



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**EL FINANCIAMIENTO ES UN FACTOR QUE
INFLUYE EN LA RENTABILIDAD EN LAS
ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE PALTA EN
EL DISTRITO DE SAN MIGUEL, 2016-2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

YULI VILLAGARAY DURAND

ASESOR:

Dr. ADALBERTO PRÓSPERO FLORES AYALA

AYACUCHO – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero de Murillo

Presidenta

Mgter. Judith Berrocal Chilce

Secretaria

Mgter. Wilber Quispe Medina

Miembro

DEDICATORIA

A mis padres; Artemio y Alberta, quienes me dieron la vida y el apoyo incondicional, con su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

A mis hermanos; Daniela Mayra y Víctor, que siempre me brindaron su apoyo, así mismo a mis familiares y amigos en general, por el apoyo brindado durante mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante mi vida.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote -ULADECH, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la Escuela de Administración.

De igual manera mi más sincero agradecimiento a mi asesor Mg. Adalberto Próspero Flores Ayala, que con sus consejos y sugerencias hicieron posible este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación pertenece a la línea de investigación Finanzas denominado: **“El financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017**, cuya investigación tuvo como problema general: ¿ En qué medida el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017?, Se ha propuesto el siguiente objetivo general: Analizar si el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, y los siguientes objetivos específicos: Examinar las fuentes de financiamiento que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel y Examinar los instrumentos financieros que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel.

La metodología tiene el diseño no experimental descriptivo simple y se aplicó un cuestionario a 30 asociaciones productores de palta. Los resultados de la investigación:

De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 47% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor que influye Regularmente en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel. De acuerdo al

cuadro y gráfico 2, el 50% de los encuestados consideran que el financiamiento que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es regular

Palabras claves: Financiamiento, Capacitación, Competitividad, Rentabilidad.

ABSTRACT

The present research belongs to the Finance research line called: "Financing is a factor that influences the profitability of associations of avocado producers in the district of San Miguel, 2016-2017, whose research had as a general problem: What measure is financing a factor that influences the profitability of associations of avocado producers in the district of San Miguel, 2016-2017 ?, The following general objective has been proposed: Analyze if financing is a factor that influences the profitability of associations of avocado growers in the district of San Miguel, and the following specific objectives: To examine the sources of financing that influence the profitability of associations of avocado producers in the district of San Miguel and to examine the financial instruments that influence the profitability of associations of avocado producers in the district of San Miguel. The methodology has a simple descriptive non-experimental design and a questionnaire was applied to 30 avocado producing associations. The results of the research: According to the table and graph 1, 47% of respondents consider that financing is a factor that regularly influences profitability in associations of avocado producers in the district of San Miguel. According to the chart and graph 2, 50% of the respondents consider that the financing obtained by associations of avocado producers in the district of San Miguel is regular

Keywords: Financing, Training, Competitiveness, Profitability.

CONTENIDO

Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de gráficos, tablas y cuadros	ix
I. INTRODUCCION	11
II. REVISION DE LITERATURA	
2.1 Antecedentes	13
2.2 Bases Teóricas	27
III. METODOLOGIA	
3.1 Diseño de investigación	49
3.2 Población y Muestra	49
3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	50
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
3.5 Plan de análisis	55
3.6 Matriz de consistencia	56
3.7 Principios éticos	58
IV. RESULTADOS	
4.1 Resultados	58

4.2	Análisis de los resultados.....	74
-----	---------------------------------	----

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones.....	82
-----	-------------------	----

5.2	Recomendaciones	92
-----	-----------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	51
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	57
Tabla 3: ¿Cómo evalúa usted el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	59
Tabla 4: ¿Cómo usted verifica el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	61
Tabla 5: ¿En qué medida los recursos monetarios que obtienen son bien invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	63
Tabla 6: ¿Usted califica el crédito obtenido tiene mayor rentabilidad en las asociaciones productores de palta?	64
Tabla 7: ¿De qué manera califica usted los recursos monetarios en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	66
Tabla 8: ¿En qué medida las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el credito obtenido?.....	67
Tabla 9: ¿Cómo evalúa el rendimiento en las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel?	69
Tabla 10: ¿Cómo califica usted las asociaciones de productores de palta en el Distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos?.....	70
Tabla 11: ¿Cómo evalúa usted el rendimiento de las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel?.....	72

Tabla 12: ¿Cómo estima el control de renta de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados?.....	73
---	----

INDICE DE FIGURA

Figura 1: ¿Cómo evalúa usted el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	59
Figura 2: ¿Cómo usted verifica el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	60
Figura 3: ¿En qué medida los recursos monetarios que obtienen son bien invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	62
Figura 4: ¿Usted califica el crédito obtenido tiene mayor rentabilidad en las asociaciones productores de palta?	63
Figura 5: ¿De qué manera califica usted los recursos monetarios en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?	66
Figura 6: ¿En qué medida las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el credito obtenido?.....	67
Figura 7: ¿Cómo evalúa el rendimiento en las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel?	68
Figura 8: ¿Cómo califica usted las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos?	70
Figura 9: ¿Cómo evalúa usted el rendimiento de las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel?.....	71
Figura 10: ¿Cómo estima el control de renta de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados?.....	72

I. INTRODUCCION

El tema de investigación denominado: **“El financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017”**, su importancia radica, por cuanto las asociaciones dedicadas a la producción de palto, en el distrito de San Miguel, requieren obtener financiamiento o préstamos de entidades financieras o bancarias de acuerdo a sus necesidades, que puede ser para mejorar o innovar tecnológicamente su equipo de producción, a ello se agrega la capacitación un factor tan importante para la efectiva y eficiente producción los mismos que generan la competitividad en el mercado local, regional y nacional y hechos que contribuyen a obtener mayor rentabilidad para las asociaciones productores de palta y sobre todo a brindar servicios de calidad, oportunidad y a precio justo al alcance de los clientes y que estos se sientan satisfechos, el producto debe ser de calidad, porque en la actual economía que tenemos en la región de Ayacucho y sobre todo en el Perú, las asociaciones dedicadas a la producción requieren de financiamiento.

Para el presente trabajo de investigación se ha identificado la siguiente problemática: ¿En qué medida el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017?

Para contribuir con el problema identificado se ha propuesto el siguiente objetivo general: Analizar si el financiamiento es un factor que influye en la

rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017, y los siguientes objetivos específicos: Examinar las fuentes de financiamiento que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel y Examinar los instrumentos financieros que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel.

Por otra parte, las asociaciones sobre todo de la región de Ayacucho, en particular del distrito de San Miguel, generan un impacto singular en la economía de la región de Ayacucho y nacional, por ello los directivos de las asociaciones de productores de palta deben preocuparse en mejorar la calidad del producto que ofrecen, de esta manera dará una perspectiva para saber en qué se deben enfocar las políticas e iniciativas y el principal enfoque para el desarrollo económico de la región de Ayacucho por ende de nuestro país.

Así mismo debemos manifestar, que las asociaciones dedicadas a la producción de palto, como organizaciones en las cuáles la producción y el control están en manos de un grupo de socios que influyen decisivamente en el estilo de producción y que estos deben conducirse de manera objetiva y sobre todo deben orientarse a obtener efectividad, eficiencia y economía en los productos que ofrecen. Los instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (créditos) y la capacitación empresarial, así mismo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia las pequeñas y medianas empresas y sobre todo que esta clase de financiamiento

debe acompañarse de una adecuada capacitación dirigida inclusive para los directivos de las asociaciones.

Por otra parte, podemos manifestar que para toda empresa o asociación es importante el financiamiento que obtenga, por cuanto no es suficiente el capital de trabajo propio se hace necesario incrementar el capital social para prestar mejor servicio al cliente, asimismo, los directivos de las asociaciones deben preocuparse de brindar capacitación a sus servidores a fin de que presten mejores servicios y por ende mejores resultados, estos aspectos generan mayor y mejor competencia frente a las demás empresas o asociaciones del mismo giro de negocio, a este aspecto se agrega la obtención de mejor rentabilidad lo cual mejora la gestión de la empresa o asociación y con la obtención de mejores utilidades, para nuestro caso de las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Internacionales

(Baltazar, 2015), en su tesis: “Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la cooperativa de taxis “La Tebaida” de la ciudad de Loja, en el período 2012 – 2013”, para optar el grado de ingeniería en contabilidad y auditoría/contador público auditor, de la Universidad Nacional de Loja, Loja – Ecuador. Establece las siguientes conclusiones:

- La Cooperativa de Taxis “La Tebaida”, no ha realizado ningún estudio a los estados financieros lo cual no le permite saber con exactitud la eficiencia de sus operaciones.
- Los resultados de la aplicación de indicadores financieros demuestran que la Cooperativa de Taxis “La Tebaida”, obtuvo una ganancia en los años analizados por lo que se encuentra dentro de un margen de rentabilidad aceptable.
- No realizan el punto de equilibrio para determinar el nivel de ingresos para solventar los gastos que tiene la cooperativa en un periodo económico determinado.
- Los objetivos planteados en el proyecto de investigación se ha cumplido a cabalidad mediante el desarrollo del presente trabajo; por cuanto se ha

desarrollado la Evaluación de la Rentabilidad Económica y financiera a los años de estudio dejando así un informe que incluye comentarios que contribuirán para mejorar la rentabilidad de la cooperativa.

(Romero, 2015), “Planta de acondicionamiento Profruit Perú SAC: plan de negocio, integrado a un modelo de asociatividad, para productores de aguacate y mandarina en Ica – Perú. Tesis para optar al grado de Magister en Gestión y Dirección de Empresas, en la Universidad de Chile. Santiago de Chile. El presente plan de negocio propone que los agricultores de la ciudad de Chincha, Ica (Perú) de aguacate y mandarina, puedan asociarse y tengan acceso a una planta de acondicionamiento, con la cual se les procese sus propias frutas, destinadas para la exportación. Con esto se busca que el valor económico de los agricultores aumente considerablemente, debido a que pueden conseguir mejores precios al poder negociar directamente con los Traders, y recibir beneficios tributarios como: la exoneración del Impuesto General a las Ventas (IGV) de las compras realizadas de los materiales e insumos directos e indirectos para el cultivo, y, también, la obtención del subsidio del Estado por medio del Drawback, correspondiente al 5% sobre las ventas a precio FOB. Es aquí donde aparece el Consorcio, como modelo de asociatividad, con el fin de poder obtener dichos beneficios, propios de la exportación directa. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- A través del análisis de mercado realizado, se comprobó que existe una mega tendencia hacia el consumo de frutos, beneficiando a la actividad agrícola, específicamente en aguacates y mandarinas. Además, el

consumo, rendimiento por hectárea, producción, exportaciones e importaciones, y el consumo per cápita históricamente, ha ido aumentando durante los últimos años, teniendo un crecimiento mayor.

