciendo de ello la diferenciación en cuanto al servicio y el precio, posicionando la imagen de la empresa y cumpliendo con las expectativas del cliente

y a la vez mejorar el desempeño general de la empresa, los cuales puedan ayudar a reducir costos y optimizar los recursos para obtener rentabilidad.

Es desde este punto de donde se deberá partir, pues no se puede ofrecer un servicio de calidad si la empresa tiene problemas internos con sus procesos de evolución.

Las MYPE (micro y pequeñas empresas) se forman fundamentalmente por motivos de subsistencia familiar, surgen por la falta de puestos de trabajo, ya que estas personas guiadas por la necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuentes de ingreso.

En este mundo en donde vivimos que avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad, planteara grandes retos a todos los países y a las micro y pequeñas empresas, en adelante MYPE, en cuanto a diversos temas, tales como la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento de un país.

**(Salazar ,2005)**

Tanto el Gobierno Regional como la Municipalidad Provincial de Talara, tienen muchos problemas para el desarrollo de políticas de apoyo a las MYPE, así como para el implemento de proyectos o programas que apoyen dicho desarrollo, esto por cuanto al sector de micro y pequeña empresa, es un sector poco estudiado, y no se encuentran trabajos de investigación que determinen sus características y particularidades **(Medina, 2010)**.

En el Perú, a pesar de la importancia que tienen las MYPE y el peso que representan en la economía del país, aún no se implementan políticas orientadas al fomento y desarrollo de este importante sector empresarial; no obstante que conforman una cantidad de empresas del 98,6% a nivel del Perú y el 100% en Talara; es por ello que, el fortalecimiento de este sector es crítico, ya que el acceso de las MYPE a los mercados de crédito es un factor crucial para el crecimiento de éstas empresas , como también del país.

En los últimos años se han incrementado el volumen de colocaciones en créditos dirigidos a las MYPE. Esto ha significado un ligero incremento de nuevos usuarios de créditos y un mayor nivel de endeudamiento en las MYPE con acceso al crédito.

No obstante, el costo del crédito es todavía alto debido a algunas de las siguientes razones: asimetría de la información económica de las MYPE para acceder al crédito, escasa información al alcance de las MYPE para una mejor selección de alternativas de financiamiento; altos costos de transacción e inseguridad jurídica para el registro y ejecución de garantías y contratos; debilidad de instituciones que financien el desarrollo de las MYPE regulados, autor regulados, sistema financiero y mercado de capitales.

En consecuencia, estas unidades económicas se ven seriamente afectadas por las pocas posibilidades que tienen de acceder de créditos ante las instituciones que brindan financiamiento. Otros factores que afectan la fortaleza de los micros y pequeñas empresas son los pocos activos que pueden mostrar como instrumentos de garantía.

Es necesario recalcar que los servicios financieros son elementos importantes que contribuyen al desarrollo y a la competitividad de las empresas. En ese sentido, se requiere de parte del Estado y de las entidades privadas de una masiva difusión de nuevos productos que atiendan sus necesidades, como el leasing, las facturas conformadas, los descuentos por las letras de cambio, etc. Consideramos importante en esta perspectiva, realizar intensas campañas publicitarias, para que las MYPE conozcan los productos y servicios financieros que existen en el mercado (**Medina, 2010**).

En la ciudad de Talara, existen micro y pequeñas empresas (MYPE) del rubro pollería, sin embargo, se desconoce si acceden a algún tipo de financiamiento, en qué bancos, cuáles son las tasas de interés que pagan, si se capacitan o no y qué tipo de capacitación realizan a su personal.

Por lo anteriormente expuesto la investigación se formula a través del siguiente **Enunciado:** ¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara –Perú en el año 2015?

**Objetivo general:** Determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara – en el año 2015.

**Objetivos específicos:**

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
3. Describir las principales características del Financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

Finalmente, esta investigación se justifica en que este estudio permitirá conocer a nivel exploratorio y descriptivo la relación del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías de la ciudad de Talara; es decir, nos permitirá conocer las principales características generales y específicas del rubro mencionado.

**Desde el punto de vista práctico:** Permitirá contar con datos estadísticos precisos sobre las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara –Perú en el año 2015.

Por otro lado, también la investigación se justifica por que mediante este trabajo me permitirá titularme como de contadora; también servirá para que la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, mejore sus estándares de calidad, al permitir y exigir la titulación de sus egresados a través de la elaboración y sustentación de trabajos de investigación (tesis)

**Desde el punto de vista académico:** Servirá como fuente de información para los alumnos interesados en el tema, como base para ser parte de sus conocimientos como futuros profesionales. Finalmente, la investigación se justifica porque servirá como antecedente para realizar otros trabajos en otros ámbitos geográficos del país.

**Desde el punto de vista social:** Del mismo modo esto beneficia también al desarrollo económico y social de la ciudad de Talara permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPE.

**Desde el punto de vista económico financiero:** Determinando la influencia de las fuentes de financiamiento que las mismas han utilizado para el crecimiento y desarrollo de sus negocios, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes.

#### 2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Los micro y pequeños emprendedores para desarrollar sus negocios requieren no sólo generar la idea y ponerla en marcha, sino también, atender sus necesidades de capacitación de mano de obra, mejorar su infraestructura, sus sistemas de información, innovar y en general, acelerar el desarrollo de su organización, todo ello para hacer más eficientes sus decisiones y posibilitar la expansión de las Micro y pequeñas empresas.

**Vera (2001).** Este problema de financiamiento no solo es a nivel nacional, sino también a nivel internacional, por ejemplo, en América Latina y el Caribe son incapaces de crecer y desarrollar todo su potencial. Un cuello de botella crítico es la falta de acceso a la financiación, que afecta especialmente a las pequeñas empresas, pues casi el 65 % de las pequeñas empresas de la región tienen restringido el acceso a préstamos o líneas de crédito, lo que representa un déficit de financiamiento en el rango de \$ 80 hasta \$ 90 mil millones.

Tanto a corto como a largo plazo, estos procesos necesitan financiamiento y si el micro y pequeña empresa no cuenta con suficientes recursos propios, surge la necesidad de optar por un financiamiento externo (préstamos).

Se sabe que la fuerte oferta expansiva de las micro finanzas, se sustenta en la creciente actividad económica regional, beneficiando principalmente a los pequeños comercios e industrias locales, pero existen ciertas variables como: la formalidad y gestión de procesos internos, legalidad tributaria, antigüedad del negocio, formalidad jurídica del patrimonio, valor del activo fijo y tamaño de la empresa, por las cuáles se permite el acceso al crédito.

**Ferraro (2010).** Pero, a pesar de estas bondades, el sector aún no ha logrado alcanzar su máxima potencialidad debido a una serie de factores, tales como la falta de apoyo financiero. Los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas y no solo a las que se encuentran en actividad, sino también a las que están por crearse.

Este sector servicios rubro pollerías es objeto de millonarias inversiones por la entrada de competidores nuevos y proyectos ambiciosos que adelantan los jugadores tradicionales.

La industria gastronómica colombiana se encuentra en un momento excepcional de posicionamiento y renovación que influye de manera positiva en la imagen de nuestros productos en el contexto internacional. Según Gustavo Toro, presidente de Acordes, "En los años recientes, la industria gastronómica en el país ha experimentado un desarrollo constante que se refleja en la creciente demanda y especialización del sector".

Es necesario recalcar cambios demográficos y en estilos de vida de las personas, que han conducido a la creación de una oleada de nuevas empresas, especializadas en el servicio de comida.

Consumidores ocupados no tienen el tiempo de cocinar; es por esto que buscan alternativas diferentes, como salir a comer, o pedir a domicilio. Quieren el sabor de pan fresco sin el lío de la horneada. Quieren comidas sabrosas y nutritivas sin platos que lavar.

El sector servicios rubro pollerías en Colombia ha generado ventas por 19.05 billones de pesos aproximadamente durante los últimos 4 años; así mismo estas ventas han presentado un crecimiento sostenido de 6.06% en los últimos cinco años.

El sector servicios rubro pollerías en la ciudad de Cali, ha presentado un fuerte crecimiento especialmente en los últimos 4 años. El crecimiento en este periodo se calcula en un 6% anual. Contribuyendo de esta forma a un mayor dinamismo en la economía de la ciudad; esta gran dinámica se evidencia con la fuerte expansión de diferentes zonas (tales como Granada, El parque del perro, El Peñón), dedicadas especialmente a la gastronomía. Más del 80% de éstos se encuentran en la zona sur y norte.

El mayor porcentaje se concentra en la zona sur con un 43,69%, seguido de la zona norte con un 38.65%. Los más representativos se encuentran en el barrio Granada con un 25.21%, seguido por Ciudad Jardín con un 14.7%, así mismo existen otros lugares que siguen creciendo en la industria gastronómica, como lo es el Parque del perro.

Teniendo en cuenta los lugares de mayor concentración; se presentan a continuación los lugares más reconocidos por concentrar la mayor cantidad de restaurantes de mantel en la ciudad.

Este tipo de restaurantes además de prestar un excelente servicio, tienen su propio concepto con una gran variedad de platos de diferentes países.

**Pavón (2010)** investigo “distintas fuentes de financiamiento de las pymes y MYPE en México en la última década y su impacto en el desempeño de estas empresas, a fin de establecer propuestas para una mayor disponibilidad, así como para un mejor uso y canalización de los recursos”. El análisis parte de un diagnóstico del estado actual de las pymes mexicanas para detectar sus limitaciones de crecimiento, con énfasis en las restricciones financieras, se adentra posteriormente en las fuentes de fondos actuales y potenciales de estas empresas y su razón de ser, y finaliza con un diagnóstico del crédito a pymes en nuestro país, estableciendo recomendaciones de política y posibles líneas de investigación posterior, que por su naturaleza resulten relevantes para todos los países de la región latinoamericana.

### **2.1.2 Nacionales**

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Solís & Almonacid (2013).** El mercado de restaurantes de pollo a la brasa, cuya facturación se estima en US\$ 570 millones anuales según Las Canastas, es muy competitivo, no solo por el gran número de locales que poseen las principales cadenas, sino también por sus diferentes procesos de expansión: mientras Norky’s sustituyó las luces de neón por una decoración más sobria, Rocky’s fue el primero en enrumbar hacia provincias.

**Montalvo (2008).** En su tesis titulada “Caracterización del financiamiento de las Micro y Pequeñas empresas del sector Servicios – Rubro Pollerías de la Ciudad de Talara – Perú en el año 2015.” Concluyó que quizás el primer hombre que descubrió la cocina o, mejor dicho, el arte de cocinar fue un habitante prehistórico de nuestro planeta que encontró un buen día un animal medio quemado en un incendio casual de un bosque, le hincó el diente y, se dio cuenta de que la carne asada tenía mejor sabor que la cruda. Sin duda es el asado el primer plato que se dio a conocer, la alta cocina en Colombia está viviendo una transformación sin precedentes.

Otros ejemplos saltantes se dan con Las Canastas y Golden Chicken (originarias de San Martín de Porres y Ate Vitarte, respectivamente), cuyo radio de acción se ha dirigido a segmentos con mayor poder adquisitivo. Por otro lado, muchas de las pollerías individuales en Lima Metropolitana, estimadas en más de 22,000, tienen cubiertos nichos zonales y distritales: como El Padrino y Kenyis en San Juan de Lurigancho y en San Juan de Miraflores, respectivamente.

Por ende, dada la intensa rivalidad del mercado, las estrategias para posicionar la marca propia se enfocan en diversos aspectos: los acompañamientos, la calidad de las papas, los servicios complementarios, y, fundamentalmente, el aderezo del pollo.

**Hernández (2011).** Haciendo una mirada en nuestro país : En el Perú las MYPE poseen escasa división del trabajo, emplean poco personal dependiente, recurriendo a menudo al aporte de los miembros de la familia y obteniendo baja rentabilidad, pero son capaces de sustentar autofinanciamiento operativo; es común que las micro y pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital suficiente para asegurar su éxito a futuro puesto que no disponen de recursos tecnológicos, financieros ni acceso al mercado y cuentan con un pobre nivel de rentabilidad, competitividad y un marco legal que no reconoce ni ofrece incentivos para la formalización de este tipo de negocio.

**Diario Gestión (2014).** Menos del 20% de MYPE acceden a capacitación. En un contexto de inserción a mercados globalizados, como el generado por la Alianza del Pacífico, empresarios peruanos deben potenciar sus capacidades de innovación y creatividad, señala COFIDE.

La Corporación Financiera de Desarrollo presenta del jueves 16 al domingo 19 de octubre la Feria de Emprendedor 2014.

Más del 80% de las MYPE peruanas desarrollan su actividad de modo intuitivo y carecen de los elementos necesarios para ser competitivas en un mercado globalizado como el que enfrenta el país, señala COFIDE.

“El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento MYPE es muy bajo, entre el 15% y 20%.

Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio”, señala Luis Terrones, gerente de Desarrollo de COFIDE.

“En uno de sus ejes el Plan de Diversificación Productiva busca mejorar la productividad y eficiencia de las MYPE para integrarlas a los grandes sectores trenes que comienzan a jalar la producción.

Entiendo que antes de que cierre el año van a comenzar a surgir propuestas específicas para que el sector de micro y pequeña empresa se enganche a sectores como minería, agro industria, confecciones y pesquería, lo que estimulará la oferta y demanda de los productos clásicos del sector MYPE”, explica Terrones.

Otro factor importante es la participación peruana dentro de la Alianza del Pacífico, que abre un mercado de más de 200 millones de personas para los empresarios peruanos.

Sin embargo esta apertura comercial supone a la vez un reto para nuestros emprendedores, ya que los pone a competir con sus pares extranjeros en la Alianza (Chile, México y Colombia), quienes nos llevan la delantera en la ejecución de esfuerzos activos a favor del desarrollo de sus industrias.

### **2.1.3 Locales**

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Diario Gestión (2014).** En la región Piura, ciudad de Talara existen 64 mil 548 Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), según la base de datos de la Dirección de MYPE y Cooperativas de la Dirección Regional de la Producción, dedicadas a los rubros de agricultura, ganadería, servicios, pesquería, energía y minas, industria manufacturera, construcción, turismo, entre otras actividades.

**Sánchez (2011)** analizó “La demanda de microcréditos de las MYPE en el distrito de Piura año en el año 2011 el cuál presenta los resultados del análisis de cuatro programas de microcrédito en Piura”. Sin embargo, los resultados pueden ser válidos no solamente para el caso de Piura ya que los programas usados en el estudio de casos corresponden a la estructura de la oferta formal y semiformal para pequeños negocios rurales en el país. Para el estudio de casos, se seleccionó dos instituciones formales y dos instituciones semiformales.

Entre las formales se eligió a la CMAC Piura, la más antigua de las Cajas Municipales en la región y, la EDPYME EDYFICAR cuyo origen se remonta al programa de micro crédito de CARE y actualmente constituye una institución financiera. En el ámbito de las instituciones semis formales se escogió el Fondo de Promoción de la Mujer (FOPROM) del Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, institución con más de 28 años de experiencia en la región y con un programa de crédito relativamente joven con cuatro años de funcionamiento. Además, se incluyó en el estudio de casos al programa de microcrédito de Prisma, que trabaja en Piura desde hace cinco años.

“Las MYPE son una potencia de fuentes de trabajo y desarrollo económico ya que estas generan el 42.1% del Producto Bruto Interno (PBI) en el país, según cifras estadísticas de PRODUCE”, indicó la directora regional de la Producción, Teresa Cueva.

**INEI (2013).** El sector servicios rubro pollerías registró un crecimiento de 6,27%, explicado por la mayor actividad de restaurantes en 5,67% y hoteles en 9,88%. La actividad de restaurantes registró un crecimiento de 5,67% por el desempeño favorable de los rubros concesionarios de alimentos, restaurantes, pollos a la brasa, comidas rápidas, chifas y fuentes de soda y cafeterías.

**Uceda, I. (2013).** Actualmente las empresas conviven en un entorno de agresiva competencia en donde los mercados se encuentran cada vez más saturados, en donde los clientes nos hacen llegar sus necesidades y si deseamos ser los mejores debemos cumplir con sus exigencias.

Por consiguiente, estos suelen estar más informados, con características y criterios de elección diferentes. Las pollerías del sector de la Victoria, tienen que estar preparadas para la competencia.

Por lo tanto, una parte importante en la empresa son los clientes internos o trabajadores, si estos están satisfecho lograrán brindar un servicio de excelente calidad al cliente externo o consumidor.

Pero, si los capacitan obtendrán actitudes positivas en el puesto que desempeñan por ende se encuentran satisfechos La satisfacción laboral “es un conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo, quien está muy satisfecho con su puesto tiene actitudes positivas hacia éste; quien está insatisfecho, muestra en cambio, actitudes negativas”

En consecuencia si queremos incrementar las ganancias, es muy fácil. El camino para lograrlo y mantenerlo en el futuro, es mediante el nivel satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo por ende es necesario conocer la influencia que existe entre ellos.

Puesto que, ambos van de la mano ya que, hay una relación directa y los encargados de las pollerías no aceptan la idea de que todo trabajador es un cliente a satisfacer y que ambos tipos de cliente se encuentran unidos de forma indisoluble ; si bien los trabajadores constituyen la fuente de generación de la ganancia de las pollerías, esta no se materializa sino es a través del intercambio con sus clientes externos la mayoría de estos no se encuentran satisfechos con el servicio brindado en ellas. Por último, toda pollería busca brindar un servicio que exceda las expectativas de los clientes, superando los más altos estándares de calidad. Por ello es necesario conocer la influencia que existe entre cliente externo e interno.

**Albinera (2010)** llegó a la conclusión en “Artículo científico que dentro de los sectores que más importancia han cobrado en los últimos años, encontramos a las MYPE, las cuales han alcanzado un importante dinamismo a nivel nacional, siendo uno de los sectores más importantes en cuanto a autogeneración de empleo, como estrategia común en la población ante la escasez del mismo en el país”. De esta manera, se han convertido en la base del desarrollo de la economía, generando el 80% del producto bruto interno del país.

Sin embargo, tienen muchos problemas, en aspectos como financiamiento, desarrollo tecnológico, gestión empresarial y acceso a mercados. Por ello, el Gobierno Central, dentro de sus medidas para promover el desarrollo las MYPE, lanzó la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (N°28015), la misma que tiene como principal objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al PBI, ampliar el mercado interno, las exportaciones y la recaudación tributaria.

## **2. 2 Bases Teóricas.**

### **2.2.1 Teorías del Financiamiento**

La teoría financiera se desarrolla bajo supuestos que generan conclusiones respecto de las decisiones de inversión y financiamiento de las empresas. La decisión de elegir una estructura de capital es tan compleja, que no existe un sólo modelo que pueda capturar todos los aspectos distintivos relevantes. Resulta más significativo en el caso de micro y pequeñas empresas (MYPE), ya que sus características se diferencian de las grandes empresas. Las MYPE poseen habitualmente una porción de mercado relativamente pequeña, en este contexto las MYPE son evaluadas como más riesgosas de acuerdo al grado de incertidumbre dado por demandas no estables; el dinero invertido en los negocios es dinero perteneciente impersonal lo que significará problemas para el empresario y su inversión. Existe un enfoque de las siguientes teorías:

**Teoría de Modigliani y Miller (1958).** Estos autores fueron los primeros en desarrollar un análisis teórico de la estructura financiera de las empresas cuyo objetivo central es estudiar sus efectos sobre el valor de la misma.

La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo del capital.

Esta estructura de no ser apropiada puede representar una restricción a las decisiones de inversión y por lo tanto, al crecimiento de la empresa.

Este análisis consta de dos etapas: en una primera etapa, establecen la independencia del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en una segunda etapa, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las sociedades los conducen a concluir que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de endeudamiento.

En ella participan las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital.

Todas estas variables interrelacionadas permiten definir la rentabilidad financiera de la organización. La tesis de M&M se fundamenta en tres proposiciones las cuales son:

**Proposición I de M&M.** Explica que el valor de la empresa sólo dependerá de la capacidad generadora de renta de sus activos sin importar en absoluto de dónde han emanado los recursos financieros que los han financiado; es decir, tanto el valor total de mercado de una empresa como su costo de capital son independientes de su estructura financiera, por tanto, la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas (Brealey y Myers, 1993).

**Proposición II de M&M.** Explica que la rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece equitativamente a su grado de endeudamiento; es decir, el rendimiento probable que los accionistas esperan obtener de las acciones de una empresa que pertenece a una determinada clase, es función lineal de la razón de endeudamiento (Brealey y Myers, 1993).

**Proposición III de M&M.** Explica que la tasa de retorno de un proyecto de inversión ha de ser completamente independiente a la forma como se financie la empresa, y debe al menos ser igual a la tasa de capitalización que el mercado aplica a empresas sin aplacamiento y que pertenece a la misma clase de riesgo de la empresa inversora; es decir, la tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada (Fernández, 2003)

**Teoría de Myers y Majluf, (1984).** Se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo.

Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos.

Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones.

La teoría de financiamiento de la jerarquía de preferencias (Pecking Order) toma estas ideas para su desarrollo y establece que existe un orden de elección de las fuentes de financiamiento. Según los postulados de esta teoría, lo que determina la estructura financiera de las empresas es la intención de financiar nuevas inversiones, primero internamente con fondos propios, a continuación con deuda de bajo riesgo

de exposición como la bancaria, posteriormente con deuda pública en el caso que ofrezca menor su valuación que las acciones y en último lugar con nuevas acciones.

Para resumir el funcionamiento de la Teoría de la Jerarquía Financiera, Myers (1984) fórmula cuatro enunciados que la sustentan:

- a. Las** empresas prefieren la financiación interna;
- b.** La tasa de reparto de dividendos estimada se adapta a las oportunidades de inversión;
- c.** Aunque la política de dividendos es fija, las fluctuaciones en la rentabilidad y las oportunidades de inversión son impredecibles, con lo cual los flujos de caja generados internamente pueden ser mayores o menores a sus gastos de capital.
- d.** Si se requiere de financiación externa, la empresa emite primero los títulos más seguros (esto es, primero deuda, luego títulos híbridos como obligaciones convertibles, y recursos propios como último recurso para la obtención de fondos). El ordenamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas (Brealey y Myers, 1993).

El Financiamiento a largo plazo, está conformado por:

- a). Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos prestamista (acreedor). A fin de garantizar el pago del préstamo.
- b). Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de un, dentro de la organización a la que pertenece.
- c). Bonos: Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una determinada, junto con los intereses calculados a una tasa y en fechas determinadas.

d). Arrendamiento Financiero: Contrato que se negocia entre el de los bienes (acreedores).

Y la empresa (arrendatario), a la se le permite el uso de esos bienes durante un período y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes (Vargas, 2005)

Es por ello, que en nuestros países existe un gran número de financiamiento de tipo comunitario, privado público. Estas instituciones otorgan créditos de diverso tipo, a plazos, a personas y organizaciones. Estas instituciones se clasifican como:

a). Instituciones financieras privadas: bancos, sociedades financieras, mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera el público.

b). Instituciones financieras públicas: bancos del Estado, cajas rurales instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al de la superintendencia de bancos.

c). Entidades financieras: este Es el nombre que se le da a las que mantiene líneas de crédito para proyectos de y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones.

Incluyen los organismos internacionales, los gobiernos y las internacionales o nacionales (Pérez y Capillo, 2011)

### **2.2.2 El Financiamiento**

Según Rojas, (2011). En su trabajo de investigación define que el financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.