- El pronóstico del consumo per cápita de aguacates y mandarinas, para el horizonte proyectado, va a aumentar considerablemente hasta llegar en el 2025 a 3.74 kg/año de aguacate y 3.83 kg/año de mandarina. Debido a que no se puede establecer la demanda, por no tener una base de datos respecto a las transacciones comerciales de los Traders, se hizo entrevistas a expertos, con los cuales se aseguró que los volúmenes a ofrecer por parte de la empresa Profruit Perú SAC., se colocarán en el mercado mundial.
- Profruit Perú SAC., con su planta de 5 TM/hora, tiene la capacidad para procesar la producción de los socios, y poder entrar en el servicio de acondicionamiento para otras empresas que formen parte del capital, puesto que durante los años analizados, se tiene una capacidad ociosa de un turno, con lo cual se puede prestar el servicio de maquilado a terceros.
- La empresa contará con una línea de producción innovadora, semi-automatizada y con operarios con las destrezas adecuadas para el proceso de acondicionamiento, asegurando el producto en óptimas condiciones y cumpliendo con todas las normas fitosanitarias, teniendo así buenas prácticas de manufactura.
- El atributo diferenciador propuesto consiste en lograr que el empresario agrícola obtenga mayores beneficios al lograr que exporte directamente mediante el modelo de Consorcio, el cual permite que el empresario

optimice sus beneficios, ya que exportar directamente le permite obtener mejor precio de venta, al eliminar al agente acopiador, contar con la exoneración de la totalidad del IGV y un subsidio por medio del Drawback.

- El modelo de negocio permite reducir la incertidumbre del empresario agrícola, porque mediante el Consorcio, logra negociar con los Traders, a un precio garantizado que, por lo tanto, no será modificado al transcurrir de la comercialización. El otro beneficio se traduce en contar con la seguridad que toda su producción será comercializada, aquella con calidad de exportación y que no dependerá de ningún intermediario para ello.
- La presente investigación busca favorecer al empresario agrícola, mediante mejores resultados económicos, exportando directamente. Respecto a los resultados económicos, se observa que la planta de acondicionamiento, es un proyecto viable, que cuenta con un VAN de USD \$288,426.58 y una TIR de 25.83%, además, el beneficio económico de exportar directamente, el empresario agrícola registra un VAN de USD \$2'162,264.24, superando el bajo resultado de ventas a acopiadores con el anterior modelo.

(Navas, 2015), en su tesis: “Propuesta de fidelización de clientes a través del análisis de rentabilidad de cartera de la firma consultora Seel Advisor Group S.A. de la ciudad de Quito”, para optar el título de ingeniera de contabilidad y auditoría, de la Universidad Central del Ecuador, Quito – Ecuador. Establece las siguientes conclusiones:

- La compañía no tiene un conocimiento amplio acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, por ende tampoco ha desarrollado programas orientados a la implementación de la misma.
- Frente a las nuevas tendencias económicas que atraviesa el país, la firma de consultoría se vuelve vulnerable entorno a la contratación de sus servicios con el cliente, lo que le permite al mismo tener un alto poder de negociación.
- La compañía no hace uso de los medios publicitarios para dar a conocer la oferta de sus servicios, por lo cual los clientes que han hecho uso de alguno de los servicios no tienen conocimiento del resto, y pese a la experiencia de los socios y el staff de trabajo de la firma de consultoría, no se han desarrollado estrategias frente a la facilidad de entrada de nuevos competidores al mercado y tampoco aquellas enfocadas a prestar consultorías on line o atención del cliente en la web, este hecho hace que los clientes busquen nuevos proveedores en el área de consultorías y la firma pierda estos clientes.
- De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que debido a la insatisfacción respecto de puntualidad, tiempos de entrega de los proyectos, problemas de relaciones comunicacionales, recursos aportados y la facilidad de contacto con el consultor, algunos de los clientes no volvería a contratar los servicios de la firma, razón por la cual existe una rotación considerable de clientes, y por ende estos mismos clientes no recomendarían los servicios de la compañía a terceros.

- Según el análisis realizado en la Matriz BCG, se puede evidenciar que el servicio de Nómina representa un producto perro, el cual ha tenido un decrecimiento en comparación del periodo anterior, sin embargo su porcentaje de fidelidad corresponde al 100%, este decrecimiento ha tenido lugar debido al alto poder de negociación del cliente, quien ha solicitado una rebaja al precio pagado por servicio recibido.
- A través del análisis de fidelidad se pudo observar que los clientes más fieles se encuentran en los servicios de Nómina e Impuestos.
- Mediante el análisis de Pareto que se efectuó, se determinó que los clientes que mantienen el 80% de la economía de la firma son los representados en los servicios de Consultoría, Outsourcing Contable y Nómina, lo cual afirma el resultado obtenido del análisis de rentabilidad realizado.
- Luego del análisis de los resultados de las encuestas aplicadas, se obtuvo que el 75% de los clientes encuestados se muestran satisfechos con los aspectos técnicos, de atención al cliente y efectividad de las soluciones propuestas por los consultores, sin embargo el porcentaje de retención del cliente, representa el 55%, es decir que a pesar de obtener un resultado amplio de satisfacción, la retención de clientes tiende a la baja y refleja que los clientes pueden ser susceptibles de abandonar a la firma.
- Finalmente mediante el análisis de rentabilidad efectuado, se determinó que los clientes más rentables son aquellos representados por los servicios de Outsourcing Contable y Consultoría, en ese orden de importancia.

Nacionales

(Cardenas & Figueroa, 2015), en su investigación “El mercado Canadiense; una oportunidad de negocio para las exportaciones de palta Hass Peruana; periodo 2016-2020”. Tesis para optar el título profesional de Administrador en Negocios Internacionales, de la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú. En el estudio se resaltó que el Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto del mundo. Perú no solo posee las tierras y la variedad climática que le propician una importante primacía a nivel global, sino que también cuenta con el adicional de su posición geográfica, contando con estaciones anuales inversas a muchos mercados del mundo. Con lo mencionado anteriormente se constituyó que Canadá, es un país donde existen oportunidades para los productores peruanos de palta, ya que tanto la demanda como las importaciones están en continuo crecimiento, es un territorio abierto al comercio que exige recibir productos de calidad. La investigación concluye en lo siguiente:

- El mercado Canadiense si constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones de palta peruana hass durante el periodo 2016-2020, afirmándose la hipótesis de investigación.
- La evolución de las exportaciones peruanas de productos a base de palta Hass al mundo durante el periodo 2009-2014, es creciente.
- La tendencia muestra un crecimiento para los futuros 5 años, cuya función es $y = 46480x - 9E+07$. Y con un $R^2 = 0,7928$.

- La evolución de las exportaciones peruanas de productos a base de palta has al mercado de Canadá durante el periodo 2009-2014, es creciente.
- La tendencia muestra un crecimiento para los futuros 5 años, cuya función es de $y = 62518x - 111463$. Y con un $R^2 = 0,8764$
- Las principales empresas exportadoras de productos a base de palta en Perú son: CAMPOSOL S.A, SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A, CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA, AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.C, CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA, AGROPECUARIA LAS LOMAS DE CHILCA., MISSION PERU S.A.C, AVO PERU SAC y EUROFRESH PERU S.A.C; entre 120 empresas exportadoras.
- La evolución de las importaciones de Canadá al mundo, respecto a las partidas más representativas de palta durante el periodo 2009-2014, es creciente.
- La tendencia muestra un crecimiento para los futuros 5 años, cuya función es $y = 311950x - 6E+08$. Y con un $R^2 = 0,8994$.
- Los principales destinos del Producto Palta son Estados Unidos de América, Países Bajos (Holanda), Francia, Japón, Canadá, Reino Unido, Alemania, España, Suecia, Australia, Noruega, Bélgica, Dinamarca, Suiza, Federación de Rusia, Costa Rica, Argentina, Lituania, Finlandia, Italia, Arabia Saudita, Austria, Polonia, Honduras y Singapur.

(Osorio, 2016), en su tesis: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro artesanía del distrito de Taricá - Provincia de Huaraz, periodo 2015”, para optar el título profesional de contador público, de la Facultad de ciencias contables y administrativas, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz – Perú. Concluye con lo siguiente:

- La edad de los representantes legales y/o dueños de las MYPE del sector comercio, rubro Artesanía en el distrito de Taricá, se encuentran entre 18 a 30, 31 a 45, 46 a 50 y 51 años a más; el sexo de los representantes legales de las MYPE en su mayoría son del sexo masculino en un 57%, en cuanto a su grado de instrucción ninguno de los representantes legales de las MYPE obtuvo sus estudios Universitarios Completos, la mayoría de los empresarios son convivientes en un 50% y una minoría de ellos están casados que representan el 14%.
- Las micro y pequeñas empresas juegan un rol muy importante en la economía del Perú, el tiempo en que se encuentran en el sector comercio, rubro de artesanía es de 3 años a más, el 71% de las MYPE son formales eso refleja que los representantes son apegados a ley tributaria, la mayor parte de los representantes mencionaron que sus trabajadores trabajan eventualmente, asimismo iniciaron las MYPE con la finalidad de obtener ganancias y así poder sobresalir.
- Las MYPE financian su actividad productiva con financiamiento de fondos de terceros en un 86%, recurriendo a entidades bancarias, es por ello que los empresarios eligieron en gran parte a banco de crédito del Perú, banco no comercial y usureros, como institución financiera para recibir un crédito,

pues señalan que las entidades bancarias les otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito, pero es importante, tener la información de todos los costos del préstamo, y principalmente de la tasa de costo efectivo anual; asimismo el crédito recibido lo invirtieron con más énfasis en capital de trabajo. Además los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus MYPE tienen las siguientes características: el 59% obtuvo su crédito de las entidades no bancarias, el 79% fue a corto plazo y el 34 % invirtió en mejoramiento y/o ampliación de local.

- Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son: el 86% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 72% tuvieron un curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 43% ha recibido alguna capacitación, El 57% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 50% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.
- El 93% cree que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa, el 57% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 86% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años.

(Caceres, Camacho, Ludeña, Macedo, & Navarro, 2008). “Informe final de la consultoría: Estudio de la cadena de palta de Luricocha con criterios de equidad, inclusión y sostenibilidad ambiental, de la institución de Centro Peruano de Estudios Sociales – CEPES. Lima – Perú. Señala que la necesidad de

enfrentar el grave problema de la pobreza ha llevado a los productores de palta de Luricocha a enfrentar la difícil tarea de encontrar alternativas que le permitan acceder a mejores oportunidades de mercado. Para ello es necesario que se conozca claramente las características del negocio, se analice las diferentes fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas en el contexto nacional e internacional con el propósito de desarrollar estrategias que posibiliten la sostenibilidad de la actividad y que aseguren su efectiva articulación comercial. En tal sentido, el propósito de este estudio es elaborar lineamientos de política que resulten ser una herramienta que permita a los productores de palta de Luricocha orientar un mejor uso de sus recursos humanos, económicos y financieros hacia la gestación de su desarrollo económico y social. Concluye en lo siguiente:

- -El mercado internacional de palta ha experimentado una evolución diferenciada en los últimos 10 años. Entre el año 1997 y el 2002 el crecimiento de la producción fue sostenido, para luego estacionarse durante los siguientes años. Naturalmente, el crecimiento del consumo de frutas y el cambio en la dieta de los países industrializados ha motivado el desarrollo de la agricultura no tradicional en los países en vías de desarrollo, sumado a los procesos migratorios de los países pobres a los países desarrollados ha colaborado en este crecimiento. Aunado a lo anterior el impulso otorgado por el sector privado local ha motivado el desarrollo sostenible de la agro exportación no tradicional, primero en productos como el espárrago, la paprika, entre otros, para diversificarse

posteriormente a cultivos como la alcachofa, la palta y algunos frutales. El éxito económico que viene gestando esta clase empresarial ha motivado las intenciones políticas de promocionar a este rubro como el idóneo para el desarrollo agrario, sin embargo, la diversificación productiva, procurar la seguridad alimentaria y proveer al campo en su conjunto de las herramientas suficientes y necesarias para el impulso del Sector, son acciones aún lejanas por parte de las autoridades.