#### **Importancia del Financiamiento**

Francis 2010. Una MYPE sin recursos de financiamiento se moverá con dificultad bajo el peso de su propia deuda. El financiamiento es el combustible sobre el cual marcha el negocio. Una empresa puede tomar diferentes avenidas para conseguir financiamiento, y puede ser usada más de una opción.

El financiamiento escogido dependerá del deseo de la empresa de estar endeudada, cuán solventes son los dueños el negocio en el momento en que el negocio fue fundado y la cantidad de dinero que un negocio necesitará para lanzar y mantenerse por sí mismo a través de una variedad de eventos.

#### **Clases**

Los Financiamientos a Corto Plazo constituidos por los Créditos Comerciales, Créditos Bancarios, Pagarés, Líneas de Crédito, Papeles Comerciales, Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar y Financiamiento por medio de los Inventarios.

Por otra parte se encuentran los Financiamientos a Largo Plazo constituidos por las Hipotecas, Acciones, Bonos y Arrendamientos Financieros.

A cada uno de los puntos ya nombrados serán estudiados desde el punto de vista de sus Significado, Ventajas, Desventajas, Importancia y Formas de Utilización;

Para de esta manera comprender su participación dentro de las distintas actividades comerciales que diariamente se realizan.

### **Financiamientos a corto plazo**

Según PYME (2013). Crédito Comercial. Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

#### **Importancia.**

El crédito comercial tiene su importancia en que es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa a la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial. Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa.

Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar figuran la cuenta abierta la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagare por ellas en un plazo corto determinado, las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en el futuro, los Pagarés que es un reconocimiento formal del crédito recibido, la Consignación en la cual no se otorga crédito alguno y la propiedad de las mercancías no pasa nunca al acreedor a la empresa.

Más bien, la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.

### **Ventajas.**

- Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.
- Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.

### **Desventajas**

- Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.
- Si la negociación se hace acreditado se deben cancelar tasas pasivas.

### **Formas de Utilización.**

¿Cuándo y cómo surge el Crédito Comercial? Los ejecutivos de finanzas deben saber bien la respuesta para aprovechar las ventajas que ofrece el crédito.

Tradicionalmente, el crédito surge en el curso normal de las operaciones diarias.

Por ejemplo, cuando la empresa incurre en los gastos que implican los pagos que efectuará más adelante o acumula sus adeudos con sus proveedores, está obteniendo de ellos un crédito temporal.

Ahora bien, los proveedores de la empresa deben fijar las condiciones en que esperan que se les pague cuando otorgan el crédito.

Las condiciones de pago clásicas pueden ser desde el pago inmediato, o sea al contado, hasta los plazos más liberales, dependiendo de cuál sea la costumbre de la empresa y de la opinión que el proveedor tenga de capacidad de pago de la empresa.

Una cuenta de Crédito Comercial únicamente debe aparecer en los registros cuando éste crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital, u otras propiedades del comprador.

El crédito comercial no puede ser comprado independientemente; tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

### **Crédito Bancario.**

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

### **Importancia.**

El Crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario. Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

### **Ventajas.**

- Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades.
- Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

## **Desventajas.**

- Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.
- Un Crédito Bancario acarrea tasa pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

## **Formas de Utilización.**

Cuando la empresa, se presente con el funcionario de préstamos del banco, debe ser capaz de negociar. Debe dar la impresión de que es competente. Si se va en busca de un préstamo, habrá que presentarse con el funcionario correspondiente con los datos siguientes:

1. La finalidad del préstamo.
2. La cantidad que se requiere.
3. Un plan de pagos definido.
4. Pruebas de la solvencia de la empresa.
5. Un plan bien trazado de cómo espera la empresa desenvolverse en el futuro y lograr una situación que le permita pagar el préstamo.
6. Una lista con avales y garantías colaterales que la empresa está dispuesta a ofrecer, si las hay y son necesarias.

El costo de intereses varía según el método que se siga para calcularlos. Es preciso que la empresa sepa siempre cómo el banco calcula el interés real por el préstamo. Luego que el banco analice dichos requisitos, tomará la decisión de otorgar o no el crédito.

**Pagaré.**

Es un instrumento negociable el cual es una “promesa” incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.

**Importancia.**

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables son pagaderos a su vencimiento, de todos modos, a veces que no es posible cobrar un instrumento a su vencimiento, o puede surgir algún obstáculo que requiera acción legal.

**Ventajas.**

- Es pagadero en efectivo.
- Hay alta seguridad de pago al momento de realizar alguna operación comercial.

**Desventajas.**

- Puede surgir algún incumplimiento en el pago que requiera acción legal.

## **Formas de Utilización.**

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente.

Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que: Debe ser por escrito y estar firmado por el girador.

Debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo. El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calcula, por lo general, en base a 360 días por año.

Debe ser pagadero a favor de una persona designado puede estar hecho al portador; Debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable.

Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales.

El tenedor que protesta paga al notario público una cuota por la preparación de los documentos del protesto; el tenedor puede cobrarle estos gastos al girador, quien está obligado a reembolsarlos.

El notario público aplica el sello de “Protestado por Falta de Pago” con la fecha del protesto, y aumenta los intereses acumulados al monto del pagaré, firmándolo y estampando su propio sello notarial.

## **Línea de Crédito.**

La Línea de Crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano.

## **Importancia.**

Es importante ya que el banco está de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite. Aunque por lo general no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito es casi siempre respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos.

## **Ventajas.**

- Es un efectivo “disponible” con el que la empresa cuenta.

## **Desventajas.**

- Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada.
- Este tipo de financiamiento, está reservado para los clientes más solventes del banco, y sin embargo en algunos casos el mismo puede pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.
- Se le exige a la empresa que mantenga la línea de crédito “Limpia”, pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

## **Formas de Utilización.**

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un período determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene más que informar al banco de su deseo de “disponer” de tal cantidad, firma un documento que indica que la empresa dispondrá de esa suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a la cuenta de cheques.

El Costo de la Línea de Crédito por lo general se establece durante la negociación original, aunque normalmente fluctúa con la tasa prima.

Cada vez que la empresa dispone de una parte de la línea de crédito paga el interés convenido.

Al finalizar el plazo negociado originalmente, la línea deja de existir y las partes tendrán que negociar otra si así lo desean.

### **Papeles Comerciales.**

Es una Fuente de Financiamiento a Corto Plazo que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.

### **Importancia.**

Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no sólo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales.

El empleo juicioso del papel comercial puede ser otra fuente de recursos cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos de dinero apretado cuando las necesidades exceden los límites de financiamiento de los bancos.

Hay que recordar siempre que el papel comercial se usa primordialmente para financiar necesidades de corto plazo, como es el capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo.

### **Ventajas.**

- El Papel comercial es una fuente de financiamiento menos costosa que el Crédito Bancario.
- Sirve para financiar necesidades a corto plazo, por ejemplo el capital de trabajo.

### **Desventajas.**

- Las emisiones de Papel Comercial no están garantizadas.
- Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago.
- La negociación acarrea un costo por concepto de una tasa prima.

### **Formas de Utilización.**

El papel comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor.

Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

- Por último, el papel se puede clasificar como de primera calidad y de calidad media.
- El de primera calidad es el emitido por el más confiable de todos los clientes confiables, mientras que el de calidad media es el que emiten los clientes sólo un poco menos confiables. Esto encierra para la empresa una investigación cuidadosa.

- El costo del papel comercial ha estado tradicionalmente  $\frac{1}{2}$  % debajo de la tasa prima porque, sea que se venda directamente o a través del agente, se eliminan la utilidad y los costos del banco.
- El vencimiento medio del papel comercial es de tres a seis meses, aunque en algunas ocasiones se ofrecen emisiones de nueve meses y a un año.
- No se requiere un saldo mínimo.
- En algunos casos, la emisión va acompañada por una línea de crédito o por una carta de crédito, preparada por el emisor para asegurar a los compradores que, en caso de dificultades con el pago, podrá respaldar el papel mediante un convenio de préstamo con el banco.
- Esto se exige algunas veces a las empresas de calidad menor cuando venden papel, y aumentan la tasa de interés real.

### **Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.**

Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

### **Importancia.**

Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento. Aporta muchos beneficios que radican en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito.

No hay costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; no hay costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo.

**Ventajas.**

- Es menos costoso para la empresa.
- Disminuye el riesgo de incumplimiento.
- No hay costo de cobranza.

**Desventajas.**

- Existe un costo por concepto de comisión otorgado al agente.
- Existe la posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

**Formas de Utilización.**

Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa.

Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por concepto de honorarios por sus servicios a un porcentaje estipulado y abonar el resto a la cuenta de la empresa.

La mayoría de las cuentas por cobrar se adquieren con responsabilidad de la empresa, es decir, que si el agente no logra cobrar, la empresa tendrá que rembolsar el importe ya sea mediante el pago en efectivo o reponiendo la cuenta incobrable por otra más viable.

### **Financiamiento por medio de los Inventarios.**

Es aquel en el cual se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión garantía en caso de que la empresa deje de cumplir.

### **Importancia.**

Es importante ya que le permite a los directores de la empresa usar el inventario de la empresa como fuente de recursos, gravando el inventario como colateral es posible obtener recursos de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales, en estos casos, como son el Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fábrica, el Recibo en Custodia, la Garantía Flotante y la Hipoteca.

### **Ventajas.**

- Permite aprovechar una importante pieza de la empresa como es el Inventario de Mercancía
- Brinda oportunidad a la organización de hacer más dinámica sus actividades.

### **Desventajas.**

- Le genera un Costo de Financiamiento al deudor.
- El deudor corre riesgo de perder el Inventario dado en garantía en caso de no poder cancelar el contrato

## **Formas de Utilización.**

Por lo general al momento de hacerse la negociación, se exige que los artículos sean duraderos, identificables y susceptibles de ser vendidos al precio que prevalezca en el Mercado.

El acreedor debe tener derecho legal sobre los artículos, de manera que si se hace necesario tomar posesión de ellos el acto no sea materia de controversia.

El gravamen que se constituye sobre el inventario se debe formalizar mediante alguna clase de convenio que pruebe la existencia del colateral.

El que se celebra con el banco específico no sólo la garantía sino también los derechos del banco y las obligaciones del beneficiario, entre otras cosas.

Los directores firmarán esta clase de convenios en nombre de su empresa cuando se den garantías tales como el inventario.

Además del convenio de garantía, se podrán encontrar otros documentos probatorios entre los cuales se pueden citar el Recibo en Custodia y el Almacenamiento.

Ahora bien, cualquiera que sea el tipo de convenio que se celebre, para la empresa se generará un Costo de Financiamiento que comprende algo más que los intereses por el préstamo, aunque éste es el gasto principal.

A la empresa le toca absorber los cargos por servicio de mantenimiento del Inventario, que pueden incluir almacenamiento, inspección por parte de los representantes del acreedor y manejo, todo lo cual forma parte de la obligación de la empresa de conservar el inventario de manera que no disminuya su valor como garantía. Normalmente no debe pagar el costo de un seguro contra pérdida por incendio o robo.

## **Fuentes del Financiamiento**

**Dentro de la organización económica que impera en el mundo occidental, las fuentes de financiamiento están representadas por las personas e instituciones que son capaces de proveer el capital para el financiamiento de las empresas. En general estas personas o instituciones se denominan inversionistas, las cuales desean invertir su capital en empresas que les produzcan el máximo rendimiento o dividendo. Por lo general, la inversión se canaliza al sistema bancario, donde inversionistas profesionales o pequeños ahorrantes depositan sus capitales con la finalidad de que estos sean colocados en las empresas, en forma de préstamos o créditos o bien directamente destinado a la compra de valores como sucede con los bancos de inversión.**

El financiamiento tiene dos grandes fuentes: el capital propio y el capital prestado. El primero proviene de los propios inversionistas o socios de las empresas, y el capital prestado se obtiene del sistema bancario o instituciones especializadas en financiamiento de empresas.

Cuando se trata de la empresa individual generalmente el promotor es el propietario de la empresa quien provee el capital invirtiendo sus fondos privados en la misma.

En las empresas colectivas existe una identidad o relación directa entre los promotores y socios de la empresa, de manera que el financiamiento se produce o se origina por la relación de socios y promotores, generalmente los promotores interesan a un grupo de socios quienes proveen el capital de la empresa.

El caso de la empresa de responsabilidad limitada es más o menos semejante al de la colectiva, diferenciándose en que la aportación de los socios deberá efectuarse previa a su funcionamiento, ya que la legislación exige la aportación del 25% del capital antes de iniciar sus operaciones.

La experiencia indica que en los casos de la empresa individual la colectiva y la de responsabilidad limitada no requiere grandes sumas de capital para desarrollar sus operaciones, lo cual permite que la capitalización se desarrolle o esté a cargo de los socios inversionistas. Existen excepciones en aquellas empresas que adoptando las formas de organización indicadas, requieren fuertes monto de capital para organizarse.

En las empresas accionadas o sociedades anónimas, el capital está constituido por el valor de las acciones emitidas, el cual se integran con emisiones de bonos y obligaciones que complementan la capitalización.

Las características que reviste la empresa accionada, por constituir una de las formas de organización de la empresa moderna cuyo objetivo es la capitalización de fuente de monto de capital para emprender actividades de producción importantes, a merita una explicación amplia de las variadas formas de acciones, bonos, obligaciones que dicha empresa emita, con el objeto de hacer atractivo por el inversionista la inversión de su capital.

El capital de las empresas accionadas como se ha dicho, estará representada por las acciones emitidas, las cuales pueden ser comunes y ordinarias, y preferentes o privilegiadas. Los derechos que confieren las acciones a sus tenedores son las siguientes:

Derecho de propiedad en el patrimonio indivisible de la sociedad;

1. Derecho de la transferencia de la acción;
2. Derecho de percibir dividendos;
3. A inspeccionar los libros de la empresa;
4. A suscribir los aumentos del capital;
5. A voto en las asambleas generales; y
6. A participación en el capital y las reservas y en caso de liquidación.

Se llama valor nominal de la acción, al valor que la empresa establece para cada acción, la cual va escrita en el título respectivo. En algunas oportunidades las empresas emiten acciones sin valor nominal.

## **Tipos de financiamiento**

- **Financiamiento Interno.**- Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.
- **Financiamiento Externo.**- Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, 17 son in suficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.

Una de las principales formas de obtener financiamiento es el crédito, que no es más que el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y el que la entidad se compromete a pagar en un plazo de tiempo, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo.

La respuesta a dónde obtener un crédito no es difícil pero sí muy amplia, pues existen diversas instituciones encargadas de otorgarlo, de ahí que existan dos tipos de crédito: el bancario y el no bancario, así como diversas fuentes de obtener financiamiento, las que se refieren a continuación.

La clasificación del financiamiento en función del tiempo se divide en dos:

### **Fuentes y Formas de Financiamiento a Largo Plazo.**

#### **Hipoteca.**

Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.

### **Importancia.**

Es importante señalar que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario. Vale destacar que la finalidad de las hipotecas por parte del prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es el tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca así como el obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados.

### **Ventajas.**

- Para el prestatario le es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.
- Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.
- El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien.

### **Desventajas.**

- Al prestamista le genera una obligación ante terceros.
- Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido a falta de pago.

### **Formas de Utilización.**

La hipoteca confiere al acreedor una participación en el bien.

El acreedor tendrá acudir al tribunal y lograr que la mercancía se venda por orden de éste para Es decir, que el bien no pasa a ser del prestamista hasta que no haya sido cancelado el préstamo. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de los bancos.

### **Acciones.**

Las acciones representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

### **Importancia.**

Son de mucha importancia ya que miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc.

### **Ventajas.**

- Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso. –
- Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

### **Desventajas**

- El empleo de las acciones diluye el control de los actuales accionistas.
- El costo de emisión de acciones es alto.

### **Formas de Utilización.**

Las acciones se clasifican en Acciones Preferentes que son aquellas que forman parte del capital contable de la empresa y su posesión da derecho a las utilidades después de impuesto de la empresa, hasta cierta cantidad, y a los activos de la misma. También hasta cierta cantidad, en caso de liquidación; Y por otro lado se encuentran las Acciones Comunes que representan la participación residual que confiere al tenedor un derecho sobre las utilidades y los activos de la empresa, después de haberse satisfecho las reclamaciones prioritarias por parte de los accionistas preferentes.

Por esta razón se entiende que la prioridad de las acciones preferentes supera a las de las acciones comunes.

Sin embargo ambos tipos de acciones se asemejan en que el dividendo se puede omitir, en que las dos forman parte del capital contable de la empresa y ambas tienen fecha de vencimiento.

¿Qué elementos se deben considerar respecto al empleo de las Acciones Preferentes o en su defecto Comunes? Se debe tomar aquella que sea la más apropiada como fuente de recurso a largo plazo para el inversionista.

¿Cómo vender las Acciones? Las emisiones más recientes se venden a través de un suscriptor, el método utilizado para vender las nuevas emisiones de acciones es el derecho de suscripción el cual se hace por medio de un corredor de inversiones.

Después de haber vendido las acciones, la empresa tendrá que cuidar su valor y considerar operaciones tales como el aumento del número de acciones, la disminución del número de acciones, el listado y la recompra.

### **Bonos.**

Es un instrumento escrito en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas.

### **Importancia.**

Cuando una sociedad anónima tiene necesidad de fondos adicionales a largo plazo se ve en el caso de tener que decidir entre la emisión de acciones adicionales del capital o de obtener préstamo expidiendo evidencia del adeudo en la forma de bonos.

La emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas.

El tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario.

Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión, el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos que reciben las acciones de una empresa.

### **Ventajas.**

- Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.
- El empleo de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.
- Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa.

### **Desventajas.**

- La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir dentro de este mercado.

### **Formas de Utilización.**

Cada emisión de bonos está asegurada por una hipoteca conocida como “Escritura de Fideicomiso”. El tenedor del bono recibe una reclamación o gravamen en contra de la propiedad que ha sido ofrecida como seguridad para el préstamo.

Si el préstamo no es cubierto por el prestatario, la organización que el fideicomiso puede iniciar acción legal a fin de que se saque a remate la propiedad hipotecada y el valor obtenido de la venta sea aplicada al pago del a deudo.

Al momento de hacerse los arreglos para la expedición e bonos, la empresa prestataria no conoce los nombres de los futuros propietarios de los bonos debido a que éstos serán emitidos por medio de un banco y pueden ser transferidos, más adelante, de mano en mano.

En consecuencia la escritura de fideicomiso de estos bonos no puede mencionar a los acreedores, como se hace cuando se trata de una hipoteca directa entre dos personas. La empresa prestataria escoge como representantes de los futuros propietarios de bonos a un banco o una organización financiera para hacerse cargo del fideicomiso.

La escritura de fideicomiso transfiere condicionalmente el título sobre la propiedad hipotecada al fideicomisario.

Por otra parte, los egresos por intereses sobre un bono son cargos fijos el prestatario que deben ser cubiertos a su vencimiento si es que se desea evitar una posible cancelación anticipada del préstamo.

Los intereses sobre los bonos tienen que pagarse a las fechas especificadas en los contratos; los dividendos sobre acciones se declaran a discreción del consejo directivo de la empresa.

Por lo tanto, cuando una empresa expide bonos debe estar bien segura de que el uso del dinero tomado en préstamo resultará en una utilidad neta que sea superior al costo de los intereses del propio préstamo.

### **Arrendamiento Financiero.**

Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes.

## **Importancia.**

La importancia del arrendamiento es la flexibilidad que presta para la empresa ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en el medio de la operación.

El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos. Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento.

Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo.

El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa.

Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

## **Ventajas.**

- Es un financiamiento bastante flexible para las empresas debido a las oportunidades que ofrece. -Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.
- Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

### **Desventajas.**

- Algunas empresas usan el arrendamiento para como medio para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.
- Un contrato de arrendamiento obliga una tasa costo por concepto de intereses.
- La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

### **Forma de Utilización.**

Consiste en dar un préstamo a plazo con pagos periódicos obligatorios que se efectúan en el transcurso de un plazo determinado, generalmente igual o menor que la vida estimada del activo arrendado.

El arrendatario (la empresa) pierde el derecho sobre el valor de rescate del activo (que conservará en cambio cuando lo haya comprado).

La mayoría del arrendamiento son incancelables, lo cual significa que la empresa está obligada a continuar con los pagos que se acuerden aun cuando abandone el activo por no necesitarlo más. En todo caso, un arrendamiento no cancelable es tan obligatorio para la empresa como los pagos de los intereses que se compromete.

Una característica distintiva del arrendamiento financiero es que la empresa (arrendatario) conviene en conservar el activo aunque la propiedad del mismo corresponda al arrendador. Mientras dure el arrendamiento, el importe total de los pagos excederá al precio original de compra, porque la renta no sólo debe restituir el desembolso original del arrendador, sino también producir intereses por los recursos que se comprometen durante la vida del activo.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Financiamiento**

#### **2.3.1.1 Concepto**

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 gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. **Drimer (2008)**.

Según **Rojas (2011)**. En su trabajo de investigación define que el financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.

**Según Morazán (2011).** En América Latina persiste una profunda brecha en cuanto al acceso, las condiciones y los costos de financiamiento entre las pequeñas y medianas empresas y las empresas grandes, pese a los notables avances que la región ha logrado en este ámbito en los últimos años.

Esta brecha obstaculiza un mayor aporte al desarrollo por parte de las pymes, segmento donde se encuentra la mayoría de las unidades productivas de la región. Además, el acceso a financiamiento es un talón de Aquiles para las pequeñas empresas de la región, y las cifras así lo confirman: “Solo cerca de 12 % del crédito total en la región se destina a las pymes, en contraste con los países de la OCDE, donde reciben 25 %”. Esto explica por qué una de cada tres pequeñas empresas en América Latina identifica el acceso al financiamiento como una restricción para su desarrollo (América Económica, 2013).

### **Terminología Básica Relacionada al Financiamiento**

**Acreedor:** Persona, física o jurídica, que legítimamente está autorizadas para exigir el pago o cumplimiento de una obligación contraída con anterioridad.

**Costo de financiamiento:** Un costo de financiamiento es el costo total de un préstamo en dólares y centavos. Incluye los intereses, los cargos por servicio y por transacción y otros cargos que se cobran sobre el préstamo.

**Déficit presupuestario:** describe la situación en la cual los gastos realizados por el Estado superan a los ingresos no financieros, en un determinado período (normalmente un año).

**Emisiones:** Está relacionado con la acción y efecto de emitir (arrojar o echar algo hacia fuera, poner en circulación títulos o valores, manifestar una opinión o juicio).

**Fideicomiso:** Es un contrato por el cual una persona destina ciertos bienes a un fin lícito determinado, encomendando la realización de ese fin a una institución fiduciaria en todas las empresas.

**Garantía flotante:** Una hipoteca abierta donde usted cancela cuando quiere, o toma el préstamo en la medida de sus necesidades. Puede, de esta forma, operar con créditos personales o aumentar su cupo de descuento de valores de terceros.

**Liquidez:** Representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor

**Obsolescencia:** Hace mención a algo que se está volviendo obsoleto, antiguo o arcaico y que, por lo tanto, cae en desuso.

**Recursos financieros:** Son los activos que tienen algún grado de liquidez. El dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias de acciones y bonos.

**Tasas pasiva:** Es el interés pagado por un monto adeudado mediante un crédito.

### **Tasa de Interés por Tipo de Crédito y Empresa Bancaria**

La tasa de interés Bancaria es el costo del préstamo expresado como una tasa porcentual.

Es muy importante saber cuál será el interés para así poder calcular a cuánto ascenderá el pago mensual. Mientras más alta sea, serán mayores las mensualidades; y mientras más baja sea, será menor los pagos.

El concepto de "tasa de interés" refleja variedad de definiciones, las cuales varían según el contexto en el cual es utilizado. A su vez, en la práctica, se ven variedad de tasas de interés, por lo que resulta muy difícil definir una única tasa de interés relevante para todas las transacciones económicas que se realizan.

En general, la tasa de interés expresada en porcentajes representa el costo de oportunidad de la utilización de una suma determinada de dinero. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar o cobrar por tomarlo prestado o cederlo en préstamo. Es decir, el poseedor de una suma de dinero deseará obtener la máxima rentabilidad posible para su capital, conforme a las oportunidades de inversión del mismo.

Cuando en una economía se producen cambios en los niveles generales de pre c i o s es importante diferenciar entre variables nominales y variables reales.

Tasa de interés nominal. Se refiere al regreso de los ahorros en términos de la cantidad de dinero que se obtiene en el futuro (un tiempo determinado) para un monto dado de ahorro reciente.

Tasa de interés real. Mide el regreso de los ahorros en términos del volumen de bienes que se pueden adquirir en el futuro con un monto dado de ahorro reciente.

## Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario

### Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito al 04/10/2016

Tasa Anual (%)	Continental	Crédito	BIF	Scotiabank	Interbank	Mibanco	Azteca	Promedio
<b>Corporativos</b>	5.05	6.08	6.71	6.93	5.89	-	-	6.06
Descuentos	5.71	6.74	6.47	5.37	5.58	-	-	6.82
Préstamos hasta 30 días	4.64	5.97	6.97	5.03	5.17	-	-	5.03
Préstamos de 31 a 90 días	5.12	5.46	6.96	4.96	-	-	-	5.47
Préstamos de 91 a 180 días	5.38	6.46	7.17	5.20	5.37	-	-	6.15
Préstamos de 181 a 360 días	5.55	-	6.50	-	7.29	-	-	6.46
Préstamos a más de 360 días	7.21	6.42	-	8.99	-	-	-	7.31
<b>Grandes Empresas</b>	6.85	7.66	7.87	6.28	7.23	-	-	7.26
Descuentos	9.31	7.57	7.95	6.48	7.35	-	-	7.95
Préstamos hasta 30 días	5.45	7.36	6.40	6.14	4.75	-	-	6.40
Préstamos de 31 a 90 días	6.86	7.89	7.49	5.68	7.09	-	-	7.17
Préstamos de 91 a 180 días	6.81	7.40	7.44	7.16	6.97	-	-	7.23
Préstamos de 181 a 360 días	7.04	8.47	7.95	6.62	8.36	-	-	7.76
Préstamos a más de 360 días	7.96	8.47	8.74	5.28	8.15	-	-	8.27
<b>Medianas Empresas</b>	11.63	10.26	9.51	11.62	10.60	17.39	-	10.89
Descuentos	13.29	8.48	9.48	10.05	8.80	-	-	10.12
Préstamos hasta 30 días	11.09	9.47	7.58	11.52	10.13	-	-	9.82
Préstamos de 31 a 90 días	11.69	10.53	10.70	10.38	11.42	-	-	10.99
Préstamos de 91 a 180 días	12.18	11.89	9.40	10.72	9.85	19.18	-	11.51
Préstamos de 181 a 360 días	11.52	11.20	7.35	11.81	10.11	18.48	-	11.18
Préstamos a más de 360 días	9.61	10.16	10.47	14.55	12.73	16.62	-	11.00
<b>Pequeñas Empresas</b>	16.83	18.40	14.22	23.71	18.20	24.09	-	21.49
Descuentos	17.58	8.14	14.70	13.05	10.23	-	-	12.56
Préstamos hasta 30 días	17.13	8.80	-	17.66	-	46.19	-	11.20

Préstamos de 31 a 90 días	17.35	13.81	13.32	18.80	16.94	26.76	-	17.15
Préstamos de 91 a 180 días	17.74	23.07	14.77	16.46	15.81	29.45	-	21.49
Préstamos de 181 a 360 días	20.08	23.22	15.52	20.13	20.74	26.28	-	24.37
Préstamos a más de 360 días	13.42	15.90	14.14	24.98	18.95	23.22	-	21.64
<b>Microempresas</b>	29.24	27.15	9.03	24.31	20.89	39.03	-	36.35
Tarjetas de Crédito	36.06	30.47	-	30.62	-	-	-	31.02
Descuentos	22.31	12.71	15.47	13.18	10.83	-	-	15.53
Préstamos Revolventes	22.87	-	8.00	-	20.23	-	-	17.81
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	17.62	-	-	-	-	71.03	-	31.38
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	22.06	-	-	17.01	21.15	56.87	-	48.19
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	20.95	25.13	-	20.88	27.50	54.54	-	46.83
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	19.95	24.01	-	18.05	25.15	45.28	-	44.51
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	14.38	16.63	13.00	23.68	22.06	33.38	-	31.88
<b>Consumo</b>	45.82	32.49	17.68	27.12	45.84	53.61	134.59	44.03
Tarjetas de Crédito	61.02	37.79	30.00	30.62	48.95	-	149.88	50.07
Préstamos Revolventes	18.57	-	-	-	20.23	-	-	18.75
Préstamos no Revolventes para automóviles	11.19	11.46	10.04	12.01	11.49	-	-	11.30
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad hasta 360 días	10.36	14.69	15.83	-	20.28	64.32	138.10	56.00
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad a más de 360 días	17.35	15.51	15.12	17.80	22.09	43.75	123.84	21.32
Créditos pignoratícios	-	-	-	-	-	-	-	64.60
<b>Hipotecarios</b>	8.13	8.70	9.22	9.28	8.92	15.64	-	8.80
Préstamos hipotecarios para vivienda	8.13	8.70	9.22	9.28	8.92	15.64	-	8.80

Nota: Cuadro elaborado sobre la base de la información remitida diariamente por las Empresas Bancarias a través del Reporte N°6. Las tasas de interés tienen carácter referencial. Las definiciones de los tipos de crédito se encuentran en el Reglamento para la Evaluación y Clasificación del Deudor y la Exigencia de Provisiones, aprobado mediante Resolución SBS N° 11356-2008 (Ver definiciones).

## **Tasa de Interés por Tipo de Crédito y Caja Municipal**

Una caja de ahorros es una entidad de crédito similar a un banco. En general, los bancos son sociedades anónimas, al igual que las cajas de ahorro cuyo objetivo es captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y micro empresas. Adicionalmente, realizan operaciones dentro de la legislación vigente, emitidas para las empresas del sistema financiero.

Anteriormente una diferencia que se podía mencionar es que mientras los bancos suelen tener una cobertura nacional a nivel de agencias, las cajas se limitaban a la región a la que pertenecían. En la actualidad esto ha cambiado, las cajas ya se han expandido a nivel nacional, teniendo agencias no sólo en donde iniciaron sus operaciones, sino también en diferentes regiones.

Anteriormente una diferencia que se podía mencionar es que mientras los bancos suelen tener una cobertura nacional a nivel de agencias, las cajas se limitaban a la región a la que pertenecían. En la actualidad esto ha cambiado, las cajas ya se han expandido a nivel nacional, teniendo agencias no sólo en donde iniciaron sus operaciones, sino también en diferentes regiones.

Las Cajas Municipales nacen en provincias como la alternativa financiera para atender las necesidades de los sectores de menores recursos, a través de los créditos hacia los emprendedores de las MYPE (micro y pequeña empresa), cuando el sistema financiero tradicional no los consideraba sujetos de crédito, contribuyendo a hacer realidad sus emprendimientos y, con ello, dinamizar la economía y disminuir la pobreza local.

Las CMAC han desarrollado el micro crédito en el país, induciendo a miles de microempresarios a la formalidad y promoviendo la cultura del ahorro y el beneficio de sus créditos. Las CMAC son las que más contribuyen a la inclusión de la micro y pequeña empresa al crédito formal, por encima de la banca y las empresas financieras.

Las CMAC han desarrollado el micro crédito en el país, induciendo a miles de microempresarios a la formalidad y promoviendo la cultura del ahorro y el beneficio de sus créditos. Las CMAC son las que más contribuyen a la inclusión de la micro y pequeña empresa al crédito formal, por encima de la banca y las empresas financieras.

Como un testimonio del compromiso de las Cajas Municipales con la reducción de la pobreza en el Perú, se puede apreciar que en aquellas zonas en donde el ratio de pobreza total es superior al 50%, como son los departamentos de Huancavelica (66.1%), Apurímac (63.1%), Huánuco (58.5%), Puno (56%) y Ayacucho (55.9%); las CMAC tienen colocado el 12% del total de sus créditos, frente al sistema financiero tradicional que tiene colocado solo el 1.23% del total de sus créditos.

**Estructura de los Créditos Directos por Departamento  
y por Tipo de Institución Financiera**  
(al 30 de Noviembre del 2011)

DEPARTAMENTO	POBREZA TOTAL	SISTEMA CMAC		SISTEMA FINANCIERO TRADICIONAL	
		%	% ACUMULADO	%	% ACUMULADO
Huancavelica	66.1	0.65%	0.65%	0.02%	0.02%
Apurímac	63.1	2.22%	2.87%	0.05%	0.07%
Huánuco	58.5	2.07%	4.93%	0.34%	0.41%
Puno	56.0	5.71%	10.64%	0.58%	0.98%
Ayacucho	55.9	1.46%	12.11%	0.24%	1.23%
Amazonas	50.1	1.55%	13.66%	0.05%	1.27%
Cusco	49.5	7.52%	21.18%	0.94%	2.22%
Loreto	49.1	2.31%	23.50%	0.76%	2.98%
Cajamarca	49.1	3.87%	27.37%	0.77%	3.75%
Pasco	43.6	0.60%	27.96%	0.15%	3.90%
Piura	42.5	10.64%	38.60%	2.08%	5.98%
Lambayeque	35.3	4.42%	43.01%	1.95%	7.93%
La Libertad	32.6	6.11%	49.13%	3.08%	11.01%
Junín	32.5	5.27%	54.40%	1.16%	12.17%
San Martín	31.1	3.05%	57.45%	0.79%	12.96%
Ancash	29.0	2.86%	60.31%	1.13%	14.09%
Ucayali	20.3	1.61%	61.92%	0.49%	14.58%
Tumbes	20.1	2.08%	64.00%	0.21%	14.79%
Arequipa	19.6	10.56%	74.56%	2.66%	17.45%
Moquegua	15.7	1.64%	76.20%	0.22%	17.67%
Tacna	14.0	3.52%	79.72%	0.55%	18.22%
Lima y Callao	13.5	14.03%	93.75%	78.58%	96.80%
Ica	11.6	3.45%	97.20%	1.30%	98.10%
Madre de Dios	8.7	2.80%	100.00%	0.09%	98.19%
Sucursales en el Exterior		0.00%	100.00%	1.81%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>100.00%</b>		<b>100.00%</b>	

## Tasa de Interés Promedio del Sistema de Cajas Municipales

### Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas Durante el Mes Por tipo de Crédito a Agosto del 2016

Tasa Anual (%)	CMAC Paíta	CMAC Piura	CMAC Sullana	CMAC Trujillo	Promedio
<b>Corporativos</b>	-	-	-	10.15	10.18
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos hasta 30 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 31 a 90 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 91 a 180 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 181 a 360 días	-	-	-	-	10.03
Préstamos a más de 360 días	-	-	-	10.15	10.25
<b>Grandes Empresas</b>	-	-	-	-	-
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos hasta 30 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 31 a 90 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 91 a 180 días	-	-	-	-	-
Préstamos de 181 a 360 días	-	-	-	-	-
Préstamos a más de 360 días	-	-	-	-	-
<b>Medianas Empresas</b>	23.87	17.08	18.04	17.84	17.29
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos hasta 30 días	-	79.59	90.12	-	53.35
Préstamos de 31 a 90 días	23.87	-	24.48	19.83	25.39
Préstamos de 91 a 180 días	23.87	-	18.42	14.83	18.13
Préstamos de 181 a 360 días	-	26.90	14.78	25.99	18.81
Préstamos a más de 360 días	-	16.69	17.62	18.71	16.55

<b>Pequeñas Empresas</b>	30.12	34.11	25.35	23.46	26.85
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos hasta 30 días	51.11	75.09	37.09	28.52	46.55
Préstamos de 31 a 90 días	33.04	-	25.31	24.16	29.05
Préstamos de 91 a 180 días	32.89	68.41	27.85	23.94	28.76
Préstamos de 181 a 360 días	24.71	38.86	32.06	25.29	31.99
Préstamos a más de 360 días	30.71	32.72	23.97	22.62	25.69
<b>Microempresas</b>	44.93	52.94	39.45	34.47	37.33
Tarjetas de Crédito	-	-	-	-	-
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	28.47	26.73
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	85.29	78.33	64.88	56.68	67.03
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	45.22	-	44.41	36.48	46.00
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	43.33	81.68	43.82	44.29	45.47
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	54.43	57.55	46.84	41.63	44.50
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	43.90	51.89	37.26	26.28	35.39
<b>Consumo</b>	40.58	30.40	35.86	26.79	30.08
Tarjetas de Crédito	-	-	-	-	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	13.56
Préstamos no Revolventes para automóviles	-	-	-	-	18.97
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad hasta 360 días	48.82	17.63	51.26	38.88	36.72
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad a más de 360 días	39.03	31.87	34.44	21.92	29.44
Créditos pignoratícios	112.56	79.59	90.12	113.70	97.44

<b>Hipotecarios</b>	-	15.95	11.60	14.24	14.55
Préstamos hipotecarios para vivienda	-	15.95	11.60	14.24	14.55

Nota: Cuadro elaborado sobre la base de la información remitida por las Cajas Municipales a través del Reporte N° 6. Las tasas de interés tienen carácter referencial. Las definiciones de los tipos de crédito se encuentran en el Reglamento para la Evaluación y Clasificación del Deudor y la Exigencia de Provisiones, aprobado mediante Resolución SBS N° 11356-2008 (Ver definiciones). Actualizado al 22.09.2016.

## **Pollería**

**Pollo a la brasa** es la denominación que se da en el Pe rú al pol l o a sa do al carbón, a la leña o a gas en un sistema rotatorio. Diario el Comercio.

Es considerado un platillo típico de la ga st ronom í a pe rua na y uno de los de Mayor consumo, incluso por encima del cebiche , el chifa y las especialidades de la comida rápida. **Rafo (2007)**.

Actualmente es considerado una «Especialidad Culinaria del Perú» por el Instituto Nacional de Cultura y la popularidad del plato ha hecho que su consumo familiar sea incluido en el cálculo oficial de la canasta básica. (**Jessica Terán, Gessel Robles 2010**).

## **Historia.**

Los orígenes de la receta de este plato en Perú se señalan en el pueblo de Sa nta Cl a ra ubicado en el di st ri to de At e durante los a ños 1950. **Rafo (2007)**

Roger Schuler, un inmigrante suizo se afincó en Chaclacayo y se dedicó a la crianza de pollos, sin embargo el negocio no prosperó y comenzó a buscar otras formas de negocio. **Terra Perú (2015)**

Un día vio a su cocinera asar un pollo bebé en brasas, ensartado en una barra de fierro que era girado en el fuego, esto hizo que Schuler le pidiera a su amigo Franz Ulrich que ideara una forma de cocinar la mayor cantidad de pollos de una sola vez y de manera uniforme, es así como Franz, crea un horno con un sistema especial que hacía girar los pollos. **Comercio (2015)**

Se tecnificó la producción y creó el restaurante La Gra nja Azul. La fecha oficial de creación del mencionado restaurante, una fecha referencial de lanzamiento del plato, fue el 19 de di c ie m bre de 1949. **Sánchez (2009)**

El año 1957 abrió sus puertas otro restaurante de esta comida: «El Rancho».

Este local se volvió emblemático en la ciudad debido a su atmósfera rural, que permitía a los pobladores de la ciudad evitar el desplazamiento hasta Chaclacayo; el local fue cerrado y demolido en el 2008 debido a la baja en ventas que lo venía afectando en los últimos años. **(Cárdenas 2007)**.

En sus inicios el consumo solo era para las clases altas (desde las décadas de 1950 hasta 1970 aproximadamente) pero a partir de la década de 1970 se fue masificando su consumo.

La versión original consistía en el pollo (cocido en las brasas de carbón y marinado solo con sal) servido con papas fritas y degustado directamente con las manos, sin cubiertos. **(El Comercio 2015)**

En la actualidad existen cadenas orientadas a un público exclusivo y otras que se dirigen a las clases populares; el plato suele ser el mismo con muy ligeras diferencias, la diferencia está en las facilidades y la estética de sus locales.

Respecto a los creadores, Roger Schuler se dedicó al negocio de los restaurantes y Franz Ulrich se dedicó a la fabricación de hornos para la cocción del pollo. **(Sánchez 2009)**.

El horno donde se prepara el «pollo a la brasa» ha evolucionado considerablemente a partir de la adaptación hecha por Ulrich, en la actualidad existen hornos que funcionan a leña, a carbón y a gas y el mayor fabricante es He ri be r t o R u i z quien trabajó junto a Franz Ulrich y se independizó el año 1965 para dar lugar a su propia empresa.

### **Impacto Socio – Cultural:**

El pollo a la brasa es un ícono cultural peruano. (**Diario el Comercio 2008**).

El Instituto Nacional de Cultura del Perú, mediante resolución directoral, reconoció al pollo a la brasa como «Patrimonio Cultural de la Nación». (**Diario Oficial el peruano 2004**).

En el Perú se ha establecido el tercer domingo de julio de cada año como el Día del Pollo a la Brasa. (**Diario el Comercio 2010**).

El año 2010 se determinó que en el Perú se vendían más de 371 millones de unidades de este plato, lo cual aproximadamente equivaldría a unos 100 millones de dólares. **Sánchez (2009)**.

Desde el año 2010, el Instituto Nacional de Estadística e Informática incluye el consumo familiar de pollo a la brasa en el cálculo de la canasta básica familiar debido a su importancia en el presupuesto familiar. **Jessica Terán, Gessel Robles (2010)**

### **Tipos de pollerías**

- **De Venta Avícola:**

La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad de crianza con el propósito de usarlos como base alimenticia sea matándolos por su carne o recogiendo sus huevos. La avicultura se centra generalmente no solo en la crianza de aves, sino también en preservar su hábitat y en las campañas de concienciación.

¿Qué ofrece?

Pollo fresco de gran calidad con características físicas tales como cuerpo ancho y pechuga abundante.

Se Identifican tres segmentos de clientes, los cuales están clasificados de la siguiente forma:

a. Distribuidores de pollo informal: este es un segmento del cual en gran parte deben estar en constante comunicación, ya que funcionara como un canal directo con las amas de casa, de esta forma puedan comprar pollo fresco.

b. Distribuidores de pollo formal: este otro segmento se debe a que existen gran cantidad de centros comerciales, en los cuales se alquilara un espacio para dejar nuestro pollo fresco en bandejas, para que el consumidor pueda disfrutar de pollo refrigerado.

c. Consumidores de pollo directo: en este segmento de pollo se encuentran todas las familias consumistas que quieran encontrar el pollo fresco y aún más barato, ya que se ahorraran el costo de distribución, y cualquier intermediario.

Mercado de Huevos:

Los consumidores son aquellos que:

- Demandan el producto en forma ocasional, como novedad
- Demandan el producto en forma ocasional, como exquisitez
- Demanda el producto en forma periódica, como parte de la dieta alimenticia de la familia.

- De Venta al Consumidor Restaurantes de Pollerías

El pollo a la brasa se ha convertido en un símbolo clave dentro de la gastronomía peruana, con una demanda nacional tal que nunca resultará una mala idea iniciar tu propia pollería.

Las delicias gastronómicas del pollo a la brasa pueden pasar a convertirse en una delicia financiera para tu bolsillo. Todo depende de tu capacidad para gestionar de manera adecuada tu restaurante, y asegurarte de ofrecer siempre los mejores platillos.

Pero si hablamos de cifras, debes saber que la inversión total para este tipo de negocio bordea los S/. 50,000. No se trata de una inversión demasiado elevada si consideramos que se trata de un negocio con ingresos diarios y con posibilidades de constante crecimiento. Las principales inversiones son:

Campana extractora para freidora y parillas: S/. 1,200

2 congeladoras: S/. 3,400

2 freidoras: S/. 2,500

Horno: S/. 6,000

Parilla: S/. 1,200

Refrigerador: S/. 1,600 aprox.

Pero a esto es necesario sumar la compra de bandejas de metal, implementos de cocina (cuchillos de chef, coladores, espátulas, cucharones, etc.), además de lavaderos inoxidable, licuadoras, al menos una mesa frigorífica; y, además, implementos para el comedor, tales como mesas y sillas, cubiertos, vasos, platos, fuentes, bandejas, una vitrina exhibidora, etc.

En cuanto al local, lo recomendable es contar con un espacio de al menos 40 metros cuadrados, puesto que necesitas espacio para la atención al público, otro espacio para almacenar los productos, y otro ambiente para la preparación de los pedidos. Por otro lado, es importante que cuentes con al menos una persona a cargo de caja, dos personas para atención al público, y un cocinero junto a un ayudante de cocina. Te recomendamos que todos los trabajadores lleven un uniforme de acuerdo a la identidad corporativa de negocio.

Recuerda que no solo se trata de sacar la cuenta del total de inversión en el negocio, sino que también es muy importante que hagas un cálculo completo del costo de producción de cada pollo, para así conocer el nivel de ganancia que obtendrás y puedas alcanzar tu punto de equilibrio. Para ello es necesario que realices una lista con la cantidad y precio total de productos necesarios para preparar un pollo al brasa, acompañado de papas, ensaladas y cremas. Considera los precios de tu proveedor, para así acercarte lo más posible a un aproximado real de tus ingresos.

Un mercado que aún no está siendo completamente explotado por los restaurantes de pollo a la brasa es la oferta de ensaladas. Y es que los platillos complementarios lograrán atraer a una clientela mucho más amplia a tu negocio. Ya no se trata solamente de ofrecer pollo a la brasa como único platillo, sino de acompañar la oferta con algunos platos criollos, pero una nueva opción son también las ensaladas. Surte tu restaurante con una buena barra para ensaladas y descubrirás a todo un nuevo tipo de comensales dispuestos a disfrutar de una saludable comida. **(Tejada 2012)**

## **MYPE**

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

Cuando en esta ley se hace esta mención a la sigla MYPE, se está refiriéndose a las Micros y Pequeñas empresas.

## **Objetivo de las MYPE**

Las Micro y Pequeñas Empresas se han creado para dar oportunidad de empleo a grandes sectores de la población, procurando que los costos de los puestos de trabajo sean menores que los otros tipos de actividades económicas. Es decir, con empresas de dimensiones reducidas; se puede aportar al crecimiento de la economía nacional. (Aguirre, 2006)

## **Clasificación de las empresas por su tamaño**

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en cuatro grupos:

- Micro empresa.
- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.
- Gran empresa.