- -La competitividad de países como México y Chile lideran los procesos de exportación a nivel mundial, estos son dos de los principales competidores en el mercado exterior que enfrenta Perú. Sin embargo, ante esta situación la Unión Europea mantiene mejores condiciones de acceso que EE.UU. que a la fecha aún no es posible exportar palta de ninguna parte del país debido a la persistencia de la plaga de la mosca de la fruta. Si bien el mercado Europeo es uno de los principales destinos de la palta peruana, son los intermediarios quienes llegan a colocar los productos en el exterior y las grandes empresas. Requisitos importantes como el conocimiento de los estándares internacionales (requisitos sanitarios, normas de empaque, características de calidad específicas, entre otros) así como los gustos y preferencias en el mercado exterior y la cada vez mayor aceptación de los cultivos orgánicos son pasos posteriores a la consolidación primera de un nivel organizativo mínimo gestado por los productores, pero a la vez facilitado y promocionado por las autoridades locales y regionales.

Local

(Casavilca, 2016), en su tesis denominada “Financiamiento, calidad y mejoramiento continuo que inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas en el sector de ferreterías en el distrito de Ayacucho, 2015”, para optar el título profesional de contador público, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho – Perú. Establece las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 90% de los encuestados consideran que el financiamiento incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto es importante el financiamiento para la empresa.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 93% de los encuestados consideran que la calidad es un factor muy importante que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto podemos manifestar que la calidad vale decir la eficiencia en una empresa es de vital importancia..
- De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 80% de los encuestados consideran que el mejoramiento continuo es un factor esencial que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto se concluye que el mejoramiento continuo es importante en una empresa sobre todo en el rubro de empresas ferreteras.

- De acuerdo al cuadro y gráfico 5, el 60% de los encuestados consideran que su empresa es competitiva en el mercado ferretero frente a las demás empresas en el mismo giro de negocio.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 6, el 93% de los encuestados mencionan que la empresa donde laboran el empresario se preocupan por la calidad y el mejoramiento continuo de su empresa, factores importantes dentro de una organización de una empresa.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 7, el 87% de los encuestados mencionan que utilizan estrategias dentro de su organización para lograr una ventaja competitiva en el mercado frente a las demás empresas de la competencia.

(Quispe J. , 2016), en su tesis: “La capacitación, competitividad e innovación de tecnología como estrategia para el desarrollo y rentabilidad de las empresas de establecimientos de Hospedajes en el ámbito de la Provincia de Huamanga, 2015”, para optar el título profesional de contador público, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho – Perú. Establece las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 87% de los encuestados consideran que la capacitación es una estrategia muy importante que permite lograr el desarrollo y la rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 80% de los encuestados consideran que la competitividad es una estrategia fundamental para lograr el

desarrollo y la rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga.

- De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 77% de los encuestados consideran que la innovación de la tecnología es una estrategia para lograr el desarrollo y la rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 4, el 73% de los encuestados consideran que la capacitación es una inversión que el empresario realiza para obtener mejores resultados y beneficios empresariales
- De acuerdo al cuadro y gráfico 6, el 83% de los encuestados mencionaron que en los últimos años comprendidos entre 2014 y 2015 efectuaron innovaciones tecnológicas para su empresa.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 7, el 77% de los encuestados consideran que su empresa es competitiva en el mercado de la Provincia de Huamanga.

2.2 Bases Teóricas

La presente investigación, evaluó el financiamiento y la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

2.2.1 Teorías del financiamiento

“El núcleo de la teoría financiera se desarrolla bajo un conjunto de supuestos generalmente conocidos como los supuestos de mercado perfecto. De

este conjunto de supuestos emergen conclusiones respecto de las decisiones de inversión y financiamiento de las empresas, que son elegantes y atractivas en su simplicidad. La primera conclusión establece que las decisiones de inversión y financiamiento son separables y que las empresas pueden elegir entre todos los proyectos de inversión disponibles y ordenar los mejores, sin reparar en la forma en que dichos proyectos son financiados. En la práctica cuando los propietarios de las empresas evalúan las consecuencias de financiarse de una determinada forma (eligen su estructura de capital), consideran generalmente una larga variedad de costos y beneficios. La decisión de elegir una estructura de capital es tan compleja, que no existe un solo modelo que pueda capturar todos los aspectos distintivos relevantes. Lo anterior resulta aún más significativo en el caso de micro y pequeñas empresas (MYPE), en las cuales ciertas características las diferencian de las grandes empresas. Las MYPE poseen habitualmente una porción de mercado relativamente pequeña, esto enfatiza la imposibilidad de la empresa de afectar su ambiente; las MYPE presentan especificidad en el producto ofertado a clientes que son por definición particulares, en este contexto las MYPE son evaluadas como más riesgosas de acuerdo al grado de incertidumbre dado por demandas no estables; a menudo la gerencia de los pequeños negocios reside en una persona, el gerente y/o propietario; el dinero invertido en los negocios es habitualmente dinero perteneciente al gerente y/o propietario, no dinero proveniente de inversores externos e impersonales lo que significará problemas de composición de cartera para el empresario y su inversión.” (Gallozo, 2016)

2.2.2.- El financiamiento

“Se designa con el término de financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico. La principal particularidad es que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante un organismo financiero internacional para poder hacer frente a un déficit presupuestario grave.” (Ferruz, 2010) .

“Las empresas necesitan financiamiento para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercado en otros lugares geográficos, aumentar la producción, construir o adquirir nuevas plantas, hacer alguna otra inversión que la empresa vea benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado”. (Campillo, 2003)

Se llama financiamiento al hecho de proporcionar o suministrar dinero o capital a una empresa o individuo para conseguir recursos o medios para la adquisición de algún bien o servicio. Según su plazo de vencimiento una financiación puede dividirse en corto y largo plazo. Siendo la de corto plazo aquella cuyo tiempo de devolución es menor a un año. La de largo plazo es aquella en la que el vencimiento es mayor a un año.

A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

2.2.3.- Objetivos del financiamiento

El objetivo de conseguir financiamiento es el de lograr una mayor liquidez inicial para la empresa, al mismo tiempo buscamos con esto que el desembolso inicial para los socios sea menor. De esta manera estamos utilizando una herramienta útil de financiamiento para nuevas empresas.

2.2.4.- Decisiones de inversión

Las inversiones son gastos para aumentar la riqueza futura y posibilitar el crecimiento de la producción de una entidad. La materialización de la inversión depende de las decisiones del agente económico que la realice. La definición de cuáles son los factores determinantes del nivel de inversión es una de las cuestiones más polémicas de las finanzas y es allí donde debe trabajar el tecnicismo y el buen olfato para tomar las decisiones financieras que más convengan para el desarrollo de la entidad y el sector público nacional. La denominada 'teoría del acelerador' vincula el nivel de inversión anual a los cambios necesarios en la estructura del capital de una entidad debidos a los cambios en la producción. Otro planteamiento, es la 'teoría neoclásica de la inversión', se centra en el estudio de la fijación del equilibrio del stock de capitales en función de variables como el nivel de actividad, los precios de los

bienes o servicios finales, los costos de los bienes de capital y el costo de oportunidad del capital (determinado por el tipo de interés que podría haberse obtenido invirtiendo el mismo dinero en activos financieros).

El nivel de inversión estará determinado por el deseo de eliminar la diferencia entre el stock de capital disponible y el deseado para unos valores fijos de las variables que determinan este último. Las variables que determinan este nivel de capital cambian de modo constante, y en tanto la inversión puede realizarse a lo largo de varios años, la interpretación de las variaciones pasadas en el nivel de inversión y en las variables determinantes de ésta resulta una interpretación muy compleja.

Otros planteamientos subrayan la importancia de las expectativas de la entidad y la de la incertidumbre asociada con cualquier inversión; otras teorías se centran en las necesidades de liquidez de la entidad.

2.2.5.- Causas de las Restricciones al Financiamiento

Los factores que explican las dificultades de acceso al crédito por parte de las Mypes en Ayacucho comprenden a la protección imperfecta de los contratos de crédito (lo cual se relaciona a la protección de los derechos de acreedores), las fallas en los sistemas de garantías, y los aspectos relacionados a las asimetrías en la información (que generan los problemas de selección adversa y riesgo moral) y los costos fijos de los préstamos; los efectos de estos dos últimos elementos se sienten con mayor intensidad en las Mypes a consecuencia de su menor tamaño

y escala de producción. Con mayor intensidad en las Mypes a consecuencia de su menor tamaño y escala de producción.

2.2.6.- Tipos de financiación.

Financiamiento, es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, esta es la contribución de dinero que se requiere para comenzar o concretar un proyecto, negocio o actividad. Por ejemplo, para ser el desarrollador de tu propio negocio probablemente necesitaras de algún banco, organización o prestamista que financie tu proyecto. Generalmente las maneras más comunes de obtener la financiación son a través de préstamos o de créditos.

- **Financiación a corto plazo:** Es aquella cuyo vencimiento o el plazo de devolución es inferior a un año. Algunos ejemplos son el crédito bancario, el Línea de descuento, financiación espontánea, etc.
- **Financiación a largo plazo:** Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año, o no existe obligación de devolución, por ejemplo cuando la financiación se llevó a cabo a partir de fondos propios o de algún amigo, pariente que no lo solicita. (Fondos propios). Algunos ejemplos son las ampliaciones de capital, autofinanciación, fondos de amortización, préstamos bancarios, emisión de obligaciones, etc...
- **Financiación interna:** se logra a partir de los propios medios económicos que dispone la empresa, es decir, de los fondos que la

empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa): reservas, amortizaciones, etc

- **Financiación externa:** procederá de inversionistas que no forman parte de la empresa. Como por ejemplo: financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc.
- **Medios de financiación ajenos:** créditos, emisión de obligaciones, etc. Forman parte del pasivo exigible, porque en algún momento deben devolverse (tienen vencimiento).
- **Medios de financiación propia:** no tienen vencimiento a corto plazo.

Claramente establecido. En estos casos las inversiones son más pequeñas que a posteriori. El capital necesario para comenzar una empresa, o para establecer el diseño inicial de lo que será en el futuro, se llama capital de semilla³. Normalmente, las empresas cuentan en su mayoría con acceso a fuentes de financiamiento tradicionales, entre las que se encuentra principalmente la banca comercial. Sin embargo, también se puede acceder al mercado de valores, que puede poseer ventajas comparativas con relación al financiamiento de la banca comercial como son: reducciones en el costo financiero, mayor flexibilidad en la estructura de financiamiento, mejoramiento en la imagen de la empresa, etc. Por tanto, es necesario que las empresas sepan efectuar un análisis cuidadoso de las alternativas que enfrentan, debiendo estudiar los costos y beneficios de cada una de ellas. En la presente investigación, se consideran válidas estas definiciones, por lo que se definirá la Estructura de Financiamiento como la combinación entre recursos

financieros propios y ajenos; es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital y a la inversión corriente que la empresa necesita, para el cumplimiento de sus objetivos, lo cual se traduce en la forma en que se financien los activos de una empresa

Dimensiones para evaluar el financiamiento

Las dimensiones que se plantean para ver la situación del financiamiento se desarrolla dos dimensiones: Fuentes de financiamiento e Instrumentos financieros

2.3.1.- Concepto de rentabilidad

Se define como “La Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”. (Sánchez J. , 2002)

2.3.2.- Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

- Así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.
- Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.
- La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

2.3.3.- La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

El origen de este concepto, también conocido como return on investment (ROI) o return on assets (ROA), si bien no siempre se utilizan como sinónimos ambos términos, se sitúa en los primeros años del s. XX, cuando la Du Pont Company comenzó a utilizar un sistema triangular de ratios para evaluar sus resultados, en la cima del mismo se encontraba la rentabilidad económica o ROI

y la base estaba compuesta por el margen sobre ventas y la rotación de los activos.