Los criterios usualmente aceptados para clasificar las empresas por su tamaño son:

- a) El número de trabajadores: Serán micro empresas si tienen entre 1 a 10 trabajadores, las pequeñas empresas las que tienen entre 1 y 50 trabajadores, las medianas entre 50 y 500 y grandes empresas las de más de 500.
- b) El volumen económico de las operaciones que realizan: Según este criterio, habría que considerar micro empresa a las que facturan 360 mil soles al año, pequeñas empresas las que facturan menos de 50 millones al año, medianas empresas las que facturan entre 50 y 1000 millones y grandes empresas que facturan más de 1000 millones. (Crece negocios, 2012)

## **Importancia de las MYPE**

La microempresa tiene una importancia fundamental tanto en la generación de empleo como en el combate de la pobreza. Es por esta razón que se han llevado a cabo varios esfuerzos con el objetivo de conocer más profundamente al sector, y en esta sección se ha intentado sintetizar la información más relevante que lo caracteriza, para que todos/as nuestros/as visitantes puedan consultarla. Esto quiere decir que la microempresa busca generar empleo, es por ello que se realizan grandes esfuerzos para que ellas puedan acceder a financiamientos para que de esta manera puedan surgir y combatir la pobreza.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas (MYPE) para lograr el desarrollo con inclusión social la necesidad de promover un desarrollo territorial basado en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas y en su efectiva inserción en los mercados, favoreciendo de esta manera la generación de empleo, la democratización de oportunidades y la participación de los ciudadanos, es decir, la inclusión social. Es importante porque busca que las MYPE ingresen en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores del país.

Las MYPE tienen calificación en cuanto a producto para exportar, su limitación es que deben hacer consorcios de exportación. Un pedido de Estados Unidos en el área de confección habla de miles de prendas y eso no lo puede atender una MYPE o un pequeño número de ellas. Tiene que conformarse verdaderos consorcios, que puedan negociar pedidos muy grandes y repartir el trabajo. (Aguirre, 2006)

#### **Características de las MYPE:**

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por decreto supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo.

- Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (Medina, 2010)

### **Tipología de MYPE**

En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

- a) **MYPE de Acumulación:** Las MYPE de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.
- b) **MYPE de Subsistencia:** Las MYPE de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.
- c) **Nuevos Emprendimientos:** Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas. (Las MYPE en el Perú, 2009)

### **Regímenes tributarios MYPE:**

- Nuevo RUS (Régimen único simplificado).
- RER (Régimen Especial de Renta).
- Régimen General de Renta.

### **Una Ley para las MYPE**

El Ministerio de la Producción inició una agresiva campaña con el propósito de dar a conocer y promocionar a nivel nacional los beneficios que brinda la nueva Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley MYPE) en favor de su desarrollo.

“Esta campaña tiene el lema: “No te pongas límites, aprovecha la Ley MYPE y crece tú también”, y con ella queremos que las MYPE apunten a la formalización, acogiendo a una serie de beneficios”, señaló la ministra de la Producción, Mercedes Aráoz.

Destacó que una de las ventajas de la nueva ley es que los micros y pequeñas empresas (MYPE) de todo el país se podrán constituir en 72 horas mediante la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas, que permite la formalización y constitución de empresas.

“La nueva Ley MYPE también permite al Estado reservar el 40% de las compras estatales a favor de las MYPE”, manifestó Aráoz, en declaraciones reproducidas por la agencia Andina.

Asimismo, los propietarios, trabajadores y familiares de las microempresas accederán al Sistema Integral de Salud (SIS) familiar aportando sólo el 50% de la afiliación, y el Estado apoyará con la diferencia. El Estado también aportará una suma igual a la que haya aportado el trabajador de la micro-empresa, con ello se duplicará el fondo de jubilación.

La mencionada norma también permitirá que una MYPE tenga una planilla reducida y manejable pues estará exonerada de aportar la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), gratificaciones, asignación familiar, participación en las utilidades y póliza de seguro de vida.

(Régimen Laboral Especial).

Para la pequeña empresa se reconoce el pago del 50% de la CTS al año, hasta un máximo de tres remuneraciones; así como el pago del 50% de las gratificaciones de julio y diciembre. También permite a las pequeñas empresas depreciar el monto de las adquisiciones de bienes, muebles, maquinarias y equipos nuevos en el plazo de tres años, reduciendo el monto a pagar por Impuesto a la Renta. En cuanto al nuevo Régimen Especial de Renta (RER), las MYPE acogidas solo pagarán el 1.5% de sus ingresos al mes como Impuesto a la Renta, mientras que antes pagaban 2.5%.

“El programa Perú Factoring, que la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) viene impulsando, permitirá que el microempresario no se descapitalice, obteniendo liquidez inmediata a través de la venta de sus facturas a una institución financiera que le ofrezca la menor tasa de descuento”, dijo Aráoz.

Además, los microempresarios se beneficiarán con el Fondo de Garantía Empresarial (Fogem) que viabiliza los créditos a favor de las MYPE. Explicó que en el país las MYPE son el 98.69% del total de empresas y las principales generadoras de empleo, sin embargo, una característica particular es su alto nivel de informalidad que llega a 72.62%.

### **III.- METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la investigación**

El diseño que se aplicó en la investigación fue no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural. También es de corte transversal porque se mide a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado y descriptivo porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio, donde se recolectarán los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito es describir las variables en su contexto dado.

El tipo de investigación es descriptiva porque detalla, pormenoriza y especifica el comportamiento de una variable. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar la caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías de la ciudad de Talara - Perú y su impacto en la gestión del año 2015.

Es de nivel cuantitativa porque examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados de las variables en estudio se pueden generalizar.

#### **No experimental**

Aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

## **Transversal**

Los diseños de investigación Transeccional o transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

## **Descriptivo**

La investigación descriptiva, tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables y proporcionar su descripción.

### **3.2 Población y muestra:**

#### **3.2.1 Población:**

La Población considerada correspondió por 10 MYPE del sector servicio, rubro pollerías de la Ciudad de Talara, periodo 2015.

#### **Criterios de inclusión:**

Empresas ubicadas en la ciudad de Talara

Empresas Formalmente constituidas

Empresas con más de un año de actividad en el rubro.

#### **3.2.2 Muestra**

La muestra representativa no aleatoria por conveniencia estuvo conformada por 10 empresas del sector y rubro en estudio que cumplen con las siguientes características:

Tamaño: MYPE

Ubicación: Ciudad de Talara.

**Muestra encuestada:**

1. Restaurant Pollería La Fogata.
2. Restaurant Pollería La Rueda.
3. Restaurant Pollería Mi Maruja.
4. Restaurant Pollería El Rancho.
5. Restaurant Pollería Mi Pollito.
6. Pollería El Pollito Pio.
7. Restaurant Pollería El Chino.
8. Restaurant Pollería Ricky.
9. Restaurant Pollería El Sabroso.
10. Restaurant Pollería Ricos Chiken.

**3.3 Técnicas e instrumentos****3.3.1 Técnica**

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

**3.3.2 Instrumento:**

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la observación directa y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por preguntas de tipo cerrada, las respuestas estarán condicionadas a un SI o a un NO, y redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas con facilidad por los encuestado

### 3.4 Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<b>Financiamiento</b>	Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.	Solicito crédito	<b>Nominal</b> Sí No
		Recibió crédito	<b>Nominal :</b> Sí No
		Monto del crédito solicitado	<b>Cuantitativa:</b> Especificar el monto
		Monto del crédito recibido	<b>Cuantitativa:</b> Especificar el monto
		Entidad a la que solicito crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el crédito	<b>Cuantitativa:</b> Especificar la tasa
		Crédito oportuno	<b>Nominal:</b> Sí No
		Crédito inoportuno	<b>Nominal:</b> Sí No
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	<b>Nominal:</b> Sí No Sí No
Plazo de pago del financiamiento	<b>Cuantitativa:</b> 1 año 2 años a mas		

### 3.5 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
<p>Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara –Perú en el año 2015.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara –Perú en el año 2015?</p>	<p>Determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara – en el año 2015.</p>	<p>1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p> <p>2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p> <p>3. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p>	<p><b>Financiamiento</b></p>	<p><b>Diseño:</b> -No experimental - Transeccional - Descriptivo</p> <p><b>Técnica</b> Revisión bibliográfica y documental.</p> <p><b>Instrumento:</b> - Entrevista - Observación directa - Cuestionario.</p>

### **3.6 Plan de análisis**

Una vez obtenido los datos se procedió a procesarlos. Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva y para la tabulación de los datos se utilizó como soporte los programas de Word y Excel.

### **3.7 Principios Éticos**

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

De otro lado, considerando que gran parte de los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación.

Igualmente, se conserva intacto el contenido de las respuestas, manifestaciones y opiniones recibidas de los trabajadores y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído conveniente mantener en reserva la identidad de los mismos con la finalidad de lograr objetividad en los resultados.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1 Objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

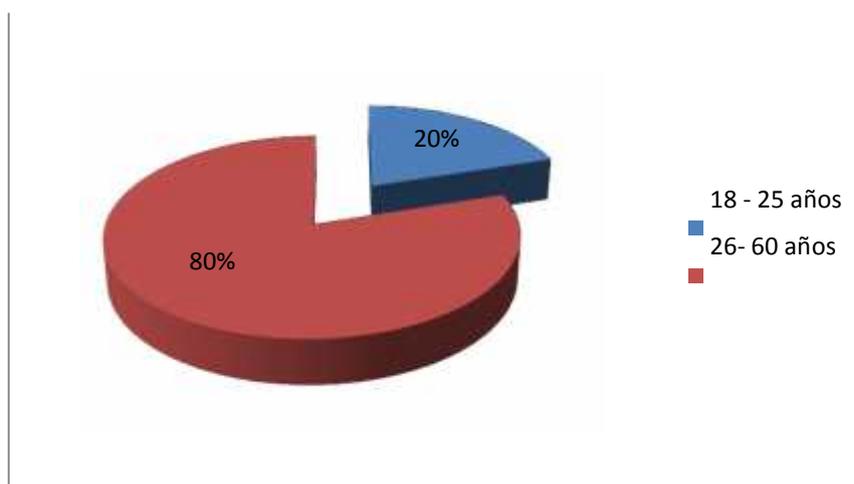
**TABLA 1**

#### 1. Edad de los representantes legales

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
18 - 25 años	2	20%
26- 60 años	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRÁFICO 1**



Distribución porcentual de Edades de los propietarios, gerentes y/o representantes legales

**Interpretación:** Gráfico 1: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 tienen entre 18- 25 años y el 80% tienen entre 26-60 años.

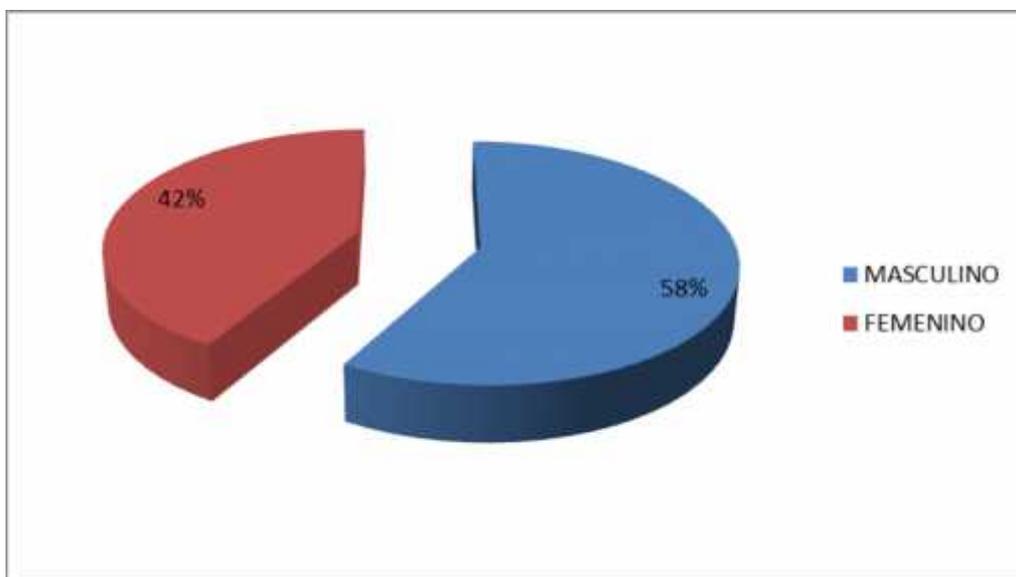
**TABLA 2**

**2. Sexo de los representantes legales de las MYPE**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Masculino	7	58%
Femenino	3	42%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 2**



Distribución porcentual de Sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

**Interpretación:** Gráfico 2: El 42% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 son de sexo femenino y el 58% son de sexo masculino.

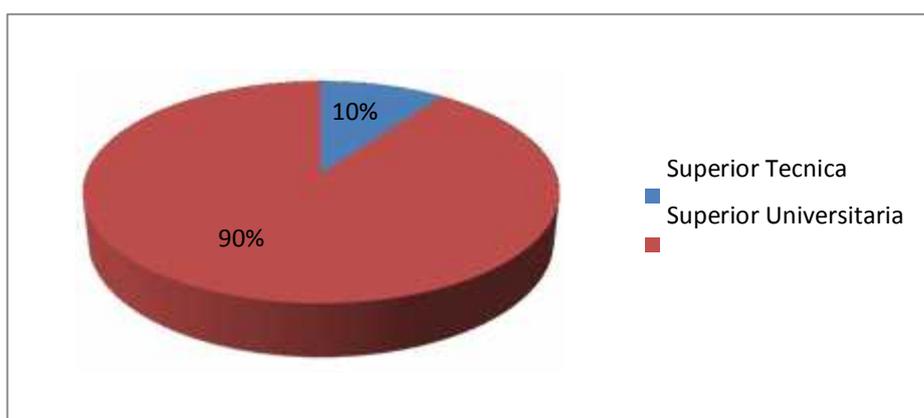
**TABLA 3**

**3. Grado de instrucción de los representantes legales de las MYPE**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Superior Técnica	1	10%
Superior Universitaria	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 3**



Distribución porcentual de Grado de Instrucción de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

**Interpretación:** Gráfico 03 el 90% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 cuentan con grado de instrucción superior universitaria y el 10% son técnicos.

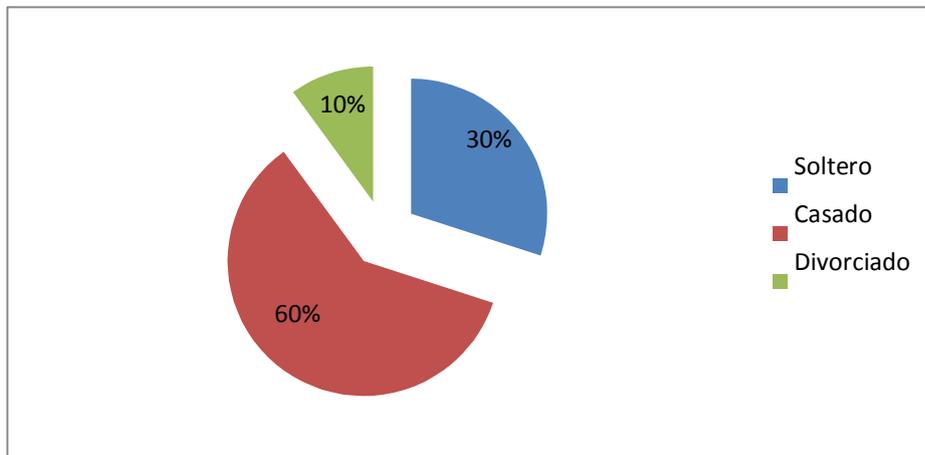
**TABLA 4**

**4. Estado Civil de los representantes legales de las MYPE**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Soltero	3	30%
Casado	6	60%
Divorciado	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 4**



Distribución porcentual de Estado civil de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

**Interpretación:** Gráfico 4, el 10% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 son divorciados, el 30% solteros y el 60% casados.

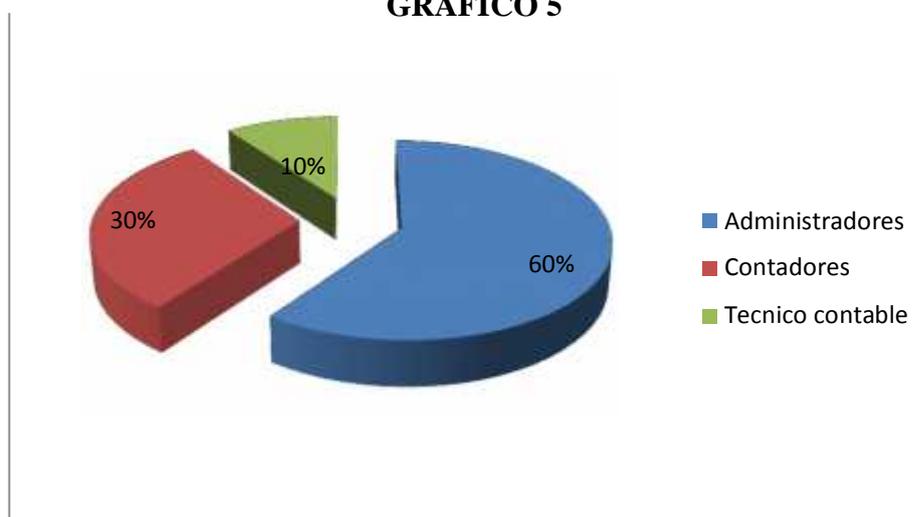
**TABLA 5**

**5. Profesión/ocupación de los representantes legales de las MYPE**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Administradores	6	60%
Contadores	3	30%
Tecnico contable	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 5**



Distribución porcentual de Profesión de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

**Interpretación:** Grafico 5 el 30% de los propietarios de las pollerías de la ciudad de Talara son contadores, el 60% administradores de empresas y el 10% técnico contable.

#### 4.1.2 Objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

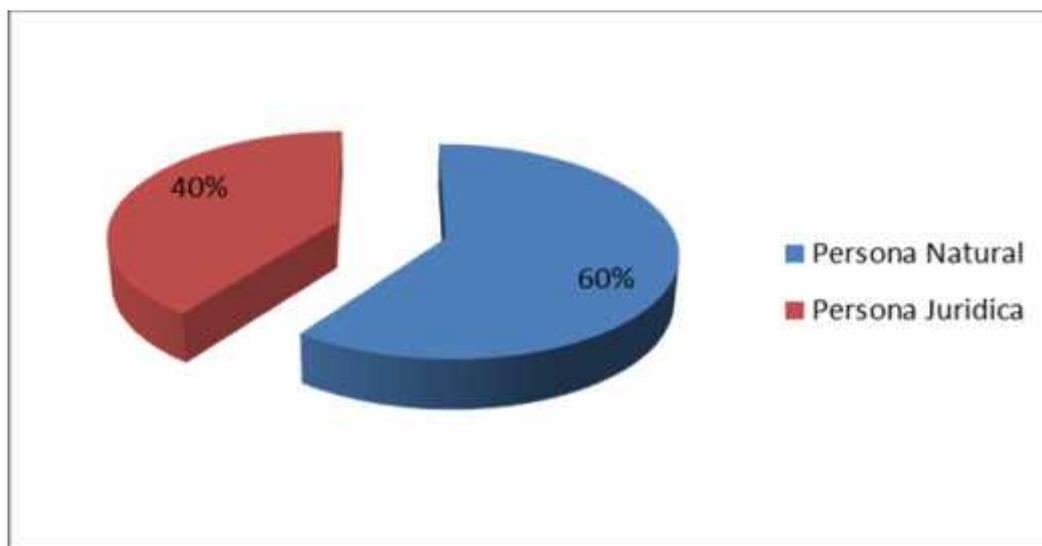
**TABLA 6**

#### 6. ¿Qué clase de contribuyente es?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Persona Natural	6	60%
Persona Jurídica	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 6**



Distribución porcentual de Contribuyente de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

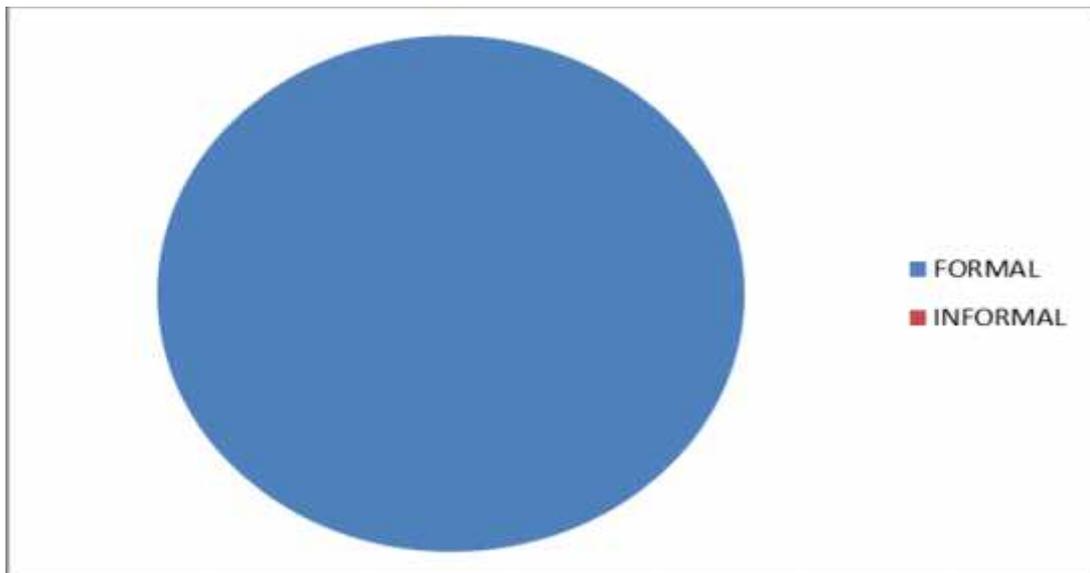
**Interpretación:** Gráfico 6 el 60% de las pollería en la ciudad de Talara son de contribuyente como persona natural, y el 40% pertenecen a contribuyentes de persona jurídica.

**TABLA 7**  
**7. ¿De la situación de la MYPE?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Formal	10	100%
Informal		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 7**



Distribución porcentual de formalidad empresarial.

**Interpretación:** Grafico 7, el 100% de las pollerías en estudio de la ciudad de Talara son formales.

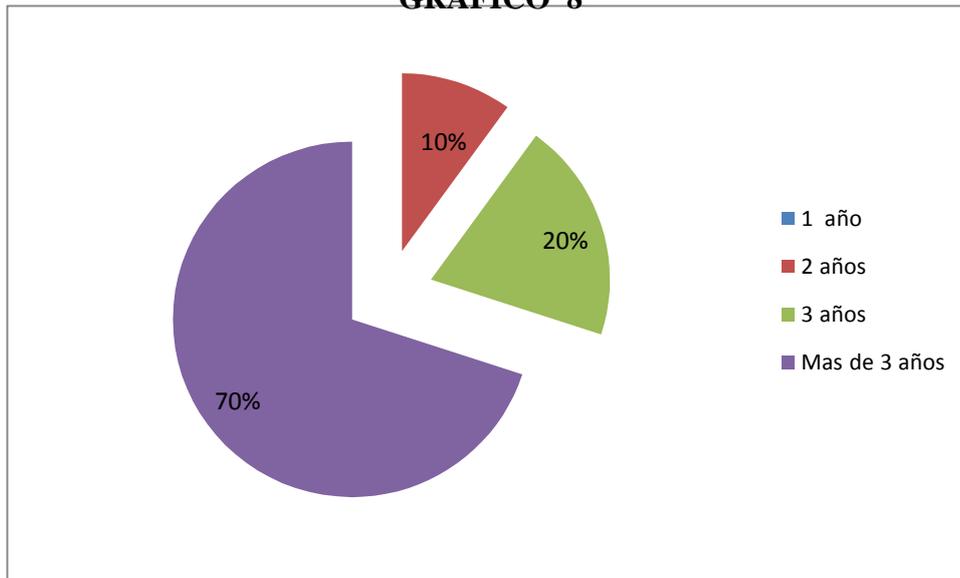
**TABLA 8**

**8. Tiempo de antigüedad en el sector y rubro:**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
1 año		
2 años	1	10%
3 años	2	20%
Más de 3 años	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado

**GRAFICO 8**



Distribución porcentual de tiempo de antigüedad empresarial.

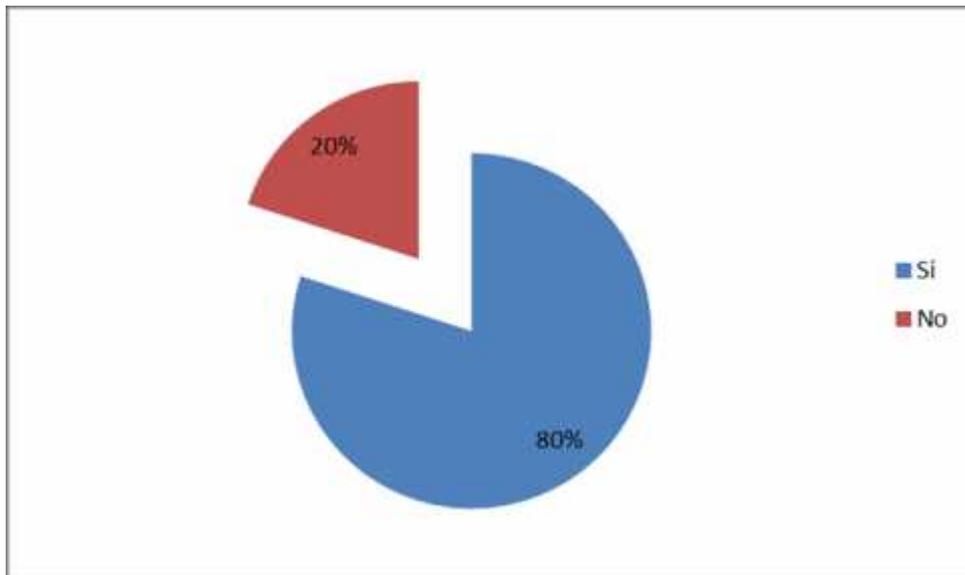
**Interpretación:** Grafico 8, el 70% de las empresas tiene más de 3 años, el 20% 3 años y el 10% 2 años de constituidas como se puede visualizar son micro empresas nuevas.

**TABLA 9**  
**9. ¿Cuenta con licencia de funcionamiento?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 9**



Distribución porcentual de licencia de funcionamiento.

**Interpretación:** Grafico 9, el 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cuenta con licencia de funcionamiento, mientras el 20% se encuentra en trámite de renovación.

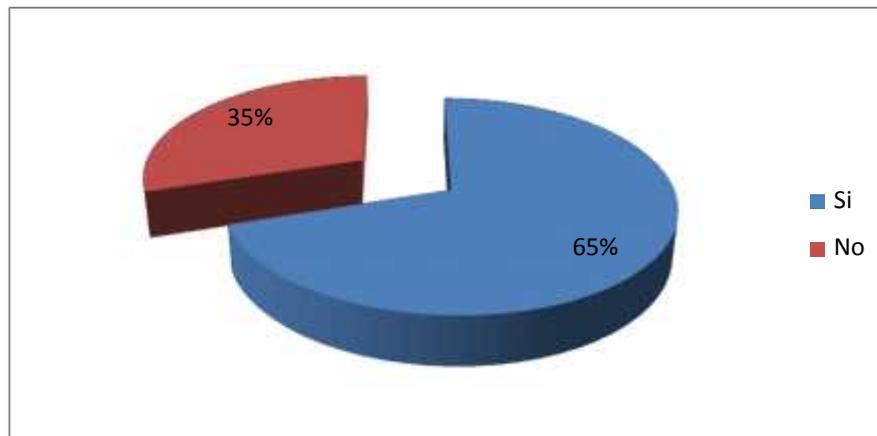
**TABLA 10**

**10. ¿Cuenta con carnet de salubridad?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	7	65%
No	3	35%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 10**



Distribución porcentual de carnet de salubridad.

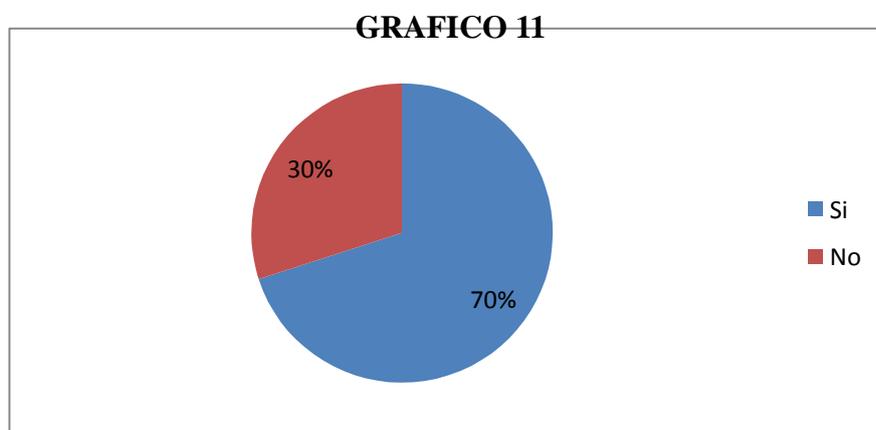
**Interpretación:** Grafico 10, el 65% de las pollerías de la ciudad de Talara si cuentan con carnet de salubridad, el 35% no tiene porque se les ha vencido.

**TABLA 11**

**11. ¿Cuenta con certificado de Defensa Civil?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	7	70%
No	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.



Distribución porcentual de defensa civil.

**Interpretación:** Grafico 11, el 70% de las pollerías de la ciudad de Talara tienen certificado de defensa civil y el 30% no tiene.

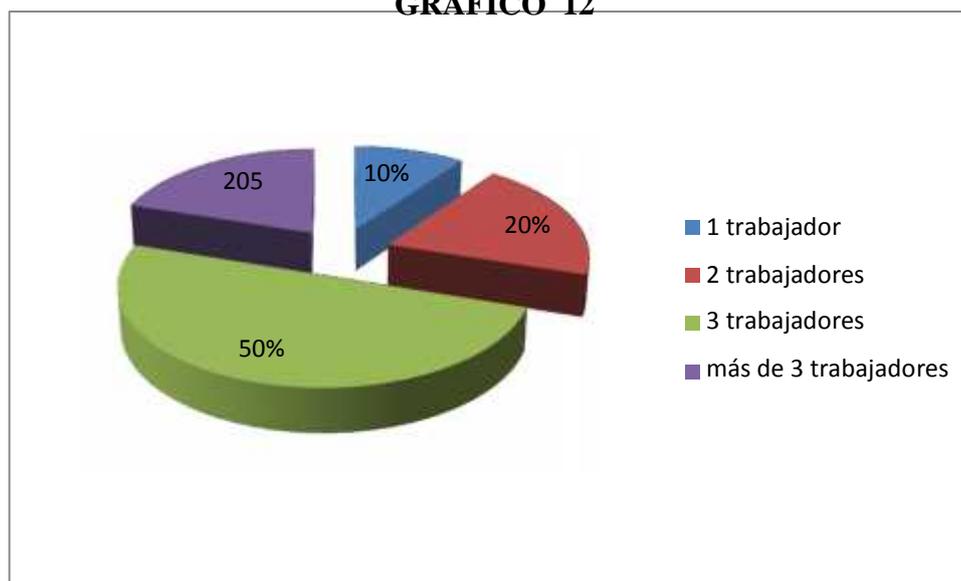
**TABLA 12**

**12. Número de trabajadores permanentes**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
1 trabajador	1	10%
2 trabajadores	2	20%
3 trabajadores	5	50%
más de 3 trabajadores	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 12**



Distribución porcentual de número de trabajadores permanentes en las MYPE

**Interpretación:** Gráfico 12 el 50% de las pollerías encuestadas tienen 3 trabajadores permanentes, el 20% tiene 2 trabajadores, el 10% tiene 1 trabajador y el 20% tiene más de 3 trabajadores.

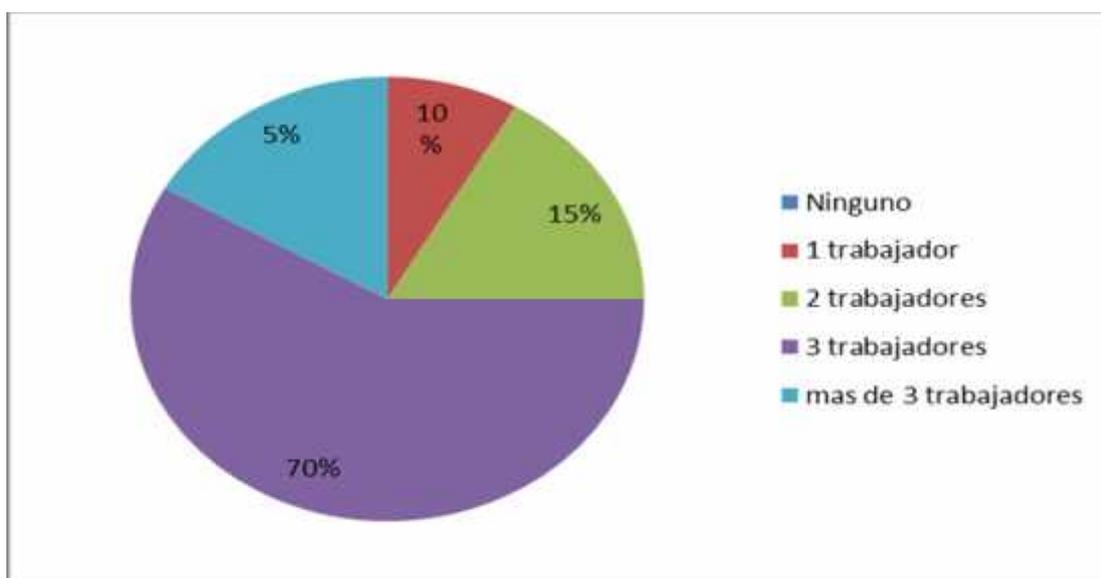
**TABLA 13**

**13. Número de trabajadores eventuales**

	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
1 trabajador	1	10%
2 trabajadores	2	20%
3 trabajadores	5	50%
más de 3 trabajadores	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 13**



Distribución porcentual de número de trabajadores eventuales en las MYPE

**Interpretación:** Grafico 13 el 50% de las pollerías encuestadas tienen 3 trabajadores eventuales, el 20% tiene 2 trabajadores, el 10% tiene 1 trabajador y el otro 20% tiene más de 3 trabajadores eventual

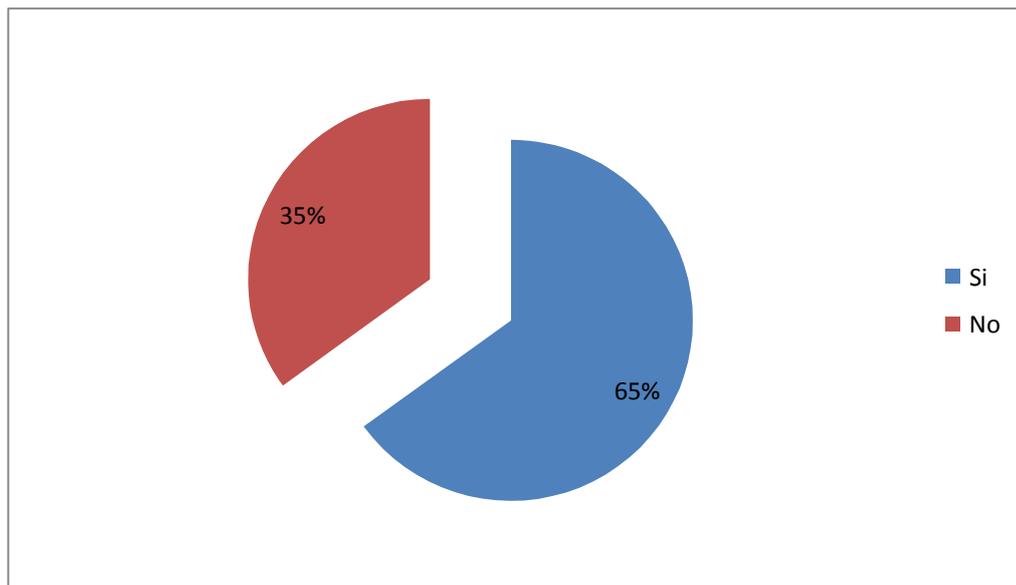
**TABLA 14**

**14. ¿Cuenta trabajadores en planilla?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	7	65%
No	3	35%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 14**



Distribución porcentual de trabajadores en planilla.

**Interpretación:** Grafico 14, el 65% de las pollerías de la ciudad de Talara tienen a sus trabajadores en planilla y el 35% los tienen bajo recibos por honorarios.

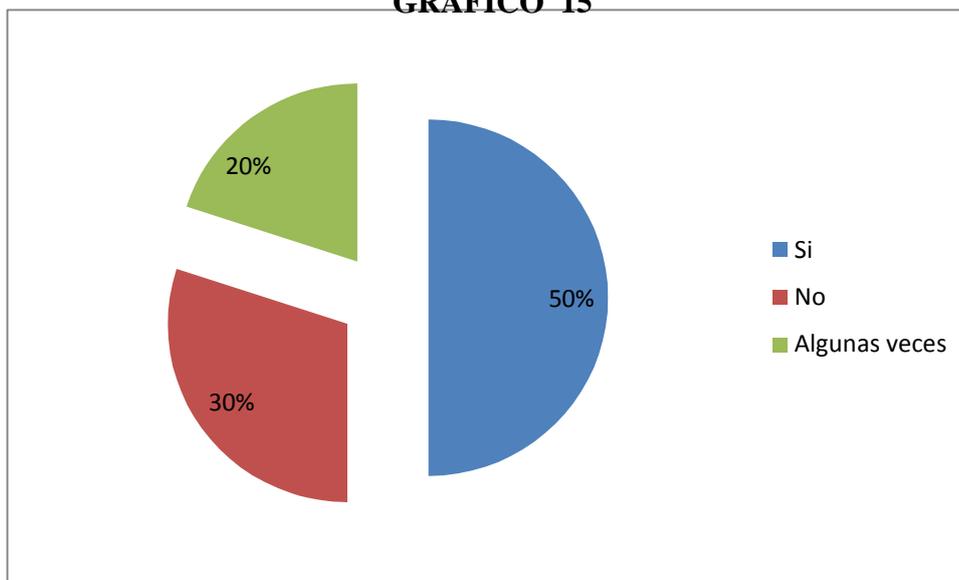
**TABLA 15**

**15. ¿Paga la empresa beneficios sociales a sus trabajadores en planilla?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	5	50%
No	3	30%
Algunas veces	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 15**



Distribución porcentual de paga la empresa beneficios sociales a sus trabajadores en planilla.

**Interpretación:** Grafico 15, el 50% de las pollerías de la ciudad de Talara les paga los beneficios sociales de ley, el 20% les otorga beneficios solo algunas veces y el 30% manifestó que no paga beneficios sociales.

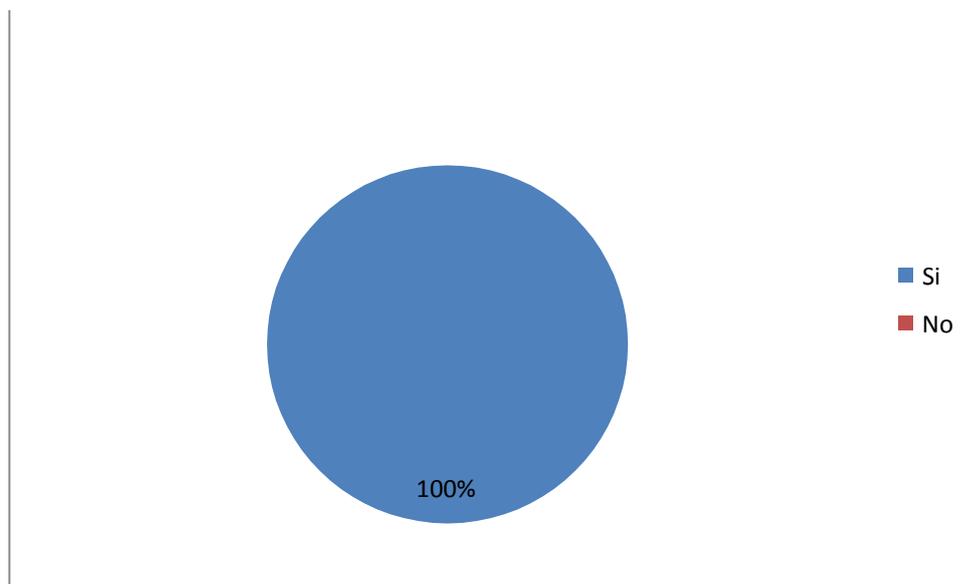
**TABLA 16**

**16. ¿La empresa cuenta como asesor a un contador?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	10	100
No		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 16**



Distribución porcentual de la empresa cuenta como asesor a un contador.

**Interpretación:** Grafico 16, el 100% de las pollerías de la ciudad de Talara llevan contabilidad de su negocio y son asesorados por un contador público.

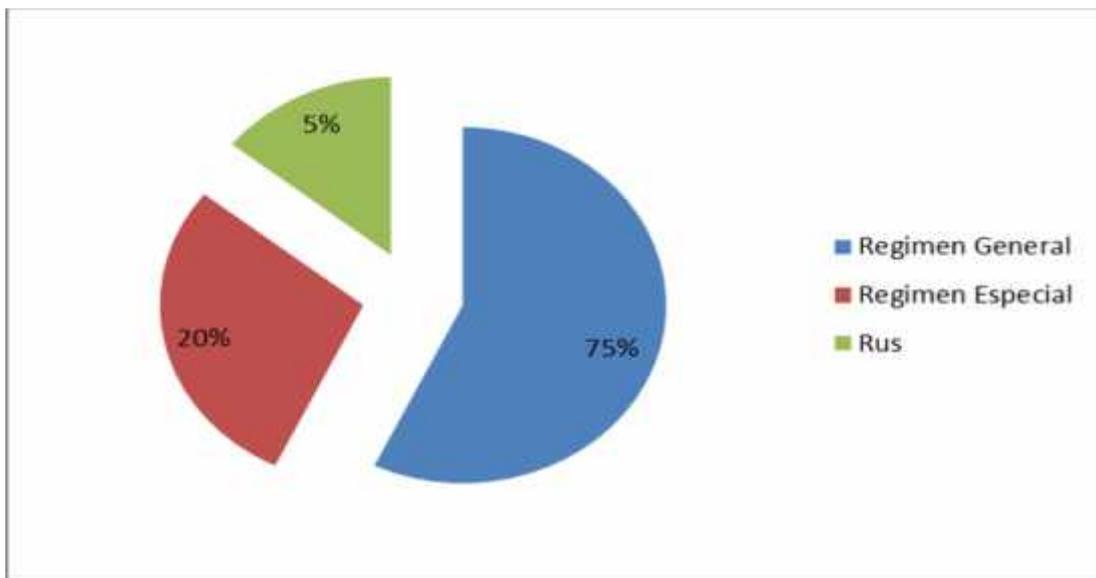
**TABLA 17**

**17. ¿A qué régimen tributario pertenece su empresa?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Régimen General	5	75%
Régimen Especial	3	20%
Rus	2	5%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 17**



Distribución porcentual a qué régimen tributario pertenece su empresa

**Interpretación:** Grafico 17 el 75% de las pollerías encuestadas en la ciudad de Talara se encuentran registradas en el régimen general de renta, el 20% en el régimen especial de renta y el 5% pertenece al régimen único simplificado (RUS).

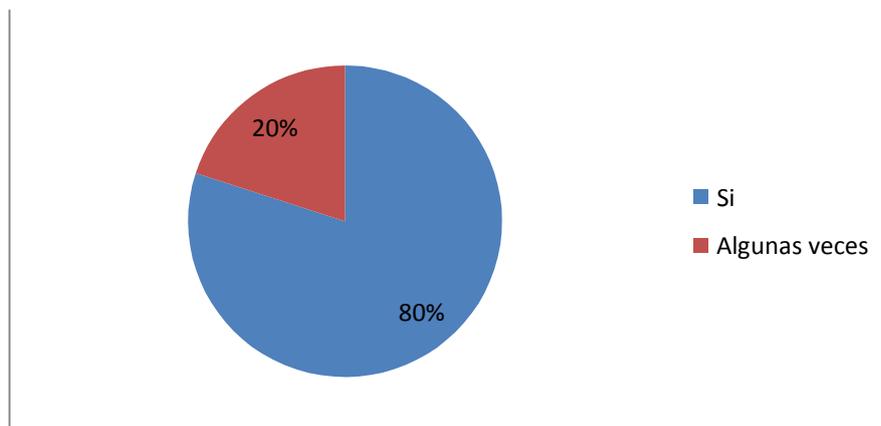
**TABLA 18**

**18. ¿Cumple oportunamente con la declaración de sus tributos?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	8	80%
Algunas veces	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 18**



Distribución porcentual de cumple oportunamente con la declaración de sus tributos.

**Interpretación:** Grafico 18, el 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cumplen oportunamente con la declaración de sus tributos y el 20% declaro a tiempo.

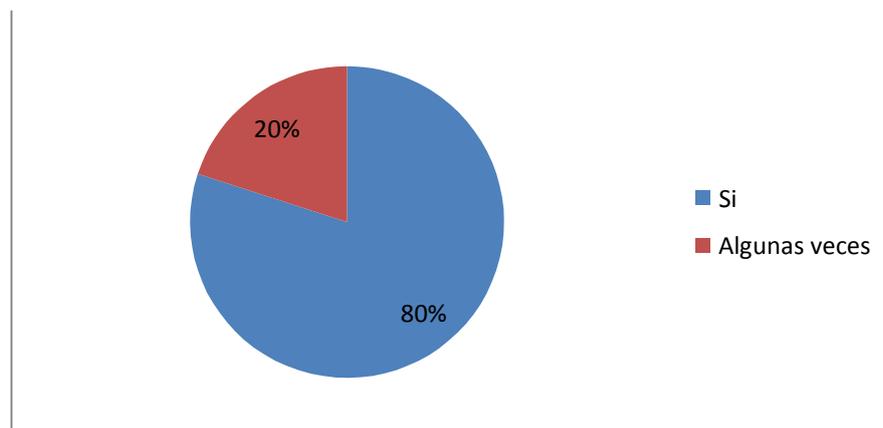
**TABLA 19**

**19. ¿Cumple oportunamente con el pago de sus tributos?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	8	80%
Algunas veces	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 19**



Distribución porcentual de cumple oportunamente con el pago de sus tributos.

**Interpretación:** Grafico 19, el 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cumplen oportunamente con el pago de sus tributos y el 20% algunas veces pago a destiempo.