2.3.4.- Cálculo de la rentabilidad económica

A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

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

Otros conceptos de resultado que habitualmente se enfrentan al Activo total para determinar la rentabilidad económica serían los siguientes:

- Resultado después de impuestos + Gastos financieros $(1-t)$, siendo t el tipo medio impositivo: se utiliza el resultado después de impuestos y antes de gastos financieros netos bajo la justificación de que el impuesto sobre beneficios es un gasto del ejercicio y como tal supone una partida negativa

a efectos de medir la renta o beneficio; y, por otra parte, los costes financieros se presentan netos del ahorro de impuestos que suponen.

- Resultado de las actividades ordinarias + Gastos financieros: en este caso se prescinde de los resultados extraordinarios por su carácter atípico y excepcional, pretendiendo así calcular la rentabilidad de la actividad ordinaria de la empresa.

2.3.5.- Concepto de rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa.

En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la

rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa. La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

2.3.6.-Teorías de la rentabilidad

La determinación de la rentabilidad exigida a una empresa tanto por sus acreedores como por sus accionistas es uno de los problemas centrales de las finanzas de la empresa, en el mercado accionario la toma de decisiones se enmarca en un concepto genérico para la medición del riesgo - rendimiento y su relación, pues hay demostraciones que indican que a los inversionistas no les gusta el riesgo, por lo que hay que ofrecerles un retorno mayor a cambio del riesgo en el que incurran.

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional. Es por ello que, con esta teoría se concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Huarpe

El modelo de mercado de Sharpe surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso

de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz. Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos.

Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título. Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

2.3.7.- Tipos de rentabilidad

La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma

genérica suele considerarse como concepto de resultados. A este indicador antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total.

RE= resultado antes del interés del impuesto

Activo total a su estado media

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

“La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados. Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios. Sin embargo, la capacidad para generar las utilidades dependerá de los activos que dispone la empresa en la ejecución de sus operaciones, financiados por medio de recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas) que implican algún costo de oportunidad, por el principio de la escasez de recursos, y que se toma en cuenta para su evaluación.” (Ccaccya, 2015)

2.3.8.- Apertura de mercados

“Sostienen que en la terminología económica, un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse. Es un proceso dinámico de modernización para lograr una mayor eficiencia en la producción que a su vez permita producir y exportar a menor costo, ser competitivos en los mercados internacionales, hacer más rica la economía y así generar más empleos. Es también la internacionalización de la economía para producir y exportar más a menores costos e importar con el criterio de regular los precios de la industria nacional. A través de este proceso se pretende acelerar el mejoramiento del bienestar de la población. La apertura busca modernizar la industria y demás sectores en sus procesos productivos y tecnificar y llegar al consumidor local con productos de buena calidad, cuyos precios se asemejen a los del mercado internacional. (Pacek, Nenad, Thornitey, & Deniel , 2008)

2.3.9.- Asociatividad

Señala que el proceso organizativo se inicia cuando las personas o empresas identifican que los beneficios son mayores o la resolución de los problemas se puede alcanzar si trabajan como grupo versus de manera

independiente. Esta agrupación se da mediante mecanismos de integración, la agrupación es un medio creado para satisfacer una necesidad o resolver un problema que afecta a dicha colectividad. La agrupación es por lo tanto de naturaleza voluntaria que busca llevar a cabo acciones conjuntas que se orienta a alcanzar objetivos comunes que no podrían alcanzar de manera individual.

Ventajas de las agrupaciones

- Ventajas de economías de escala: al mancomunar recursos financieros y al compartir información y experiencia, los miembros en un consorcio pueden mejorar e intensificar sus actividades de promoción hacia el extranjero. Además, las empresas participantes pueden suministrar una mayor diversidad de productos en una cantidad superior, que al hacerlo por separado. Reducen los gastos al compartir los gastos administrativos, de promoción, instalaciones de transporte, compra de insumos y en acceder a servicios de asesoría técnica.
- Acumulación de conocimientos: las empresas que participan en consorcios de exportación tienen por lo general una experiencia limitada de exportación y se hallan en las primeras etapas de ingreso en el mercado de exportación o expansión, así como en los métodos más eficientes de gestión de los cultivos.

Desventajas de las agrupaciones

- Asimetrías entre las empresas en variables como tamaño, filosofía, experiencia exportadora, calidad y capacidad productiva.
- Limitación de la información por confidencialidad empresarial o porque los socios se perciben como competidores en el mercado nacional.
- Dificultad en contar con un marco legal completo y claro para el ingreso y salida de los miembros del consorcio.

2.3.10.- Conceptos Financieros

Texto “Fundamento de Administración Financiera” de James C Van Horne y John M. Wachowicz Jr., se tomarán las distintas herramientas que permitirán crear los estados de resultados y generar los flujos de efectivo , así como desarrollar las proyecciones financieras y también denominado como dinero que permitan mostrar el comportamiento de la empresas en una cantidad determinada de períodos. Dicho libro de texto será utilizado para la creación del Plan Financiero.

Asociatividad Empresarial

Se define “Asociatividad como un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. La Asociatividad debe ser una

herramienta utilizada por la pequeña y mediana empresa para enfrentar la globalización. (Rosales, 1997)

“La Asociatividad se define como aquella forma de romper con viejos paradigmas en los que se deja de mirar hacia afuera y se esquematiza la interiorización de las empresas como factor de asociación, con el fin de generar variaciones en la producción, organización y comercialización de bienes y servicios. Los principales actores de este cambio de visualización son las tecnologías y los mercados. Dicho cambio se basa en la aplicación de nuevos elementos como la calidad total, la reingeniería, las alianzas estratégicas, las redes, la misma Asociatividad, los clúster y la colaboración en cadenas productivas.” (Rosales, 1997)

Ventajas de la Asociatividad

“se refiere a las ventajas de la Asociatividad como una herramienta de cooperación entre las empresas para lograr una mayor productividad y competitividad en el actual mundo globalizado, ha mostrado en experiencias de otros países significativas ventajas, que las Pymes deben adaptar en su estructura interna. Dentro de las ventajas de implementar una Asociatividad empresarial se puede apreciar la ampliación y generación de economías de escala, que a la vez conlleva a la disminución de costos, a mejorar la productividad, a ser más eficientes y eficaces y a acceder a tecnología moderna y avanzada. Otro aspecto importante

que permite este instrumento es el mejoramiento y aprovechamiento del proceso de aprendizaje, por medio del intercambio de experiencias especializándose en las ventajas productivas de las empresas. Además, al tener objetivos comunes de corto, mediano y largo plazo, guiados hacia el desarrollo sostenido y sostenible de la competitividad con la colaboración de los empresarios, el gobierno y demás agentes económicos, será más fácil lograr un buen funcionamiento de la Asociatividad y así alcanzar auxilios que resultan inaccesibles de manera individual como acceso a la financiación, mayor capacitación y tecnificación, elaboración de nuevos proyectos y logística y estudios del mercado.” (Rosales, 1997)

Tipos de Asociatividad

Para Ramón Rosales en su libro Asociatividad como estrategia de fortalecimiento los tipos de Asociatividad son:

Redes de Cooperación

“Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación.” (Rosales, 1997)

Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

Articulación Comercial

“Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios.” (Rosales, 1997)

Alianza en cadenas productivas

“En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.” (Rosales, 1997)

Alianza en Clúster

“De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.” (Rosales, 1997)

Joint Venture

“Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica. Independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología personal, bienes, industriales, capacidad productiva o servicios.” (Rosales, 1997)

Consortios

“El Art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio es aquél por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Los consorcios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.” (Rosales, 1997)

Dimensión para evaluar la Rentabilidad

La dimensión que se plantea para ver la situación de la rentabilidad se desarrolla una dimensión: Niveles de análisis de la rentabilidad

III. METODOLOGIA

3.1 Diseño de investigación

Para desarrollar la presente investigación se aplicara la investigación cuantitativa y no experimental

El diseño de investigación es de tipo descriptivo, “la investigación descriptiva radica en la calificación de un hecho o fenómeno con la finalidad de establecer su comportamiento” (Arias, 2006, pág. 48)

Cuyo esquema es:



Siendo:

M = muestra

O = Variable

Ahora bien, es de campo de carácter descriptivo, puesto que la preocupación elemental radicó en explicar la situación de financiamiento de las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

3.2 Población y Muestra

La población se define “como el conjunto de fenómenos a estudiar donde los elementos de población tienen propiedades comunes, la cual se investiga y da inicio a los datos para el análisis” (Tamayo y Tamayo, 2004, pág. 144)

La población a estudiar está conformada por 30 asociaciones.

La muestra es parte de una población por tanto no se aplica en la presente investigación por ello se procedera a realiza un censo.

Censo

“Un censo es numerar o listar a todos los integrantes de un universo, siendo posible conseguir de forma directa los parámetros del universo que se investiga” (Malhotra, 2008)

Bajo este soporte, para la investigación, es una muestra censal y lo constituye el total de los trabajadores de la empresa:

Variabes:

Para la identificación de las variables, se detalla primero la conceptualización del vocablo variable, al respecto

Se define como “Una variable es cualquier atributo o característica que presenta un hecho y cuya variación puede ser evaluado” (Gotuzo, 2006, pág. 129) Para la investigación, se ha establecido la variable 1 “Financiamiento” y variable 2 “Rentabilidad”

3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

La variable se define como “Una variable es un cualidad que puede variar y cuya cambio es susceptible a deducción y su medición” (Hernandez, Fernandez , & Baptista, 2014)

Para desarrollar nuestra investigación se ha definido las variables de Financiamiento y la rentabilidad

Operacionalización de variables

“La operacionalización de las variables significa cifrar las variables a indicadores, de manera más clara cifrar las definiciones especuladas a magnitudes de medición (Bernal, 2010, pág. 141)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Financiamiento	“Es el proceso que permite obtener recursos financieros. Por ello, las instituciones financieras que lo aportan deben analizar la obtención de fondos, el incremento de los costos por financiamiento, los efectos de este sobre la estructura financiera de la empresa, así como la utilización de los fondos durante el proceso de inversión.” (Ortega, 2008)	El financiamiento será evaluado a través del uso de un cuestionario que contiene ítems para cada de sus 2 dimensiones: Fuente de financiamiento e Instrumentos financieros con sus respectivos indicadores.	Fuente de financiamiento	Internas	1 = Deficiente 2 = Regular 3 = Bueno 4 = Muy Bueno 5 = Excelente
				Externas	
			Instrumentos financieros	Línea de crédito	
				Cuenta corriente	
	Pagares				
Rentabilidad	“La rentabilidad es una medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo (Sánchez J. , 2002)	La rentabilidad será evaluado a través del uso de un cuestionario que contiene ítems para su dimensión: Niveles de análisis de la rentabilidad y sus respectivos indicadores.	Niveles de análisis de la rentabilidad	Económica	
				Financiera	

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

“se define por técnica al conjunto de instrumentos operativos que nos facilita el recojo de manera eficiente datos en una muestra establecida, con el esfuerzo y tiempo.” (Quispe R. , 2012)

La técnica a desarrollar para la medición de la variable e estudio *es la encuesta*. “es la técnica que recoge información de forma indirecta, a través de la respuesta a una serie de interrogantes” (Gonzales, 2014)

Instrumento

Los instrumentos se define como “son los recursos elegidos por el analista y se aplican para recoger los datos en la muestra, y estos se construyen de acuerdo a lo asentado en la operacionalización de variables” (Quispe R. , 2012)

El instrumento que se utilizara es el *cuestionario* “es un recurso físico que a través de la contestación a ciertas interrogantes recoge datos importantes para el trabajo de investigación.” (Pino, 2007)

Con el que se recogerán los datos pertinentes a la variable; para lo cual, se ha diseñado ítems con escala de medición ordinal con tres valoraciones, como se señala a continuación:

1 = Deficiente

2 = Regular(Insuficiente)

3 = Bueno

4 = Muy Bueno

5 = Excelente

Validación

Se define como “La descripción al grado en que un instrumento efectivamente mide la variable que intenta medir” (Hernandez, Fernandez , & Baptista, 2014)

En la presente investigación se validaran los instrumentos utilizando la validez de constructo haciendo uso de la estadística para validar.

Confiabilidad

Se conceptualiza como “Es el grado de uso repetido del instrumento a la unidad de investigación u objeto los resultados son los mismos resultados iniciales” (Hernandez, Fernandez , & Baptista, 2014)

Para la confiabilidad se utilizara “la confiabilidad del instrumento de investigación se definirá mediante el uso del **Coefficiente Alfa de Cronbach**” (Valderrama & Leon, 2009)

Este instrumento trabaja con valores que fluctúan entre 0 y 1. Su conveniencia reside en que no es obligatorio dividir en dos partes a los ítems. Cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

S_i^2 = Suma total de varianzas de cada ítem.

S_t^2 = Varianza total de filas

K = Número de ítems

Cuya interpretación del coeficiente como sus valores oscilan entre 0 y 1, donde 1 representa confiabilidad total y 0 la confiabilidad nula.

La confiabilidad para el cuestionario que evaluara El financiamiento y la rentabilidad de las asociaciones.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,754	30

Nuestro Alfa de Cronbach = 0,754, nos indica que nuestros datos son fiables ya que supera es un dato muy cerca a uno. Esto quiere decir que podemos continuar con los procesos estadísticos

3.5 Plan de análisis

En la investigación se usara la técnica de la encuesta a los representantes de las asociaciones productores de palta.

Una vez acopiado la información, utilizando el cuestionario, se procedió a analizar los datos captados con el fin de tener una idea más clara de las variables que se estudiaron; organizando las respuestas en porcentajes a través de los cuadros. Las respuestas fueron presentadas en diagramas.

El análisis de la información en la investigación, En lo que concierne al análisis, al usar las técnicas nos señalan que el contenido de la información que se han recopilado.

El método estadístico usado fue la estadística descriptiva, utilizando el estadístico SPSS, el cual accedió a señalar el porcentaje de respuestas de cada alternativa y así ayuda la realización de la investigación cuantitativa de la información obtenida de esa forma los resultados ayudan a sustentar la alternativa que se plantea.

3.6 Matriz de Consistencia

“EL FINANCIAMIENTO ES UN FACTOR QUE INFLUYE EN LA RENTABILIDAD EN LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE PALTA EN EL DISTRITO DE SAN MIGUEL, 2016-2017

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIÓN	METODOLOGIA
<p><u>Problema Principal:</u></p> <p>¿En qué medida el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017?</p>	<p><u>General:</u></p> <p>Analizar si el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017</p> <p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Examinar las fuentes de financiamiento que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017 ❑ Examinar los instrumentos financieros que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017. 	<p><u>Variable 1</u></p> <p>Financiamiento</p> <p><u>Indicadores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Internas ❑ Externas ❑ Línea de crédito ❑ Cuenta Corriente ❑ Pagares <p><u>Variable 2</u></p> <p>Rentabilidad</p> <p><u>Indicadores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Económica ❑ Financiera 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Fuente financiamiento ❑ Instrumento financiero <p>DIMENSIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Niveles de rentabilidad 	<p><u>Tipo de Investigación:</u></p> <p>Por el enfoque epistemológico el tipo de investigación es la NO EXPERIMENTAL. De acuerdo a su naturaleza es de tipo de Investigación CUANTITATIVA</p> <p><u>Nivel de Investigación:</u></p> <p>El diseño de la investigación es el DESCRIPTIVO. CORRELACIONAL</p> <p><u>Método:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Muestreo Intencional o deliberado <p><u>Población:</u></p> <p>La población a investigar es de 30 asociaciones productores de palta</p> <p><u>Técnica e instrumento:</u></p> <p>La técnica a utilizar en la investigación es la encuesta y el instrumento es el cuestionario</p>

3.7 Principios éticos

La presente tesis, se ajusta a los principios y valores éticos consignados en las normas que rigen el desarrollo de las investigaciones.

Entre los principales principios éticos, se mencionan los siguientes: integridad, responsabilidad, competencia, honestidad, reconocimiento a los autores que han antecedido en la presente tesis.

En sujeción a estos principios éticos, señalo que todo lo que se expresa en este trabajo es veraz, por lo demás se aplica la objetividad e imparcialidad en el tratamiento de las opiniones y resultados.

Resaltando, que se ha tenido el debido cuidado para respetar las opiniones de algunos autores cuyas tesis guardan relación con los variables de la presente tesis, mencionándolos como tal en los antecedente de la investigación

Finalmente, en honor a la ética y transparencia de la responsable de esta tesis, se precisa que los datos consignados en el trabajo de investigación son veraces, todos son el producto del trabajo de campo, aplicados con honestidad.

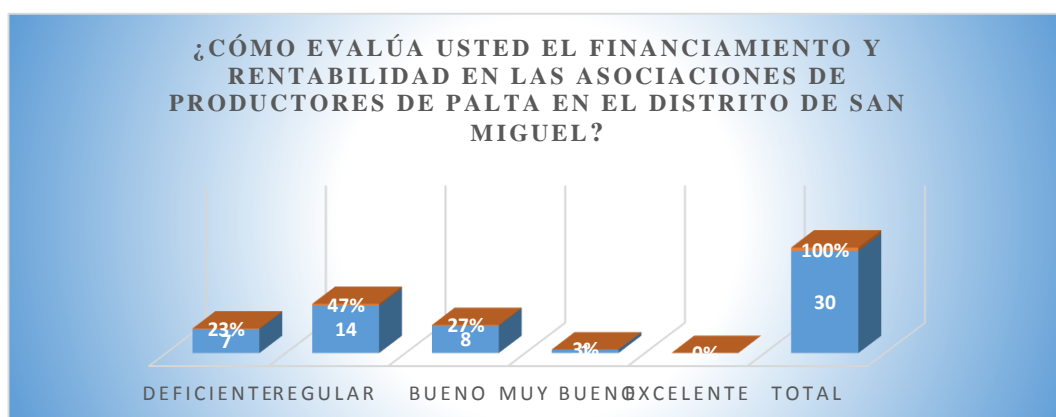
IV. RESULTADOS

1. ¿Cómo evalúa usted el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?

Tabla 3

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	7	23%
Regular	14	47%
Bueno	8	27%
Muy Bueno	1	3%
Excelente	0	0%
Total	30	100%

Figura 1



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación del cuadro

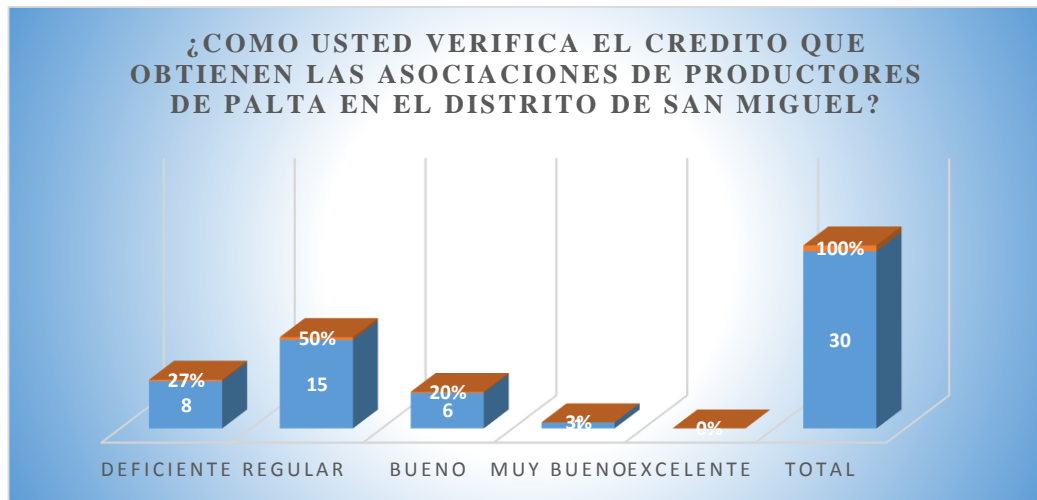
De acuerdo a la encuesta realizada, el 23% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor deficiente que no influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 47% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor que influye Regularmente en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 27% de los encuestados consideran que el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 3% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor muy bueno que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

2. ¿Cómo usted verifica el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?

Tabla 4

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	8	27%
Regular	15	50%
Bueno	6	20%
Muy Bueno	1	3%
Excelente	0	0%
Total	30	100%

Figura 2



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación del cuadro

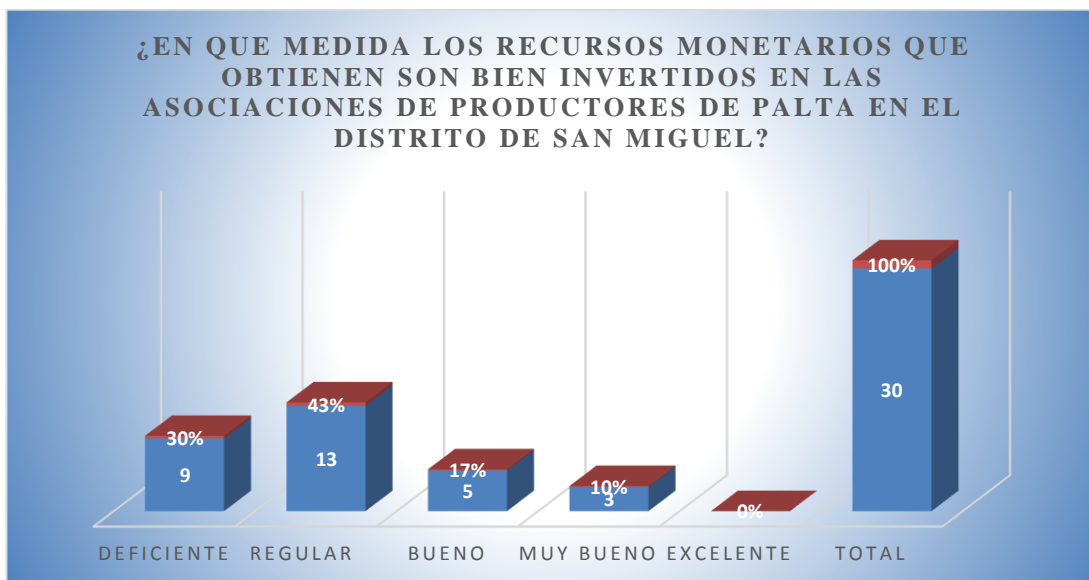
De acuerdo a la encuesta realizada, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel son deficientes, el 50% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es regular, el 20% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es buena, el 3% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es muy buena. Lo que nos demuestra que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es regulares y son necesarios para la producción.