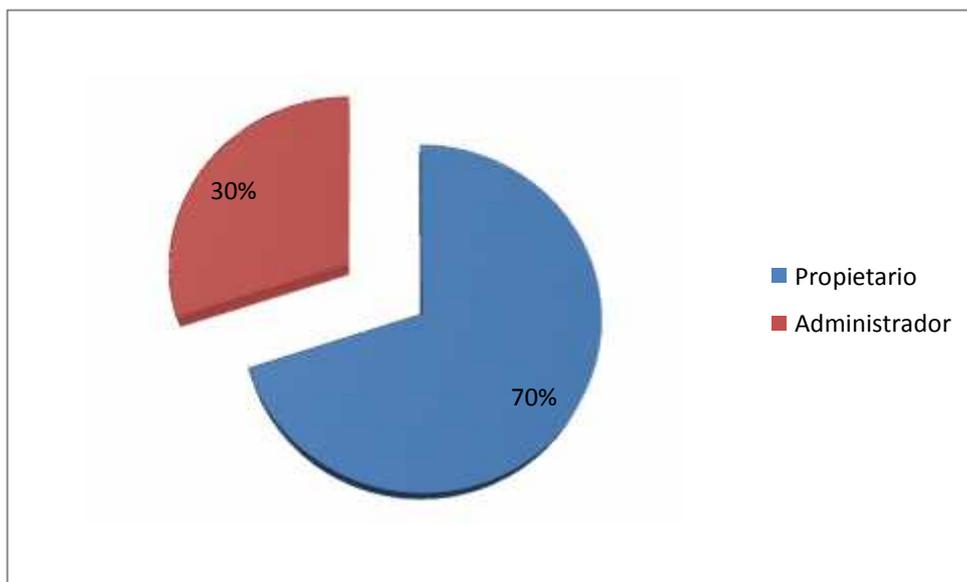
**TABLA 20**

**20. ¿Quién es la persona designada para realizar los pagos de tributos?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Propietario	7	70%
Administrador	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 20**



Distribución porcentual de persona designada a pagos de tributos empresarial.

**Interpretación:** Gráfico 20, el 70% de las empresas encuestadas la cancelación de los tributos lo realiza el representante legal y el 30% es el administrador quien se encarga de cancelar.

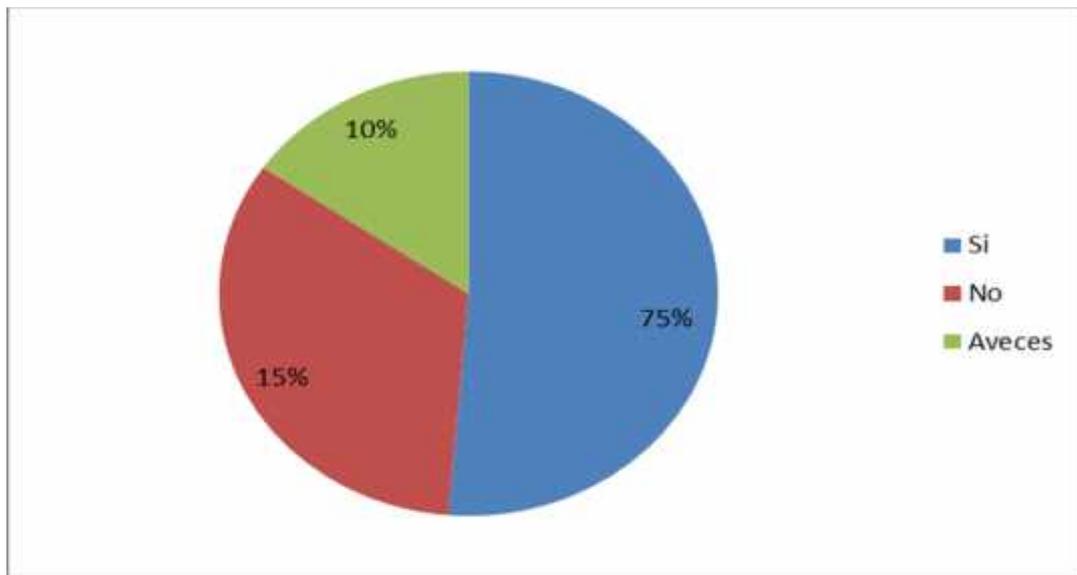
**TABLA 21**

**21. ¿Emite comprobante de pago para sustentar sus ventas?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	6	75%
No	3	15%
A veces	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 21**



Distribución porcentual de comprobantes de pago por toda venta en las MYPE

**Interpretación:** Grafico 21 el 75% de las pollerías cumplen con entregar comprobantes de pago para sustentar sus ventas, el 15% no entregan comprobantes y el 10% a veces entregan comprobantes.

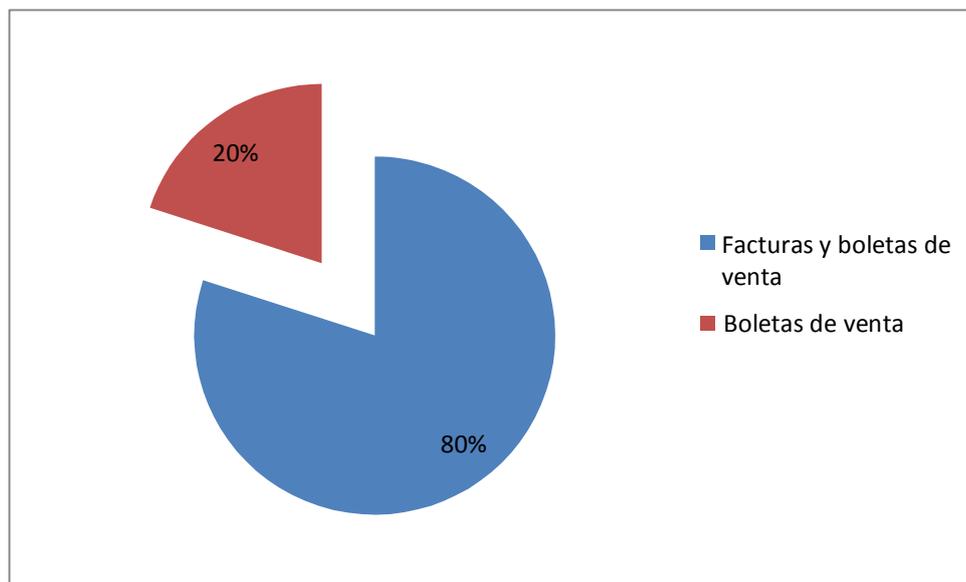
**TABLA 22**

**22. ¿Qué tipos de comprobantes emite la MYPE?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Facturas y boletas de venta	8	80%
Boletas de venta	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 22**



Distribución porcentual de comprobantes emitidos por las MYPE

**Interpretación:** Gráfico 22 el 80% de las pollerías encuestadas emiten facturas y boletas de venta y el 20% solo emiten boletas de ventas.

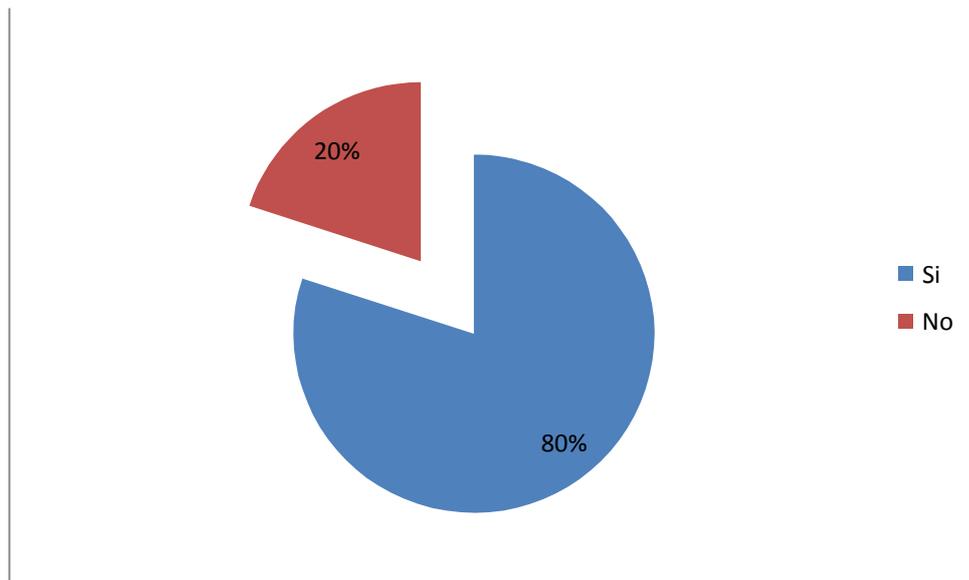
**TABLA 23**

**23. ¿Cuenta con medidas de seguridad en el local comercial?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 23**



Distribución porcentual cuenta con medidas de seguridad en el local comercial

**Interpretación:** Grafico 23 el 80% de las empresas encuestadas han implementado medidas de seguridad en su local comercial y el 20% no se han asegurado.

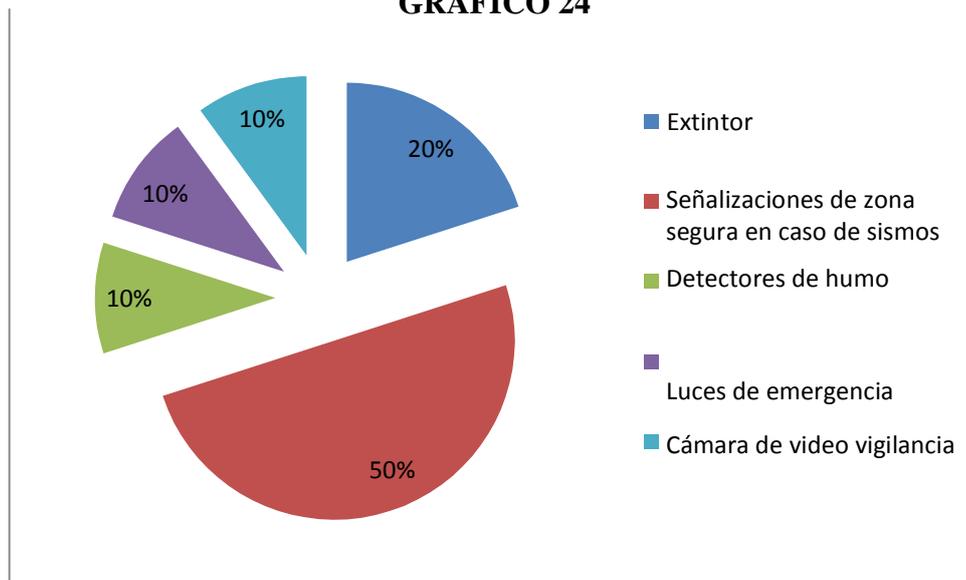
**TABLA 24**

**24. ¿Qué medidas de seguridad se han implementado en el local comercial para enfrentar riesgos?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Extintor	2	20%
Señalizaciones de zona segura en caso de sismos	5	50%
Detectores de humo	1	10%
Luces de emergencia	1	10%
Cámara de video vigilancia	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 24**



Distribución porcentual de medidas de seguridad de local comercial.

**Interpretación:** Grafico 24 el 50% de las empresas encuestadas cuentan con señalizaciones de zona segura en caso de sismos, el 20% cuentan con extintores, el 10% cuenta con detector de humo, el 10% cuenta con luces de emergencia y el otro 10% con cámara de video vigilancia.

### 4.1.3 Objetivo específico 3

Describir las principales características del Financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

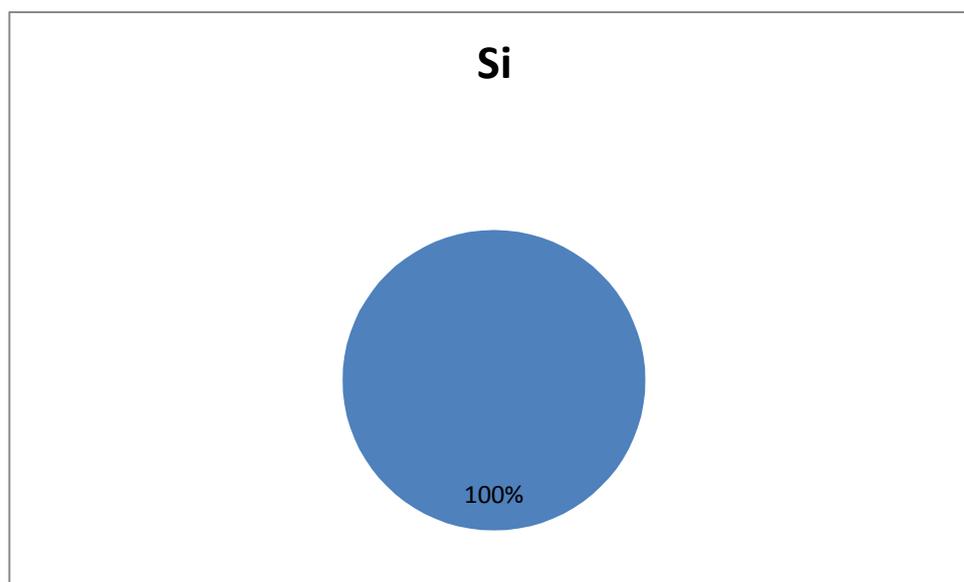
TABLA 25

25. ¿Considera al financiamiento como una alternativa para incrementar su capital de trabajo?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 25



Distribución porcentual considera al financiamiento como una alternativa para incrementar su capital de trabajo

**Interpretación:** Grafico 25 el 100% de las pollerías de la ciudad de Talara en estudio opinaron que el financiamiento es una alternativa para incrementar su capital de trabajo.

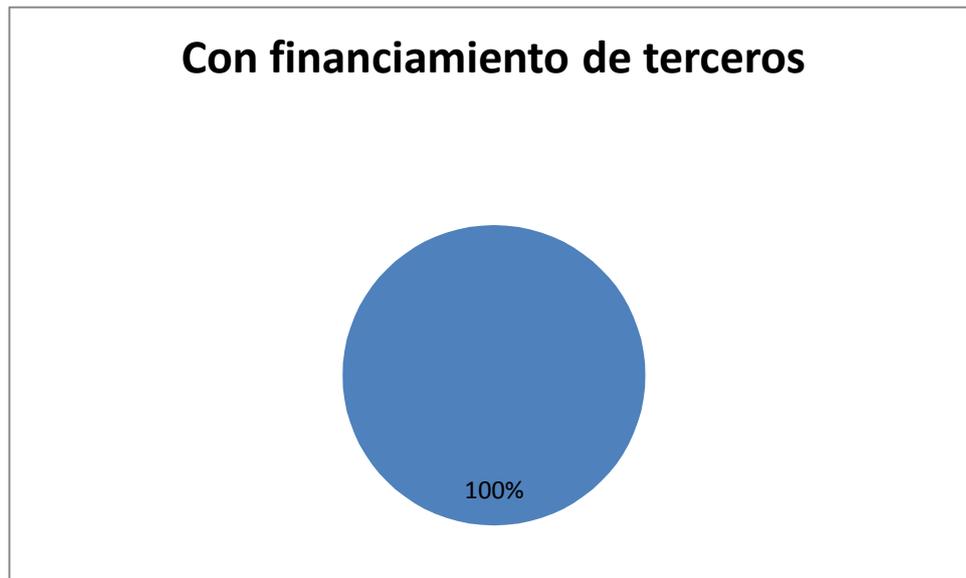
**TABLA 26**

**26. ¿Cómo financia su actividad comercial?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Con financiamiento propio		
Con financiamiento de terceros	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 26**



Distribución porcentual de como financia su actividad comercial.

**Interpretación:** Grafico 26, el 100% de las empresas encuestadas financian su actividad comercial con financiamiento de terceros.

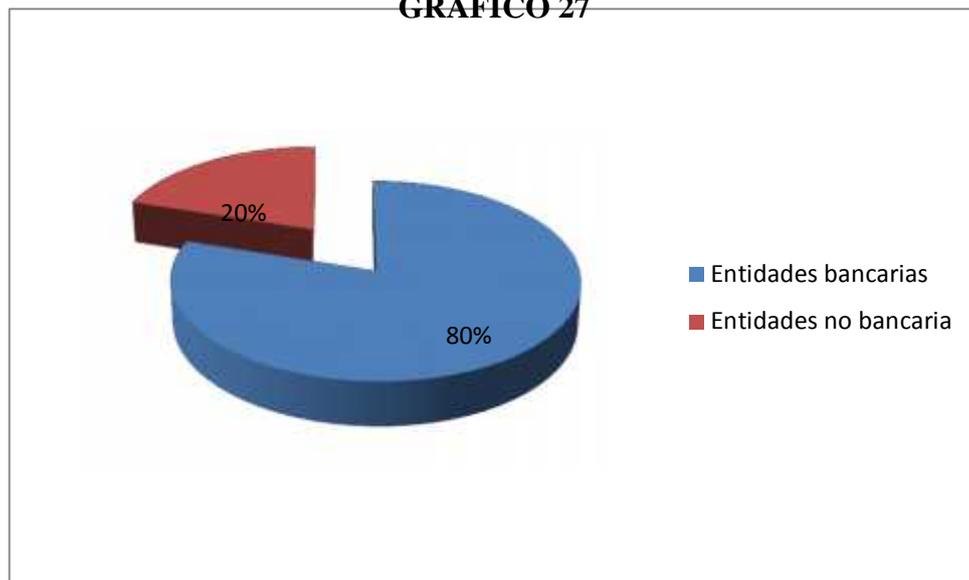
**TABLA 27**

**27. Si el financiamiento es de terceros a quién recurre para obtener financiamiento:**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Entidades bancarias	8	80%
Entidades no bancaria	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 27**



Distribución porcentual de Financiamiento de terceros a quien recurre para tener financiamiento.

**Interpretación:** Grafico 27, el 80% de las empresas encuestadas para obtener un financiamiento recorren a entidades bancarias y el 20% a entidades no bancarias.

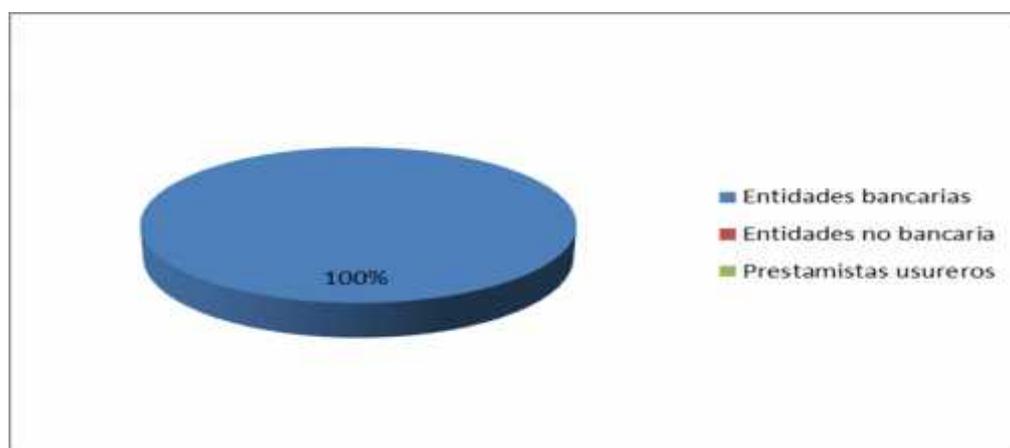
**TABLA 28**

**28. ¿Quién considera que otorga mayores facilidades para la obtención del crédito formal?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Entidades bancarias	10	100%
Entidades no bancaria		
Prestamistas usureros		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 28**



Distribución porcentual de Entidades financieras que otorguen créditos.

**Interpretación:** Grafico 28, el 100% de los propietarios de las pollerías en la ciudad de Talara año 2015 consideran que son los bancos quienes brindan mayores facilidades al micro empresario para atender sus necesidades de crédito.

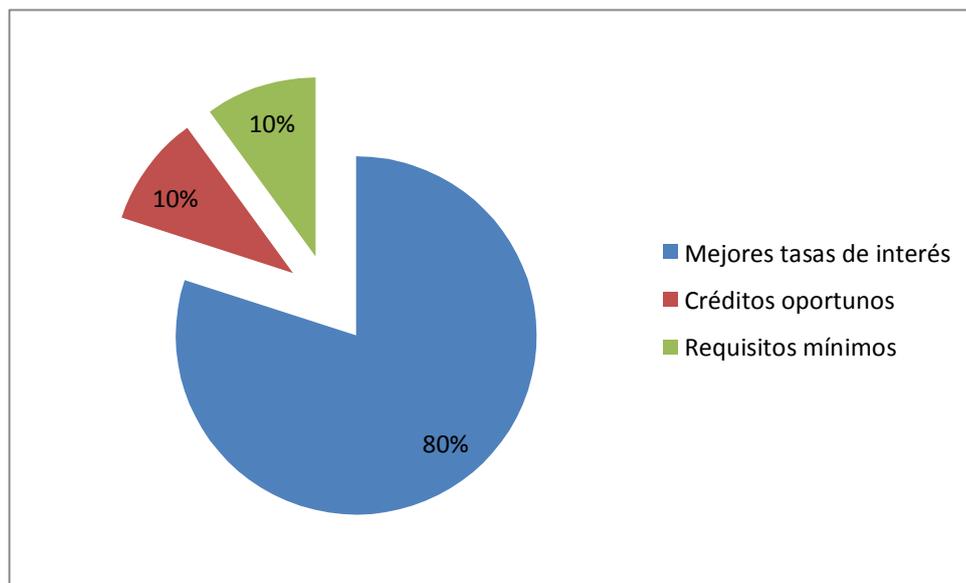
**TABLA 29**

**29. ¿Qué facilidades otorga su entidad financiera?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Mejores tasas de interés	8	80%
Créditos oportunos	1	10%
Requisitos mínimos	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 29**



Distribución porcentual de facilidades que otorgan la entidad financiera.

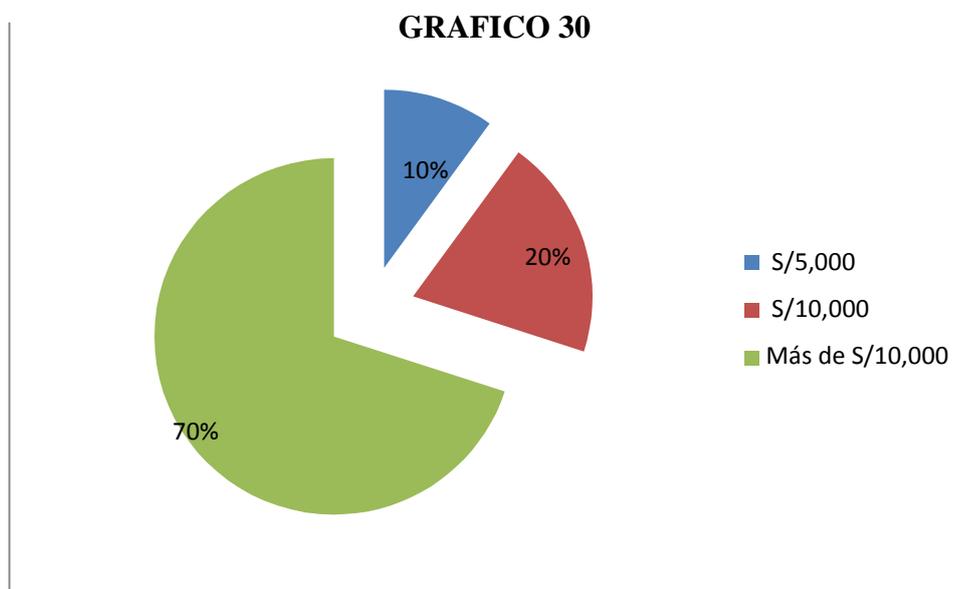
**Interpretación:** Grafico 29, el 80% de las empresas encuestadas opinaron las facilidades que otorga su entidad financiera so mejores tasas de interés, el 10% créditos oportunos y el 10% requisitos mínimos.