3. ¿En qué medida los recursos monetarios que obtienen son bien invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?

Tabla 5

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	9	30%
Regular	13	43%
Bueno	5	17%
Muy Bueno	3	10%
Excelente	0	0%
Total	30	100%

Figura 2



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

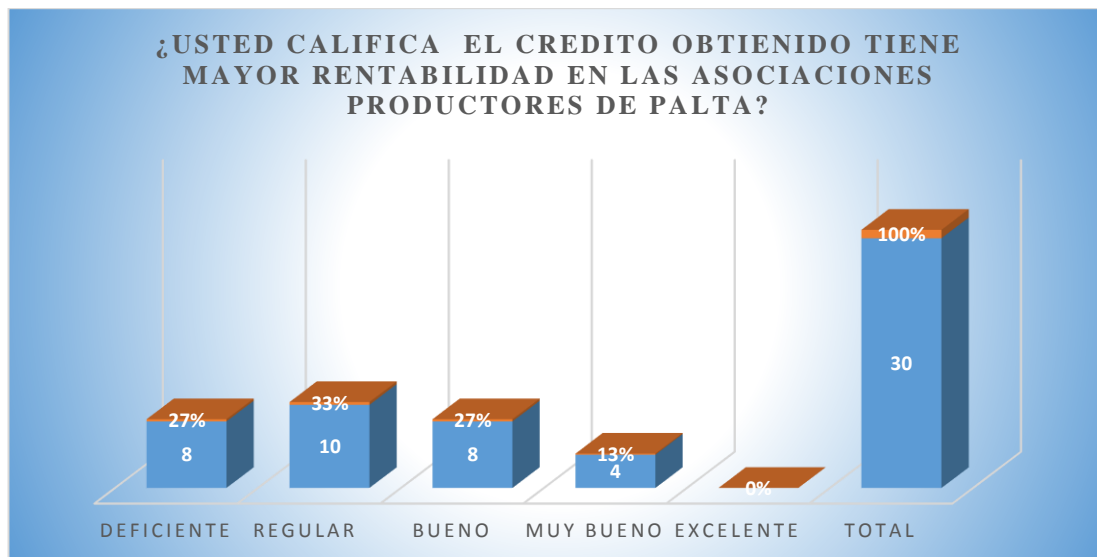
De acuerdo a la encuesta realizada, el 20% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen no son bien invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 43% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen son invertidos regularmente en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 17% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen son invertidos en las asociaciones de productores de palta de manera eficiente en el distrito de San Miguel, el 3% de los encuestados consideran que con invertidos eficientemente y con responsabilidad. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el dinero que obtienen es bien invertidos eficientemente en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

4. ¿Usted califica el crédito obtenido tiene mayor rentabilidad en las asociaciones productores de palta?

Tabla 6

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	8	27%
Regular	10	33%
Bueno	8	27%
Muy Bueno	4	13%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 3



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

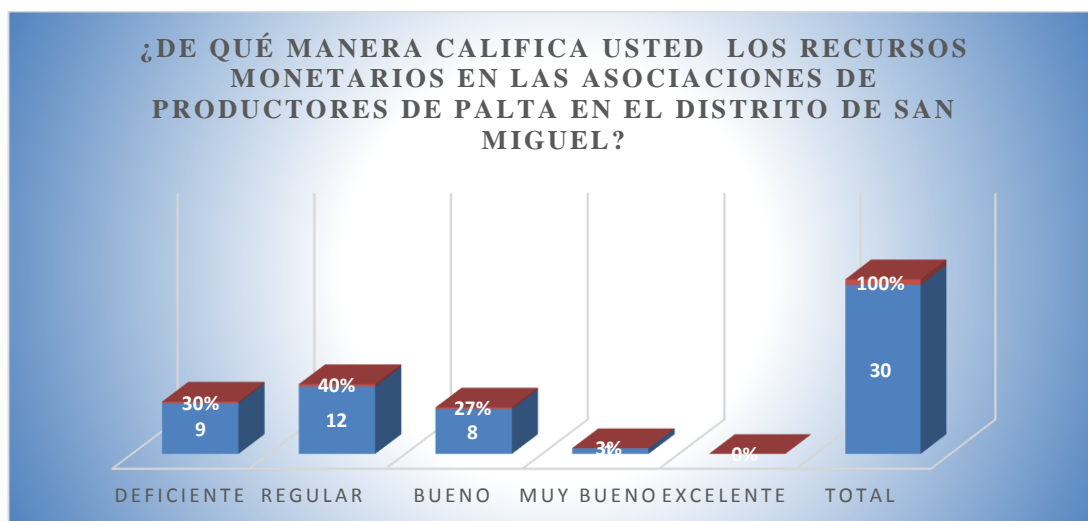
De acuerdo a la encuesta realizada, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen genera una deficiente rentabilidad en las asociaciones productoras de palta, el 33% de los encuestados mencionan que el crédito que obtienen genera regularmente una rentabilidad en las asociaciones productoras de palta, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen genera buena rentabilidad en las asociaciones productoras de palta, el 13% de los encuestados manifiestan que el crédito que obtienen genera muy buena rentabilidad en las asociaciones productoras de palta. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el crédito que obtienen genera mayor rentabilidad en las asociaciones productoras de palta.

5. ¿De qué manera califica usted los recursos monetarios en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?

Tabla 7

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	9	30%
Regular	12	40%
Bueno	8	27%
Muy Bueno	1	3%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 4



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

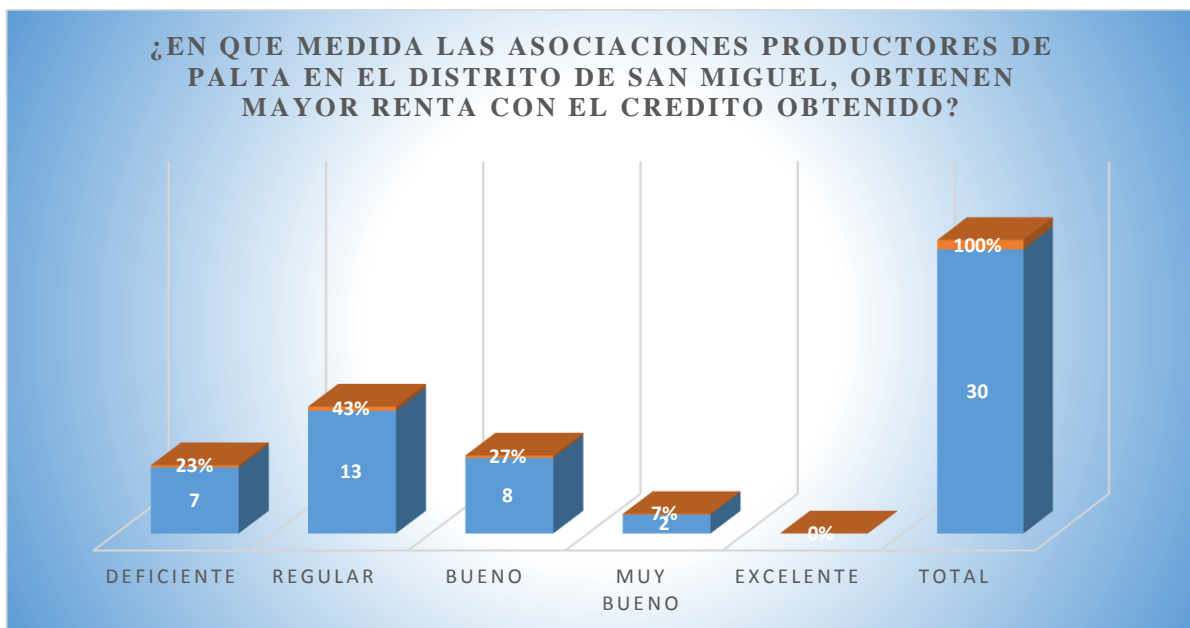
De acuerdo a la encuesta realizada, el 30% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una inversión deficiente, el 40% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una inversión regular, el 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una buena inversión, el 3% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una muy buena inversión. Lo que nos demuestra que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan mayor inversión.

6. ¿En qué medida las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el credito obtenido?

Tabla 8

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	7	23%
Regular	13	43%
Bueno	8	27%
Muy Bueno	2	7%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 5



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

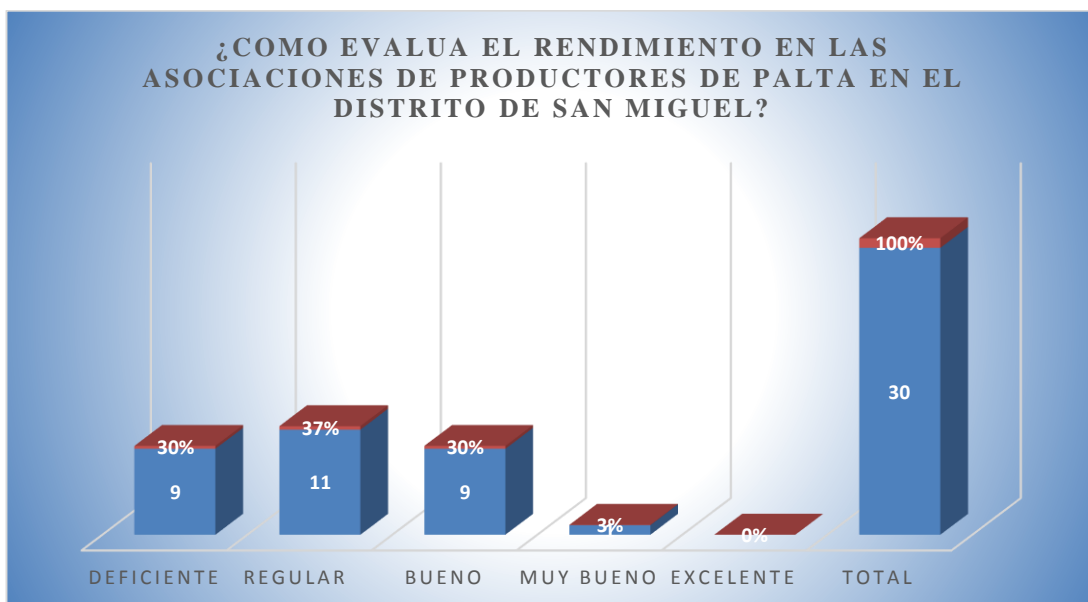
De acuerdo a la encuesta realizada, el 23% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una deficiente renta con el crédito obtenido, el 43% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una regular renta con el crédito obtenido, el 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen buena renta con el crédito obtenido, el 7% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una muy buena renta con el crédito obtenido. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el crédito obtenido.

7. ¿Cómo evalúa el rendimiento en las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel?

Tabla 9

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	9	30%
Regular	11	37%
Bueno	9	30%
Muy Bueno	1	3%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 6



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

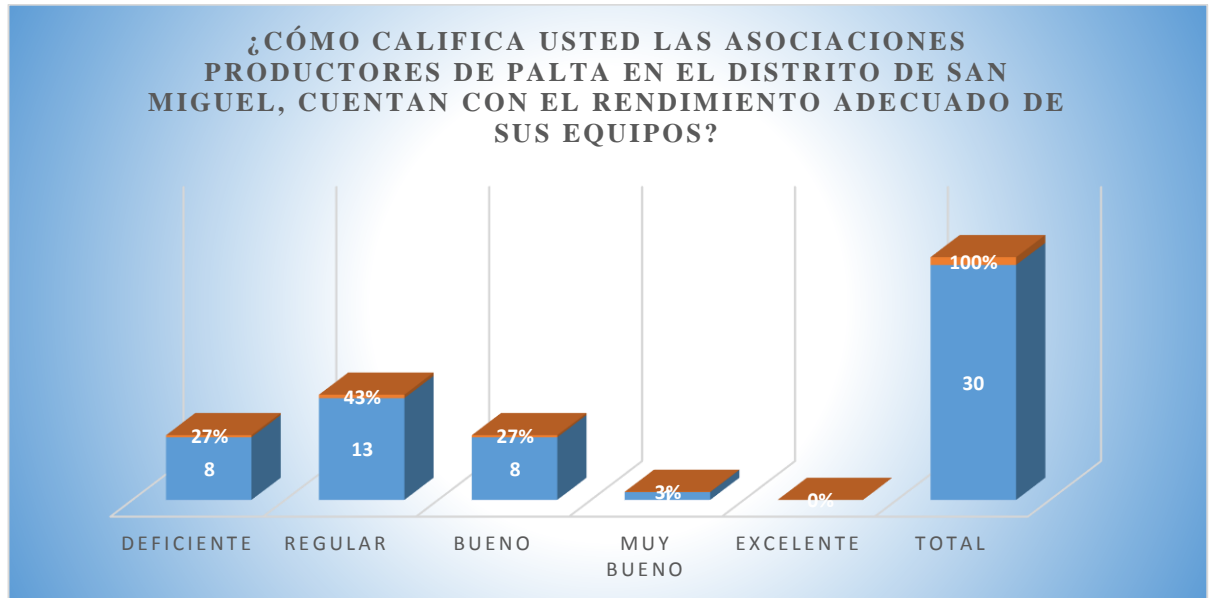
De acuerdo a la encuesta realizada, el 30% de los encuestados creen que es deficiente la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 37% de los encuestados manifiestan que es regular la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 30% de los encuestados consideran que es bueno e importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 3% de los encuestados creen que es muy buena e importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel. Lo que nos demuestra que es importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel.

- 8. ¿Cómo califica usted las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos?**

Tabla 10

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	8	27%
Regular	13	43%
Bueno	8	27%
Muy Bueno	1	3%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 7



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

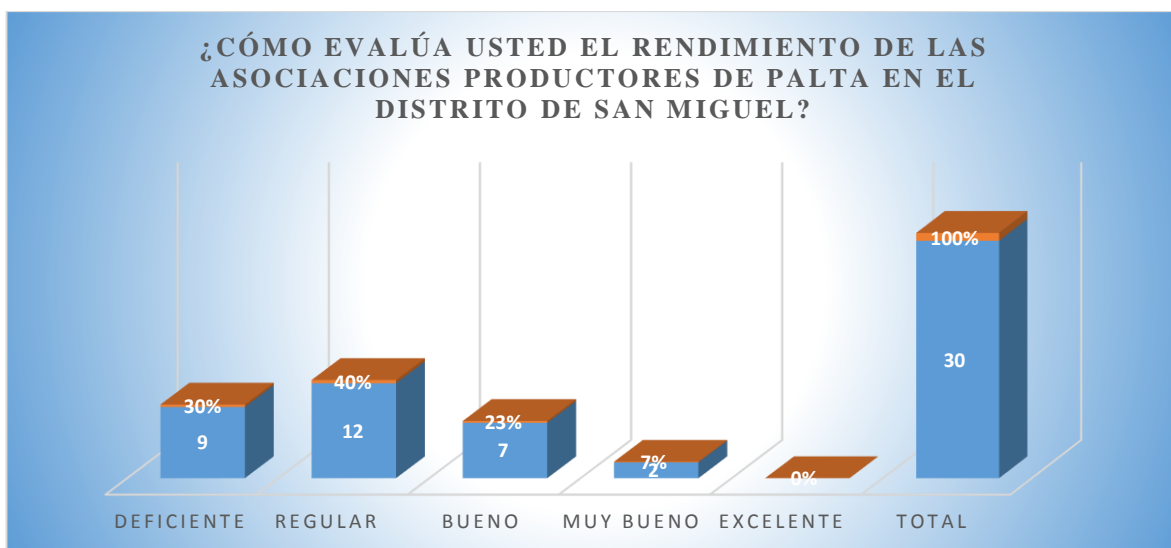
De acuerdo a la encuesta realizada. El 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento deficiente de sus equipos, el 43% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento regular de sus equipos, el 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento bueno de sus equipos, el 3% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento muy bueno de sus equipos. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos.

9. ¿Cómo evalúa usted el rendimiento de las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel?

Tabla 11

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	9	30%
Regular	12	40%
Bueno	7	23%
Muy Bueno	2	7%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 8



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

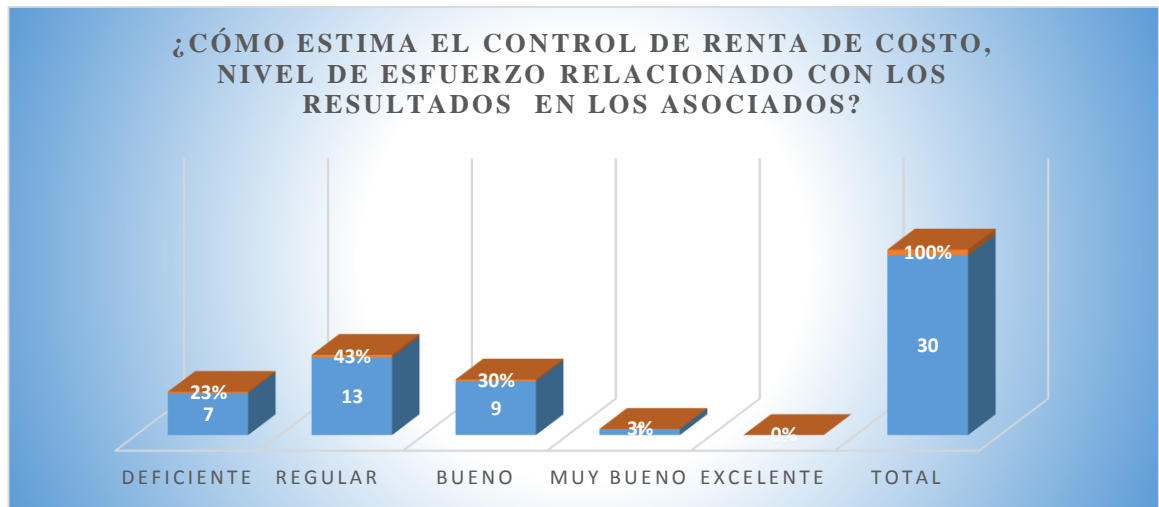
De acuerdo a la encuesta realizado. El 30% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran deficientemente formalizados, el 40% de los encuestados manifiestan que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran Regularmente formalizados, el 23% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran debidamente formalizados, Lo que nos demuestra que un gran porcentaje afirma que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran debidamente formalizados.

10. ¿Cómo estima el control de renta de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados?

Tabla 12

Alternativa	Sujetos	Porcentaje
Deficiente	7	23%
Regular	13	43%
Bueno	9	30%
Muy Bueno	1	3%
Excelente		0%
Total	30	100%

Figura 9



FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Propia

Interpretación de cuadro

De acuerdo a la encuesta realizado, el 23% de los encuestados creen que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son deficientes, el 43% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son regulares, el 30% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son buenos, el 3% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son muy buenos. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje afirman que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados es efectivos.

4.7 Análisis de los resultados

a) Resultado respecto al objetivo específico 1 (Conocer que la renta para obtener la mayor rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.)

Autor Quispe (2016)

Resumen. En su tesis: “La capacitación, competitividad e innovación de tecnología como estrategia para el desarrollo y rentabilidad de las empresas de establecimientos de Hospedajes en el ámbito de la Provincia de Huamanga, 2015”, para optar el título profesional de contador público, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho – Perú. Establece las siguientes conclusiones:

1. De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 87% de los encuestados consideran que la capacitación es una estrategia muy importante que permite lograr el desarrollo y la rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga. (Objetivo Específico 1)
2. De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 80% de los encuestados consideran que la competitividad es una estrategia fundamental para lograr el desarrollo y la rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga. (Objetivo Específico 2)
3. De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 77% de los encuestados consideran que la innovación de la tecnología es una estrategia para lograr el desarrollo y la

rentabilidad en las empresas de establecimiento de hospedaje de la provincia de Huamanga. (Objetivo Específico 3)

4. De acuerdo al cuadro y gráfico 4, el 73% de los encuestados consideran que la capacitación es una inversión que el empresario realiza para obtener mejores resultados y beneficios empresariales.

5. De acuerdo al cuadro y gráfico 6, el 83% de los encuestados mencionaron que en los últimos años comprendidos entre 2014 y 2015 efectuaron innovaciones tecnológicas para su empresa.

6. De acuerdo al cuadro y gráfico 7, el 77% de los encuestados consideran que su empresa es competitiva en el mercado de la Provincia de Huamanga

b) Resultado respecto al objetivo específico 2 (Conoce que el rendimiento que genera mejores en la gestión de las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.)

Autor Casavilca (2016)

Resumen. En su tesis: “Financiamiento, calidad y mejoramiento continuo que inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas en el sector de ferreterías en el distrito de Ayacucho, 2015”, para optar el título profesional de contador público, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho – Perú. Establece las siguientes conclusiones:

1. De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 90% de los encuestados consideran que el financiamiento incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas

ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto es importante el financiamiento para la empresa. (Objetivo Específico 1).

2. De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 93% de los encuestados consideran que la calidad es un factor muy importante que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto podemos manifestar que la calidad vale decir la eficiencia en una empresa es de vital importancia. (Objetivo Específico 2).

3. De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 80% de los encuestados consideran que el mejoramiento continuo es un factor esencial que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho, por tanto se concluye que el mejoramiento continuo es importante en una empresa sobre todo en el rubro de empresas ferreteras. (Objetivo Específico 3).

4. De acuerdo al cuadro y gráfico 5, el 60% de los encuestados consideran que su empresa es competitiva en el mercado ferretero frente a las demás empresas en el mismo giro de negocio.