**TABLA 30**

**30. ¿Cuál fue el monto de crédito aprobado para su empresa?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
S/5,000	1	10%
S/10,000	2	20%
Más de S/10,000	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.



Distribución porcentual de Créditos solicitados en el año 2015.

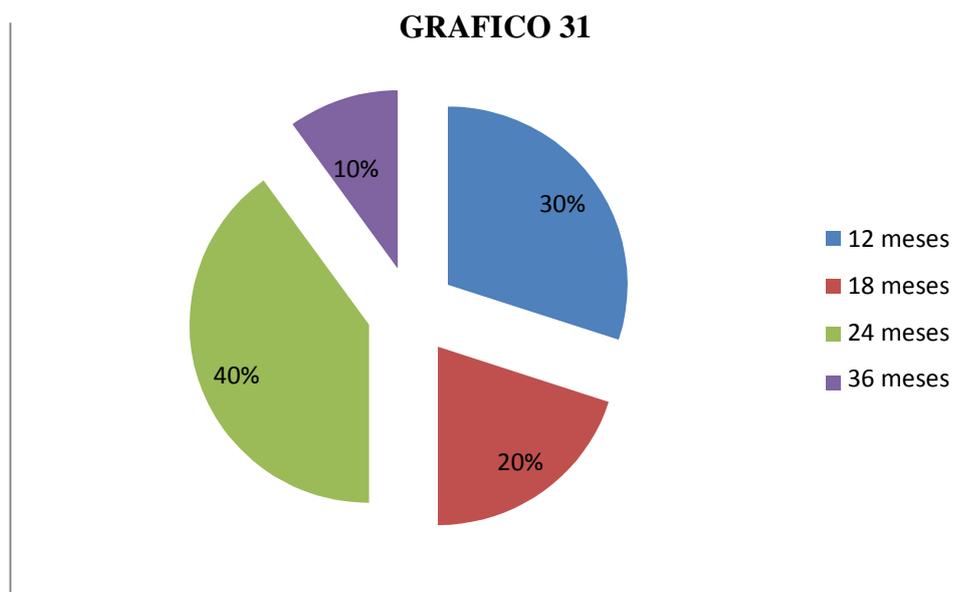
**Interpretación:** Gráfico 30, el 10% de los propietarios encuestados solicito S/. 5,000.00, el 20% solicito S/. 10,000.00 y el 70% más de S/. 10,000.00.

**TABLA 31**

**31. ¿Cuál fue el plazo pactado para la devolución del crédito?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
12 meses	3	30%
18 meses	2	20%
24 meses	4	40%
36 meses	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.



Distribución porcentual plazo pactado para la devolución de crédito.

**Interpretación:** Grafico 31, el 30% de las empresas encuestadas cancelo su crédito en 12 meses, el 20% en 18 meses, el 40% en 24 meses y el 10% en 36 meses.

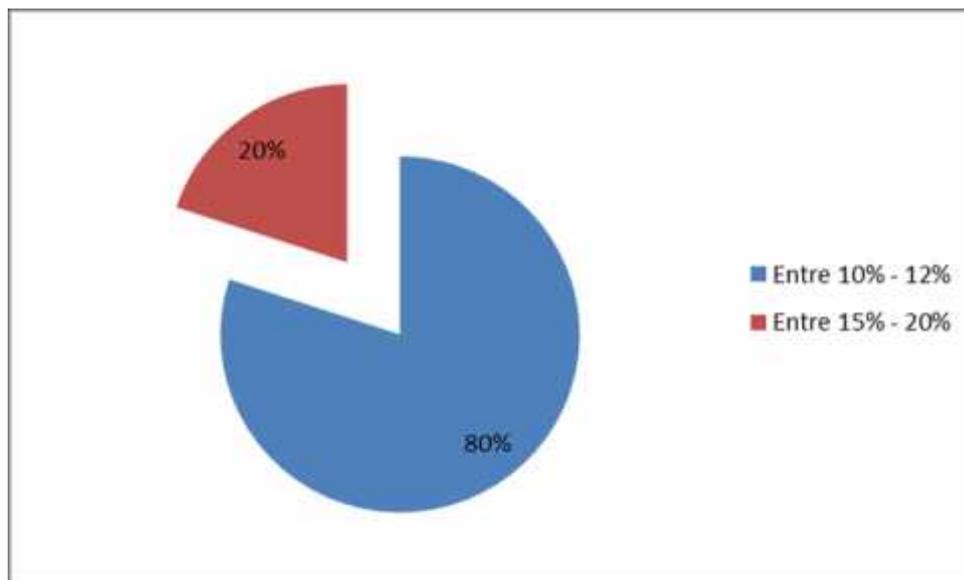
**TABLA 32**

**32. ¿Cuál fue la tasa de interés que gravó el crédito?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Entre 10% - 12%	8	80%
Entre 15% - 20%	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 32**



Distribución porcentual de Tasa de interés

**Interpretación:** Gráfico 32 el 80% de las empresas encuestadas los créditos fueron gravados con una tasa de interés del 10% a 12% (tasa efectiva anual) estos créditos corresponden a los otorgados por los bancos, y el 20% pago una tasa de interés del 15% a 20% anual en Cajas Municipales.

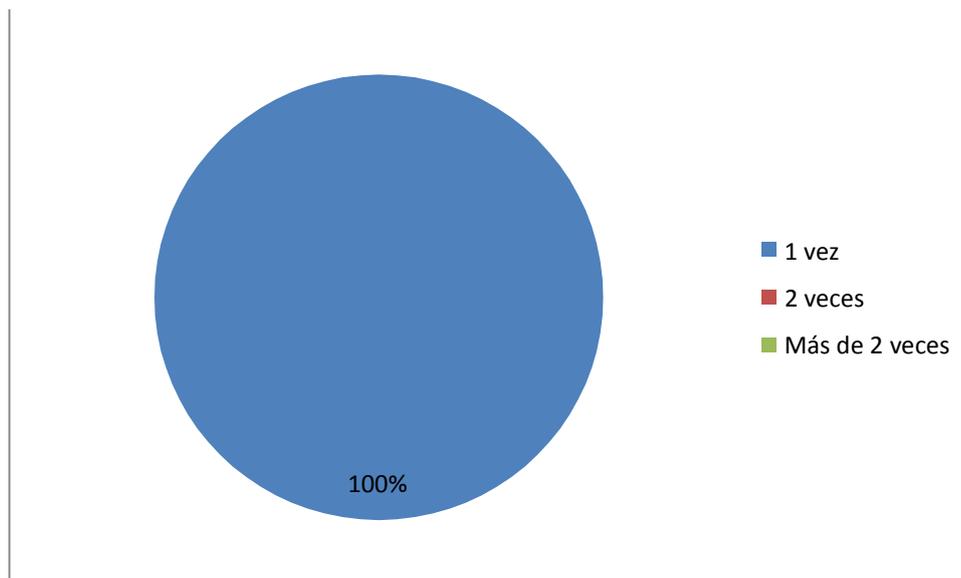
**TABLA 33**

**33. ¿Cuántas veces en el año 2015 solicitó crédito?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
1 vez	10	100%
2 veces		
Más de 2 veces		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 33**



Distribución porcentual de veces solicitada el crédito.

**Interpretación:** Gráfico 33 el 100% de las empresas encuestadas en el año 2015 solicitó crédito una sola vez.

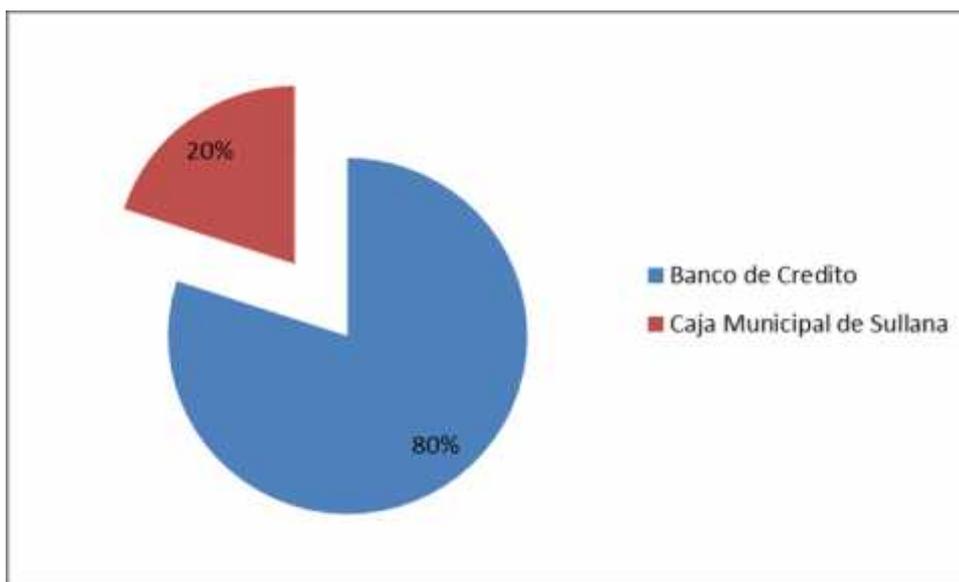
**TABLA 34**

**34. ¿A qué entidad financiera solicito el crédito?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Banco de Crédito	8	80%
Caja Municipal de Sullana	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 34**



Distribución porcentual de entidad financiera que solicito el crédito.

**Interpretación:** Grafico 34 el 80% de las empresas encuestadas solicito crédito financiero a Banco de Crédito el 20% solicito a Caja Municipal.

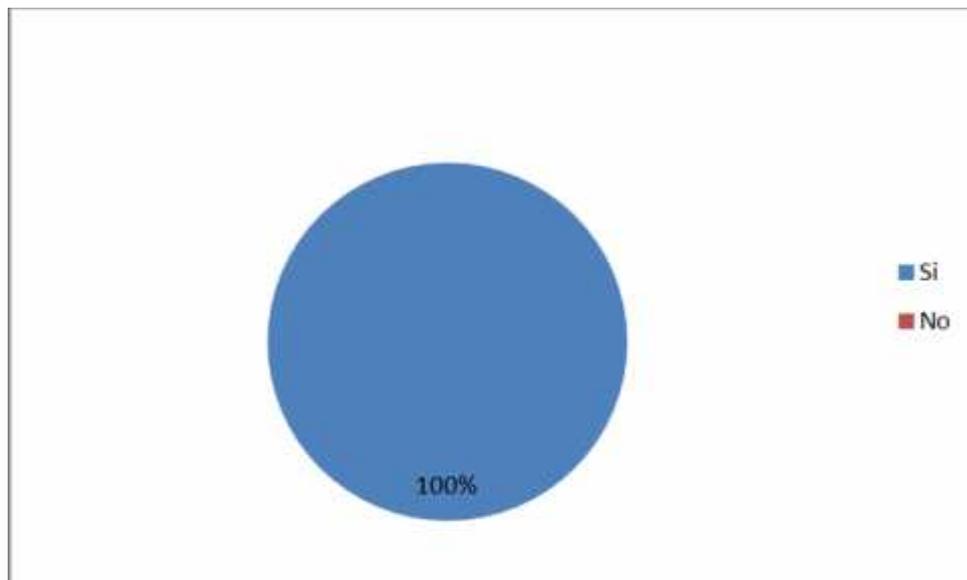
**TABLA 35**

**35. ¿Verifico la necesidad de crédito?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	10	100%
No		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado

**GRAFICO 35**



Distribución porcentual de verificación de crédito.

**Interpretación:** Grafico 35, el 100% de las empresas encuestadas verifico la necesidad del crédito antes de solicitarlo.

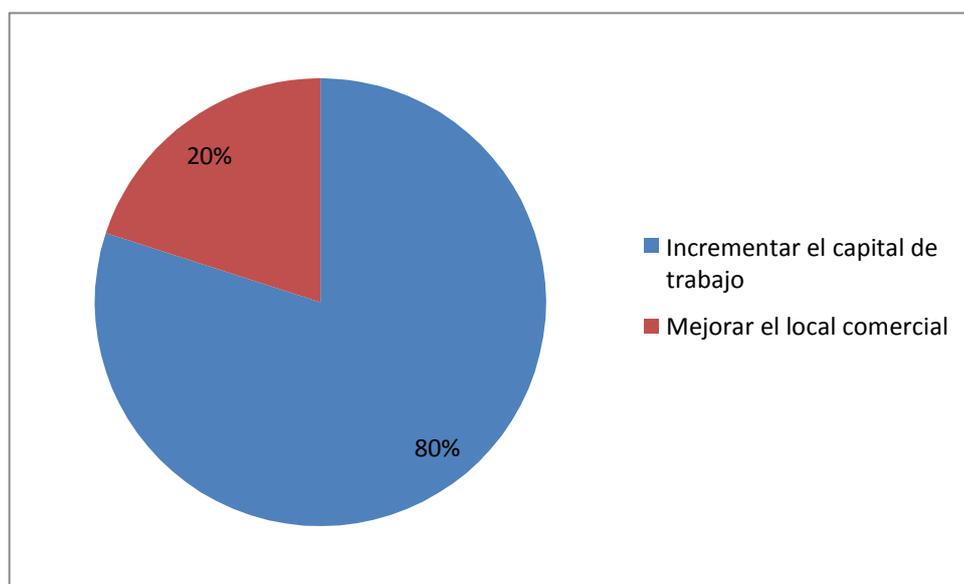
**TABLA 36**

**36. ¿Cuál fue el principal problema que determinó la solicitud de financiamiento?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Incrementar el capital de trabajo	8	80%
Mejorar el local comercial	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 36**



Distribución porcentual de principal problema que determino la solicitud del financiamiento.

**Interpretación:** Grafico 36, el 80% de las empresas encuestadas determino la solicitud de incrementar el capital de trabajo y el 20% mejorar el local comercial.

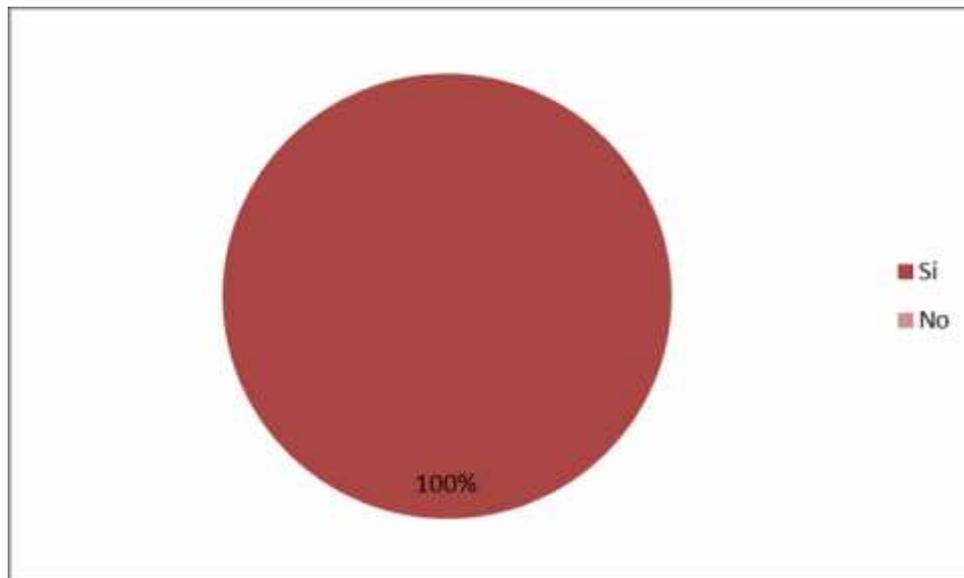
**TABLA 37**

**37. ¿Fue conveniente para su negocio el crédito?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	10	100%
No		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 37**



Distribución porcentual del crédito fue conveniente para el negocio.

**Interpretación:** Gráfico 37, el 100% de las empresas encuestadas considero que el financiamiento fue conveniente para su negocio.

**TABLA 38**

**38. ¿Por qué fue conveniente el crédito para su negocio?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Incremento el capital de trabajo	8	80%
Permitió mejoramiento en el local	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 38**



Distribución porcentual de conveniencia de crédito para el negocio de los propietarios, gerentes y/o representantes legales

**Interpretación:** Gráfico 38, el 80% de las empresas encuestadas incremento el capital de trabajo y el 20% permitió mejorar su local.

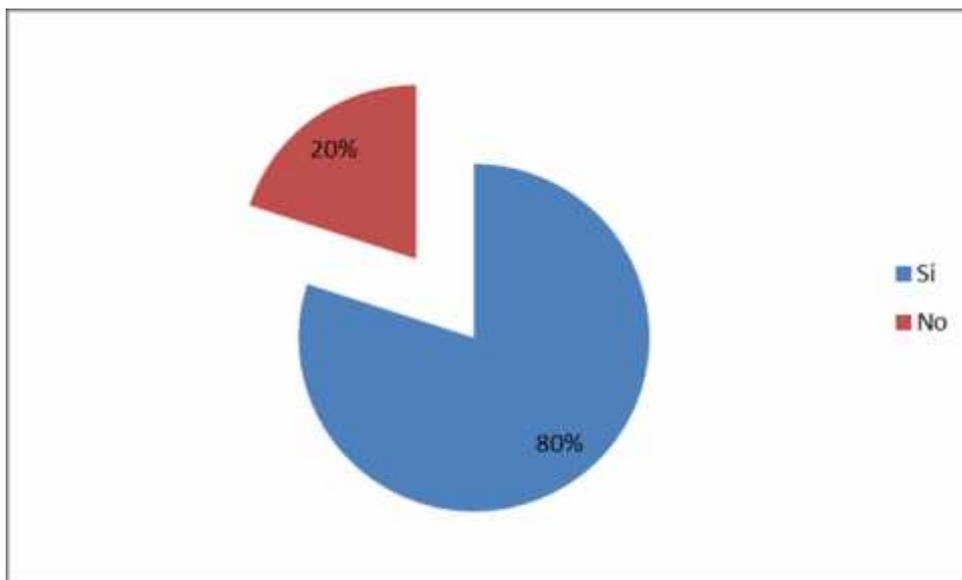
**TABLA 39**

**39. En el año 2015 los créditos otorgados fueron con los montos solicitados:**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Si	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 39**



Distribución porcentual de los créditos otorgados fueron los montos solicitados.

**Interpretación:** Grafico 39, el 80% de las empresas encuestadas en la ciudad de Talara manifestó que en el 2015 le otorgaron el crédito solicitado y el 20% no obtuvieron el monto solicitado.

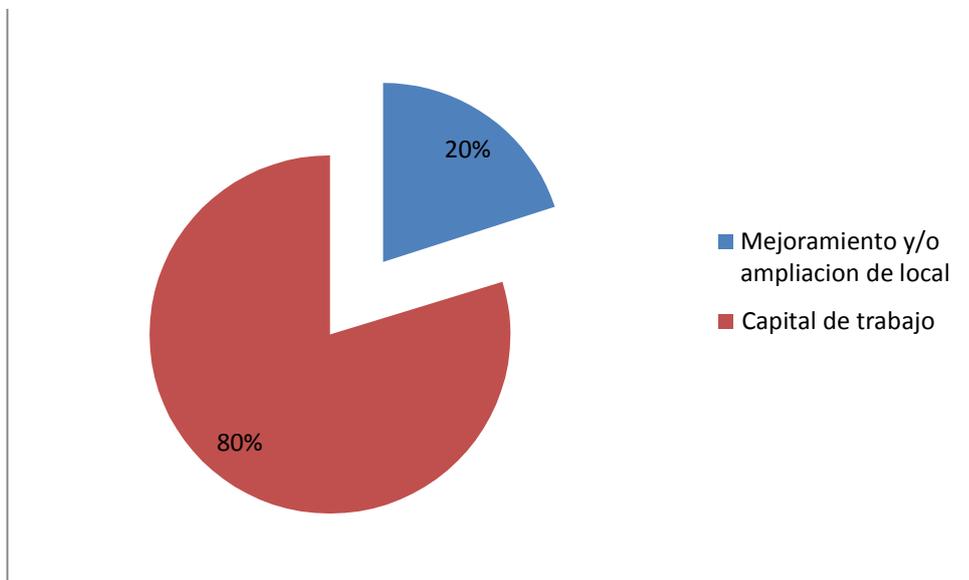
**TABLA 40**

**40. ¿En qué invirtió el crédito financiero que solicitó?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Mejoramiento y/o ampliación de local	2	20%
Capital de trabajo	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 40**



Distribución porcentual de inversión de los propietarios, gerentes y/o representantes legales

**Interpretación:** Grafico 40, el 80% de las pollerías encuestadas en la ciudad de Talara invirtió en capital de trabajo y el 20% en mejoramiento y/o ampliación de local.

**TABLA 41**

**41. ¿Por qué solicito financiamiento bancario?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Tasa de interés adecuada	8	80%
Rapidez en el servicio	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 41**



Distribución porcentual de financiamiento bancario.

**Interpretación:** Gráfico 41, el 80% de las pollerías en la ciudad de Talara solicito financiamiento bancario por la tasa de interés adecuada y el 20% rapidez en el servicio.

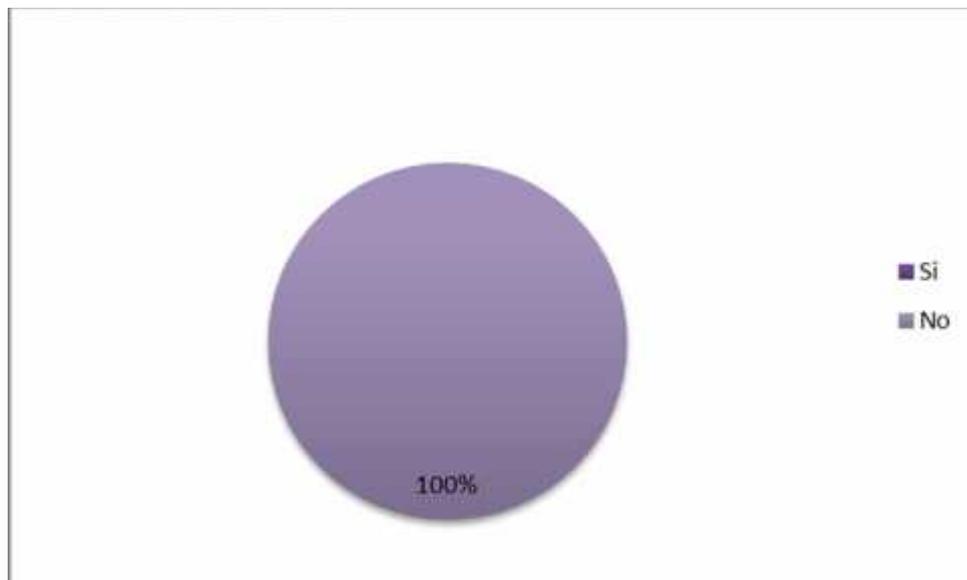
**TABLA 42**

**42. ¿Tuvo dificultad para la devolución del crédito?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si		
No	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia en base a cuestionario aplicado.

**. GRAFICO 42**



Distribución porcentual de dificultad para la devolución del crédito.

**Interpretación:** Gráfico 42, el 100% de las pollerías en la ciudad de no tuvo dificultad para la devolución del crédito.

## **4.2 Análisis de los Resultados**

### **4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1**

- El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 tienen entre 18-25 años y el 80% tienen entre 26-60 años. (Tabla 1).
- El 42% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 son de sexo femenino y el 58% son de sexo masculino. (Tabla 2).
- El 90% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 cuentan con grado de instrucción superior universitaria y el 10% son técnicos. (Tabla 3).
- El 10% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de Sector servicios pollerías en la ciudad de Talara, año 2015 son divorciados, el 30% solteros y el 60% casados. (Tabla 4).
- El 30% de los propietarios de las pollerías de la ciudad de Talara son contadores, el 60% administradores de empresas y el 10% técnico contable. (Tabla 5).

### **4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2**

- El 60% de las pollerías en la ciudad de Talara son de contribuyente como persona natural, y el 40% pertenecen a contribuyentes de persona jurídica. (Tabla 6).
- El 100% de las pollerías en estudio de la ciudad de Talara son formales y cuenta con los requisitos de formalización. (Tabla 7).

- El 70% de las empresas tiene más de 3 años, el 20% 3 años y el 10% 2 años de constituidas como se puede visualizar son empresas nuevas. (Tabla 8).
- El 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cuenta con licencia de funcionamiento, mientras el 20% se encuentra en trámite de renovación. (Tabla 9).
- El 65% de las pollerías de la ciudad de Talara si cuentan con carnet de salubridad, el 35% no tiene porque se les ha vencido. (Tabla 10).
- El 70% de las pollerías de la ciudad de Talara tienen certificado de defensa civil y el 30% no tiene. (Tabla 11).
- El 50% de las pollerías encuestadas tienen 3 trabajadores permanentes, el 20% tiene 2 trabajadores, el 10% tiene 1 trabajador y el otro 20% tiene más de 3 trabajadores. (Tabla 12).
- El 50% de las pollerías encuestadas tienen 3 trabajadores eventuales, el 20% tiene 2 trabajadores, el 10% tiene 1 trabajador y el otro 20% tiene más de 3 trabajadores eventuales. (Tabla 13).
- El 65% de las pollerías de la ciudad de Talara tienen a sus trabajadores en planilla y el 35% los tienen bajo recibos por honorarios. (Tabla 14).
- El 50% de las pollerías de la ciudad de Talara les paga los beneficios sociales de ley, el 20% les otorga beneficios solo algunas veces y el 30% manifestó que no paga beneficios sociales. (Tabla 15).
- El 100% de las pollerías de la ciudad de Talara llevan contabilidad de su negocio y son asesorados por un contador público. (Tabla 16).
- El 75% de las pollerías encuestadas en la ciudad de Talara se encuentran registradas en el régimen general de renta, el 20% en el régimen especial de renta y el 5% pertenece al régimen único simplificado (RUS). (Tabla 17).

- El 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cumplen oportunamente con la declaración de sus tributos y el 20% declaro a tiempo. (Tabla 18).
- El 80% de las pollerías de la ciudad de Talara cumplen oportunamente con el pago de sus tributos y el 20% algunas veces pago a destiempo. (Tabla 19).
- El 70% de las empresas encuestadas la cancelación de los tributos lo realiza el representante legal y el 30% es el administrador quien se encarga de cancelar. (Tabla 20).
- El 75% de las pollerías cumplen con entregar comprobantes de pago para sustentar sus ventas, el 15% no entregan comprobantes y el 10% a veces entregan comprobantes. (Tabla 21).
- El 80% de las pollerías encuestadas emiten facturas y boletas de venta y el 20% solo emiten boletas de ventas. (Tabla 22).
- El 80% de las empresas encuestadas han implementado medidas de seguridad en su local comercial y el 20% no se han asegurado. (Tabla 23).
- El 50% de las empresas encuestadas cuentan con señalizaciones de zona segura en caso de sismos, el 20% cuentan con extintores, el 10% cuenta con detector de humo, el 10% cuenta con luces de emergencia y el otro 10% con cámara de video vigilancia. (Tabla 24).

#### **4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3**

- El 100% de las pollerías de la ciudad de Talara en estudio opinaron que el financiamiento es una alternativa para incrementar su capital de trabajo. (Tabla 25).
- El 100% de las empresas encuestadas financian su actividad comercial con financiamiento de terceros. (Tabla 26).
- El 80% de las empresas encuestadas para obtener un financiamiento recurren a entidades bancarias y el 20% a entidades no bancarias. (Tabla 27).

- El 100% de los propietarios de las pollerías en la ciudad de Talara opinaron que son los bancos quienes brindan mayores facilidades al micro empresario para atender sus necesidades de crédito. (Tabla 28).
- El 80% de las empresas encuestadas opinaron que su entidad financiera le otorga la facilidad de mejores tasas de interés, mientras el 10% opinó que su entidad financiera le otorga créditos oportunos y el 10% que le solicita requisitos mínimos. (Tabla 29).
- El 10% de los propietarios encuestados solicitó S/. 5,000.00, de crédito, e l 20% solicito S/. 10,000.00 y el 70% más de S/. 10,000.00. (Tabla 30).
- El 30% de las empresas encuestadas canceló su crédito en 12 meses, el 20% en 18 meses, el 40% en 24 meses y el 10% en 36 meses. (Tabla 31).
- El 80% de las empresas encuestadas manifestaron que sus créditos fueron gravados con una tasa de interés del 10% al 12% (tasa efectiva anual) estos créditos corresponden a los otorgados por los bancos, y el 20% pagó una tasa de interés del 15% al 20% anual en Cajas Municipales. (Tabla 32).
- El 100% de las empresas encuestadas en el año 2015 solicito crédito una sola vez. (Tabla 33).
- El 80% de las empresas encuestadas solicitó financiamiento al Banco de Crédito, el 20% solicitó a Cajas Municipales. (Tabla 34).
- El 100% de las empresas encuestadas verificó la necesidad del crédito, antes de solicitar financiamiento. (Tabla 35).
- Para el 80% de las empresas el principal problema que determinó solicitar financiamiento, fue la necesidad de incrementar su capital de trabajo y para el 20% mejorar el local comercial. (Tabla 36).
- Para el 100% de las empresas encuestadas el financiamiento fue conveniente para su negocio. (Tabla 37).

- El 80% de las empresas encuestadas manifestó que el financiamiento fue conveniente para incrementar el capital de trabajo y el 20% para el mejoramiento de su local. (Tabla 38).
- El 80% de las empresas encuestadas en la ciudad de Talara manifestó que en el 2015 le otorgaron el crédito solicitado y el 20% no obtuvieron el monto que solicitó. (Tabla 39).
- El 80% de las pollerías encuestadas en la ciudad de Talara invirtió el crédito recibido en capital de trabajo y el 20% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de local. (Tabla 40).
- El 80% de las pollerías en la ciudad de Talara, solicitaron financiamiento en los bancos por la tasa de interés adecuada y el 20% por la rapidez en el servicio. (Tabla 41).
- El 100% de las pollerías en la ciudad de no tuvo dificultad para la devolución del crédito. (Tabla 42).

## **V. CONCLUSIONES**

### **5.1 Conclusiones**

#### **5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1**

**Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

Los propietarios gerentes y/o representantes legales de las pollerías en estudio tienen edades que oscilan entre 18 a 60 años de edad, lo que evidencia que actualmente los empresarios se inician cada vez más jóvenes. El 42% de éstos son mujeres y el 58% son varones. El 90% de ellos cuenta con grado de instrucción superior universitaria, y el 10% son Técnicos. Su profesión es en el 30% de los propietarios contadores, en el 60% administrador de empresas y en el 10% Técnico contable.

### **5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2**

**Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

1. El 100% de las pollerías en estudio de la ciudad de Talara son formales, el 80% cuenta con licencia de funcionamiento, mientras el 20% se encuentra tramite de renovación por vencimiento. El 65% cuenta con carnet de salubridad, y el 35% aún no lo han tramitado. El 70% de empresas cuentan certificado Defensa Civil, el 30% no lo tiene. El 70% de las empresas tiene más de 3 años de antigüedad, el 20% 3 años, y el 10% 2 años de constituidas, como se puede visualizar son empresas nuevas.

2. El 70% de las encuestadas tienen 3 trabajadores permanentes, el 15% tiene 2 trabajadores, el 10% tiene 1 trabajador y el 5% tiene más de 3 trabajadores, esto depende de la dimensión del negocio. De igual forma algunos cuentan con trabajadores eventuales contratados solo en fechas festivas. El 65% de las empresas han registrado a sus trabajadores en planilla, el 35% los tienen bajo recibo por honorarios. Por tanto sólo el 50% de las empresas respeta el derecho laboral de sus trabajadores y les paga los beneficios sociales de ley, el 20% les otorga beneficios sólo algunas veces, en navidad y fiestas patrias. Mientras el 30% manifestó que no paga beneficios sociales, incumpliendo las normas laborales y perjudicando a los trabajadores.

3. Todas las empresas en estudio llevan la contabilidad de su negocio y son asesorados por un contador público. El 75% se encuentran registradas bajo el Régimen General de renta, el 20% en el Régimen Especial de renta, y el 5% pertenece al Nuevo RUS. (Las empresas del Nuevo RUS tienen recién dos años de creación). En relación al cumplimiento de las declaraciones y pagos de tributos, el 80 cumple oportunamente con la declaración y pago, el 20% declaró a tiempo pero algunas veces pagó a destiempo. El 70% de los encuestados precisó que el pago de tributos se encuentra a cargo del representante legal (propietario), en el 30% es el administrador quien se encarga de pagar los tributos.

4. El 75% de las pollerías materia de investigación cumplen con entregar comprobantes de pago para sustentar sus ventas, el 15% no entregan comprobantes evadiendo impuestos al estado y el 10% a veces entregan comprobantes, solo cuando los clientes le exigen. Estas actitudes van en contra de las normas tributarias, generándoles problemas con SUNAT, haciéndose acreedores a multas y en algunas veces a cierre temporal de sus negocios. El 80% de las pollerías en estudio emiten Facturas y Boletas de venta, (estas empresas pertenece al Régimen general y Régimen especial de renta) el 20% sólo entrega Boletas de venta (empresas acogidas al Nuevo RUS).

5. El 80% de los negocios han implementado medidas de seguridad en el local comercial con vigilantes particulares, debido a los constantes asaltos y el 20% no se ha asegurado. Del mismo modo el 50% de las cuentan con señalizaciones de zona segura en caso de sismos, el 20% cuentan extintores para hacer frente a amagos de incendio, el 10% cuenta con detector de humo en la cocina, el 10% ha colocado luces de emergencia, y el 10% cámara de video vigilancia.

### **5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3**

#### **Describir las principales características del Financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

1. El 100% de las Pollerías de la ciudad de Talara en estudio, opinaron que el Financiamiento es una alternativa para incrementar su capital de trabajo. Se concluye que el financiamiento es muy importante para el crecimiento y desarrollo del micro empresarios, ayuda a incrementar el capital del negocio, a invertir y obtener mejores resultados siempre que sea dirigido al sector empresarial, con disciplina en el gasto y organización en su administración.

2. El 100% de las pollerías financió su actividad comercial a través de terceros. El 80% a través entidades bancarias y el 20% acudieron a las Cajas Municipales.

3. El 100% de los propietarios de las pollerías en la ciudad de Talara año 2015 consideran que son los bancos quienes brindan mayores facilidades al micro empresario para atender sus necesidades de crédito, lo importante es encontrarse debidamente formalizado, beneficiándose de mejores tasas de interés, créditos oportunos con requisitos mínimos. Los montos de crédito atendidos varían. Según el 10% de los propietarios encuestados solicitaron S/ 5,000.00; el 20% solicitó S/10,000.00 y el 70% más de S/ 10,000.00. El 30% de los microempresarios canceló su crédito en 12 meses, el 20% en 18 meses, el 40% en 24 meses y el 10% en 36 meses. Los plazos dependen de los montos y de las amortizaciones pactadas a pagar, cuando las amortizaciones son pequeñas los plazos son más largos y cuando las amortizaciones son más altas los plazos se reducen.

4. Respecto a las tasas de interés, varían de acuerdo a la entidad que financia, El 80% de los créditos fueron gravados con una tasa de interés del 10% al 12% TEA (Tasa efectiva anual) estos créditos corresponden a los otorgados por los bancos. El 20% pagó una tasa de interés del 15% al 20% anual en Cajas Municipales, como se puede apreciar el interés es mucho más alto. Según los microempresarios encuestados antes de solicitar sus créditos verificaron la necesidad de endeudarse, el 80% necesitaba incrementar el capital de trabajo y el 20% mejorar su local comercial.

5. El 100% de los micro empresarios encuestados, consideró que el financiamiento fue conveniente para su negocio, ya que en el 80% de los casos incrementó el capital de trabajo y en el 20% permitió mejorar su local. En ninguno de los casos hubo dificultad para la devolución del crédito, debido a que supieron invertir en el negocio y aumentaron sus ventas.

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 6.1 Referencias bibliográficas

1. **Aguilar (2004)**. El financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas en Puno.
2. **Andina (2012)**. Edición digital del 14 marzo “*Las Microempresas pueden obtener rentabilidad de hasta 400% en Perú*”. Disponible en: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-microempresas-pueden-obtener-rentabilidad-dada-hasta-400-pe-ru-410722.aspx>
3. **Borda & Ramírez (2006)**. Situación y perspectivas de las MPYMES y su contribución a la economía. Banco Interamericano de Desarrollo. Bolivia.
4. Diario Gestión (2014). Edición digital del 14 de oct. de 2014 Disponible en: <http://gestion.pe/empreas/menos-20-mype-saccede-n-capacitacion-segun-cofide-2111038> . Definición de financiamiento Disponible en: [http](http://)
5. Ferraro (2010). El financiamiento a las pymes en América Latina. Recuperado el 11 de diciembre, 2013, de [http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/xml/0/45220/financiamiento\\_a\\_pymes.pdf](http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/xml/0/45220/financiamiento_a_pymes.pdf)
6. Guerrero (2014). “Caracterización del financiamiento y formalización en las MYPE del sector servicio - rubro pollerías del distrito de nuevo Chimbote, año 2012” (tesis de pregrado). Nuevo Chimbote.
7. INEI (2013). página digital de octubre 2013 Disponible en : <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/bolnetines/01-produccion-na-cional-octubre-2013.pdf>

8. Montalvo Castro, Isabel (2008) “Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida tradicional italiana “Presentada a la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA disponible en:  
<http://repositorio.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9595/1/tesis91.pdf>
9. Morazán, P. (2011). Financiamiento de PYME en la Unión Europea. Recuperado el 27 de noviembre 2014, de  
[http://www.europa.rl.europa.eu/RegData/etude/setudes/join/2011/433775/EXP/O-DEVE ET\(2011\)433775 ES.pdf](http://www.europa.rl.europa.eu/RegData/etude/setudes/join/2011/433775/EXP/O-DEVE ET(2011)433775 ES.pdf).
10. PORTADA DE ACCESO A FINANCIAMIENTO (2013). Financiamiento para pequeñas empresas. Recuperado el 27 de noviembre 2014, de  
<http://www.fomin.org/es-es/PORTADA/Proyectos/Acceso-a-Financiamiento/Financiamiento-de-la-PYME 2013>.
11. Un Análisis empírico de la Demanda de Créditos. Recuperado el 07 de Noviembre del 2013 de [http://cies.org.pe/files/active/0/pbc\\_0313.pdf](http://cies.org.pe/files/active/0/pbc_0313.pdf).

## ANEXO 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

#### ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### CUESTIONARIO

La información que usted proporcionara será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración, para desarrollar mi informe de tesis titulado: **CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO POLLERÍAS DE LA CIUDAD DE TALARA – PERÚ EN EL AÑO 2015**

**Encuestador(a):**...Ana Patricia Hidalgo Oblea      **Fecha:** Agosto del 2016

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una “X” la alternativa correcta (solo una):

#### **I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES.**

1. Edad del representante legal de la empresa

a) 18- 25 ( )                      b) 26- 60 ( )

2. Sexo: Masculino ( )      femenino ( )

3. Grado de instrucción

a) Superior técnica ( )

b) Superior universitaria ( )

4. Estado civil:  
a) Soltero ( ) Casado ( ) Divorciado ( )

5. Profesión del representante legal:

- a) Administradores ( )
- b) Contadores ( )
- c) Técnico contable ( )

6. Qué Clase de Contribuyente es:

- a) Persona Natural ( )
- b) Persona Jurídica ( )

## **II. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS.**

7. De la situación de la empresa

- a) Formal ( )
- b) Informal ( )

8. Tiempo de antigüedad en el sector y rubro:

- a) 01 año ( )
- b) 02 años. ( )
- c) 03 años ( )
- d) Más de 03 años. ( )

9. ¿Cuenta con licencia de funcionamiento?

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

10. ¿Cuenta con carnet de salubridad?

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

11. ¿Cuenta con certificado de Defensa Civil?

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

12. Número de trabajadores permanentes

- a) 01 Trabajador ( )
- b) 02 Trabajadores ( )
- c) 03 Trabajadores ( )
- d) Más de tres trabajadores. ( )

13. Número de trabajadores eventuales

- a) 01 Trabajador ( )
- b) 02 Trabajadores ( )
- c) 03 Trabajadores ( )
- d) Más de tres trabajadores. ( )

14. Cuántos trabajadores se encuentran en planilla

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

15. ¿Paga la empresa beneficios sociales a sus trabajadores en planilla?

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Algunas veces ( )

16. ¿La empresa cuenta con un contador como asesor?

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

17. ¿A qué Régimen tributario pertenece su empresa?
- a) Régimen general ( )
  - b) Régimen especial ( )
  - c) Régimen Único Simplificado ( )
18. ¿Cumple oportunamente con la declaración de sus tributos?
- a) Si ( )
  - b) Algunas veces ( )
19. ¿Cumple oportunamente con el pago de sus tributos?
- a) Si ( )
  - b) Algunas veces ( )
20. ¿Quién es la persona indicada de realizar los pagos de tributos?
- a) Propietario ( )
  - b) Administrador ( )
21. ¿Emite comprobante de pago para sustentas sus ventas?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
  - c) Algunas veces ( )
22. ¿Qué tipos de comprobantes emite?
- a) Facturas y boletas de venta ( )
  - b) Boletas de venta ( )
23. ¿Cuenta con medidas de seguridad en el local comercial?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
24. ¿Qué medidas de seguridad se han implementado en el local comercial para enfrentar riesgos?
- a) Extintor ( )
  - b) Señalizaciones de zona segura en caso de sismos ( )

- c) Detectores de humo ( )
- d) Luces de emergencia ( )
- e) Cámara de video vigilancia ( )

### **III. FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS**

25. ¿Considera al financiamiento como una alternativa para incrementar su capital de trabajo?

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

26. Como financia su actividad comercial:

- a) Con financiamiento propio ( )
- b) Con financiamiento de Terceros ( )

27. Si el financiamiento es de terceros a quién recurre para obtener financiamiento:

- a) Entidades bancarias ( )
- b) Entidades no bancarias ( )
- c) Prestamistas usureros ( )

28. ¿Quién considera que otorga mayores facilidades para la obtención del crédito formal?

- a) Las entidades bancarias ( )
- b) Las entidades no bancarias ( )

29. ¿Qué facilidades otorga su entidad financiera?

- a) Mejores tasas de interés ( )
- b) Créditos oportunos ( )
- c) Requisitos mínimos ( )

30. ¿Cuál fue el monto de crédito aprobado para su empresa?

- a) 5,000 ( )
- b) S/ 10,000 ( )

c) Más de S/ 10,000 ( )

31. ¿Cuál fue el plazo pactado para la devolución del crédito?

a) 12 doce meses ( )

b) 18 meses ( )

c) 24 meses ( )

d) 36 meses ( )

32. ¿Cuál fue la tasa de interés que gravó el crédito?

a) Entre 10% - 12% ( )

b) Entre 15% - 20% ( )

33. ¿Cuántas veces en el año 2015 solicito crédito?

a) Una vez ( )

b) Dos veces ( )

c) Más de dos veces ( )

34. ¿A qué entidad financiera solicito el crédito?

a) Banco de crédito ( )

b) Banco Interbank ( )

c) Banco Scotiabank ( )

d) Caja Municipal de Sullana ( )

35. ¿Verifico la necesidad de crédito antes de solicitarlo?

a) Si ( )

b) No ( )

36. ¿Cuál fue el principal problema que determinó la solicitud de financiamiento

a) Incrementar el capital de trabajo ( )

b) Mejorar el local comercial ( )

37. ¿Fue conveniente para su negocio el crédito?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
38. ¿Por qué fue conveniente el crédito para su negocio?
- a) Incremento el capital de trabajo ( )
  - b) Permitió mejoramiento en el local ( )
39. ¿En el año 2015 los créditos otorgados fueron con los montos solicitados?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
40. ¿En qué invirtió el crédito financiero que solicitó?
- a) Mejoramiento y/o ampliación de local ( )
  - b) Capital de trabajo ( )
41. ¿Por qué solicitó financiamiento bancario?
- a) Tasa de interés adecuada ( )
  - b) Rapidez en el servicio ( )
42. ¿Tuvo dificultad para la devolución del crédito?
- a) Si ( )
  - b) No ( )

*Gracias por su apoyo en la investigación*

## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: **SANTIAGO GUTIERREZ TINOCO.**  
Profesión **CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO**  
Grado Académico MAGISTER - AUDITORIA Y CONTROL  
Centro Trabajo UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA.  
DNI 02850619.  
Nº Matrícula 106

### 2.- RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN

DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR: Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola

### 3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. OBJETIVO GENERAL :

Determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías de la ciudad de Talara - en el año 2015.

#### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
3. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

4.- JUICIO DEL EXPERTO RESPECTO AL CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Considera que las dimensiones de las variables están inmersas en el contexto teórico, de forma:

- a) Suficiente ( ~ )      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

4.2 Considera que los indicadores de las variables están inmersos en el contexto teórico, de manera :

- a) Suficiente ( Y )      b) Medianamente suficiente ( )      e) Insuficiente ( )

4.3 Considera que las preguntas del cuestionario miden los indicadores seleccionados por las variables de manera :

- a) Suficiente ( ;,() )      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

4.4 El instrumento diseñado mide las variables de manera :

- a) Suficiente ( i() )      b) Medianamente suficiente ( )      e) Insuficiente ( )

4.5 El instrumento diseñado a su juicio es:

- a) Válido ( \ )      b) No Válido ( )

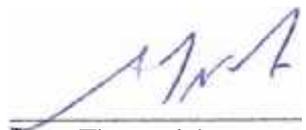
Observaciones:

---

---

---

---



Firma del experto  
02850619

## CRONOGRAMA GANTT

### I.- ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses / 2016				
	JUN	JUL	AGO	SET	OCT
Recolección de información	X	X			
Trabajo de campo	X	X			
Elaboración del informe de Tesis		X	X	X	
Presentación del Informe de Tesis					X
Presentación de Artículo Científico					X
Empastado de la tesis					X
Sustentación y Defensa de la Tesis					X

### II.- PRESUPUESTO

#### BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	25.00
Laptop	1	Unidad	1,500.00
<b>TOTAL S/.</b>			<b>1,525.00</b>

#### SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet		Horas		
Movilidad		Pasajes	1.00	20.00
Fotocopias		Unidad	0.10	432.00
Impresiones		Unidad	0.50	54.00
Grabación de CD		Unidad	1.00	2.00
Empastado		Unidad	3.50	15.00
Taller				1,700.00
<b>TOTAL S/.</b>				<b>2,223.00</b>

### III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

<b>RUBRO</b>	<b>IMPORTE</b>
Bienes	<b>1,525.00</b>
Servicios	<b>2,223.00</b>
<b>TOTAL S/.</b>	<b>3,748 .00</b>

### IV. FINANCIAMIENTO

Tesis totalmente Autofinanciada por el alumno investigador.