5. De acuerdo al cuadro y gráfico 6, el 93% de los encuestados mencionan que la empresa donde laboran el empresario se preocupan por la calidad y el mejoramiento continuo de su empresa, factores importantes dentro de una organización de una empresa.

6. De acuerdo al cuadro y gráfico 7, el 87% de los encuestados mencionan que utilizan estrategias dentro de su organización para lograr una ventaja competitiva en el mercado frente a las demás empresas de la competencia.

Se tiene resultados obtenidos a base de encuesta, los cuales nos ayudarán a interpretar y analizar los resultados, se muestra a continuación de las preguntas realizadas:

De acuerdo al cuadro y gráfico 1:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 23% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor deficiente que no influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 47% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor que influye regularmente en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 27% de los encuestados consideran que el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 3% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor muy bueno que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

De acuerdo al cuadro y gráfico 2:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel son deficientes, el 50% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es regular, el 20% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es buena, el 3%

de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es muy buena. Lo que nos demuestra que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es regulares y son necesarios para la producción.

De acuerdo al cuadro y gráfico 3:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 20% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen no son bien invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 43% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen son invertidos regularmente en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, el 17% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen son invertidos en las asociaciones de productores de palta de manera eficiente en el distrito de San Miguel, el 3% de los encuestados consideran que con invertidos eficientemente y con responsabilidad. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el dinero que obtienen es bien invertidos eficientemente en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel.

De acuerdo al cuadro y gráfico 4:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen genera una deficiente rentabilidad en las asociaciones productores de palta, el 33% de los encuestados mencionan que el crédito que obtienen genera regularmente una rentabilidad en las asociaciones productores de palta, el 27% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen genera buena rentabilidad en las asociaciones productores de palta, el 13% de los

encuestados manifiestan que el crédito que obtienen genera muy buena rentabilidad en las asociaciones productores de palta. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que el crédito que obtienen genera mayor rentabilidad en las asociaciones productores de palta.

De acuerdo al cuadro y gráfico 5:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 30% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una inversión deficiente, el 40% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una inversión regular, el 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una buena inversión, el 3% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan una muy buena inversión. Lo que nos demuestra que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el crédito obtenido generan mayor inversión.

De acuerdo al cuadro y gráfico 6:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 23% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una deficiente renta con el crédito obtenido, el 43% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una regular renta con el crédito obtenido, el 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen buena

renta con el crédito obtenido, el 7% de los encuestados creen que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una muy buena renta con el crédito obtenido. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el crédito obtenido.

De acuerdo al cuadro y gráfico 7:

De acuerdo a la encuesta realizada, el 30% de los encuestados creen que es deficiente la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 37% de los encuestados manifiestan que es regular la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 30% de los encuestados consideran que es bueno e importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel, el 3% de los encuestados creen que es muy buena e importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel. Lo que nos demuestra que es importante la rentabilidad que deben obtener las asociaciones productoras de palta en el distrito de san Miguel.

De acuerdo al cuadro y gráfico 8:

De acuerdo a la encuesta realizad. El 27% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento deficiente de sus equipos, el 43% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento regular de sus equipos, el 27% de los encuestados consideran que las

asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento bueno de sus equipos, el 3% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento muy bueno de sus equipos. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje de los encuestados afirman que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos.

De acuerdo al cuadro y gráfico 9:

De acuerdo a la encuesta realizado. El 30% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran deficientemente formalizados, el 40% de los encuestados manifiestan que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran Regularmente formalizados, el 23% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran debidamente formalizados, Lo que nos demuestra que un gran porcentaje afirma que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, se encuentran debidamente formalizados.

De acuerdo al cuadro y gráfico 10:

De acuerdo a la encuesta realizado, el 23% de los encuestados creen que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son deficientes, el 43% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son regulares, el 30% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los

asociados son buenos, el 3% de los encuestados consideran que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados son muy buenos. Lo que nos demuestra que un gran porcentaje afirman que el control de rentabilidad de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados es efectivos.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.7 Conclusiones

- De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 47% de los encuestados consideran que el financiamiento es un factor que influye a mediana claridad en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel (**Objetivo general**)
- De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 50% de los encuestados consideran que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es en forma regular (**Objetivo específico 1**)
- De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 43% de los encuestados consideran que el dinero que obtienen son invertidos regularmente en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel (**Objetivo específico 2**)
- De acuerdo al cuadro y gráfico 4, el 33% de los encuestados mencionan que el crédito que obtienen genera regularmente una rentabilidad en las asociaciones productores de palta.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 5, el 40% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, con el financiamiento obtenido generan una inversión regular.
- De acuerdo al cuadro y gráfico 6, el 43% de los encuestados consideran que las asociaciones productoras de palta en el distrito de San Miguel, obtienen una regular rentabilidad con el financiamiento obtenido.

5.8 Recomendaciones

- De acuerdo a los resultados obtenidos deben tomar conocimiento que el financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel
- Los señores empresarios deben considerar que el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel es muy importante que permite ampliar una capacidad de inversión
- Que los señores empresarios consideren que el dinero que obtienen son invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel para generar una mayor rentabilidad.
- Que los señores empresarios consideren que financiamiento obtenido debe ser invertido en la innovación tecnológica.
- Que los señores empresarios tomen conocimiento que el financiamiento que obtienen genera una rentabilidad en las asociaciones productores de palta.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Caracas- Venezuela: Editorial Episteme.

Baltazar, J. (2015). Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la cooperativa de taxis “La Tebaida” de la ciudad de Loja, en el período 2012 – 2013. Loja, Ecuador.

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson.

Caceres, S. (2008). Informe final de la consultoría: Estudio de la cadena de palta de Luricocha con criterios de equidad, inclusión y sostenibilidad ambiental, de la institución de Centro Peruano de Estudios Sociales – CEPES. Lima – Perú. Lima.

Campillo, F. (2003). Contabilidad y Finanzas.

Cardenas, N., & Figueroa, C. (2015). El mercado Canadiense; una oportunidad de negocio para las exportaciones de palta Hass Peruana; periodo 2016-2020. Trujillo, Peru.

Casavilca, S. (2016). Financiamiento, calidad y mejoramiento continuo que inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas en el sector de ferreterías en el distrito de Ayacucho, 2015. Ayacucho.

Ccaccya, C. (2015). “Análisis de rentabilidad de una empresa”, Lima – Perú. Actualidad empresarial.

Ferruz, L. (2010). GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: TODO LO QUE NECESITAS SABER. QUIASMO EDITORIAL.

Gallozo, D. (2016). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz,. Huaraz.

Gonzales, A. (2014). Elaboración de planes y proyectos de investigación científica. Lima-Peru: San Marcos.

Gotuzo, R. (2006). Metodología de la investigación. Lima: San Marcos.

Hernandez, R. (2014). Metodología de la investigación. Mexico: MC Graw Hill.

Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. Mexico: Pearson Educacion.

Navas, S. (2015). Propuesta de fidelización de clientes a través del análisis de rentabilidad de cartera de la firma consultora Seel Advisor Group S.A. de la ciudad de Quito”. Quito, Ecuador.

Ortega, A. (2008). Introducción a las finanzas. . México DF: McGraw-Hill Interamericana Editores,(2da. Edición).

Osorio, O. (2016). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanía del distrito de Taricá - Provincia de Huaraz, periodo 2015. Huaraz.

Pacek, A. (2008). Oportunidades en los Mercados Emergentes. The Economist. Editora el Comercio. Lima - Perú.

Pino, R. (2007). Metodología de la investigación. Lima-Peru: San Marcos.

Quispe, J. (2016). La capacitación, competitividad e innovación de tecnología como estrategia para el desarrollo y rentabilidad de las empresas de establecimientos de Hospedajes en el ámbito de la Provincia de Huamanga, 2015. Ayacucho.

Quispe, R. (2012). Metodología de la investigación pedagógica. Ayacucho: Copygraph Bautista E.I.R.L.

Romero, A. (2015). Planta de acondicionamiento Profruit Perú SAC: plan de negocio, integrado a un modelo de asociatividad, para productores de aguacate y mandarina en Ica – Perú. Santiago de Chile.

Rosales, R. (1997). Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes.

Sánchez, J. (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa.

Sánchez, J. (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa. España: Copy Right.

Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica. Mexico: Limusa.

Leon, L. (2009). Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la. Lima: San Marcos.

A N E X O



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Instrucciones:

Buenos días/tardes; en este momento estamos realizando un estudio el objetivo de conocer su percepción, tiene por finalidad recoger información de interés para la investigación, cuyo título es el siguiente: **“El financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017.** En las preguntas que usted considere conveniente. Se le agradece por su participación y colaboración:

Instrucciones: en base a sus experiencias y percepciones como representante de la asociación en cuestión deberá de indicar con un aspa (X) la casilla que mejor responda a su criterio, teniendo en cuenta las siguientes categorías.

N°	Items	1	2	3	4	5
FINANCIAMIENTO						
1	¿Cómo evalúa usted el financiamiento y rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?					
2	¿Cómo usted verifica el crédito que obtienen las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?					
3	¿En qué medida los recursos monetarios obtienen son invertidos en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?					
4	¿Usted califica el crédito obtenido tiene mayor rentabilidad en las asociaciones productores de palta?					
5	¿De qué manera califica usted el recurso monetario en la inversión en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel?					
RENTABILIDAD						

6	¿En qué medida las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, obtienen mayor renta con el crédito obtenido?					
7	¿Cómo evalúa el rendimiento en las asociaciones productores de palta en el distrito de san Miguel?					
8	¿Cómo califica usted las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel, cuentan con el rendimiento adecuado de sus equipos?					
9	¿Cómo evalúa usted el rendimiento de las asociaciones productores de palta en el distrito de San Miguel?					
10	¿Cómo estima el control de renta de costo, nivel de esfuerzo relacionado con los resultados en los asociados?					

Anexo 2

Glosario de términos teóricos o técnicos.

Capital propio: Es la forma más común para financiar la creación de un nuevo negocio haciendo uso del dinero que podamos tener, ya sea obteniéndolo de nuestros ahorros, o de cualquier otra fuente personal como, por ejemplo, haciendo uso de las tarjetas de créditos, vendiendo activos personales, etc.

Confianza: Es la seguridad hacia una persona firme que alguien tiene de otro individuo o de algo.

Crédito: Es una operación financiera donde una persona (acreedor) presta una cantidad determinada de dinero a otra persona (deudor), en la cual, este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido de acuerdo a las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera.

Demanda: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

Empresa: Es una unidad económica-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y recursos naturales se coordinan para realizar una producción socialmente útil.

Entidades financieras: Sociedad cuya actividad principal consiste en obtener fondos de unos clientes y conceder financiación a otros generando con ello unos

beneficios, que se complementan con las comisiones cobradas por otra serie de servicios de intermediación financiera y actividades afines.

Financiamiento: Recursos disponibles por toda fuente para la ejecución de la inversión.

Fortalezas: (también llamadas puntos fuertes) – son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Garantía: es un negocio jurídico mediante el cual se pretende dotar de una mayor seguridad al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda.

Gasto de otorgamiento: Es el monto inicial que debe pagar el deudor para poder acceder al crédito. La mayoría de las transacciones requieren de un pago porcentual del monto financiado.

Gestión empresarial: es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

Gestión estratégica:(o dirección estratégica o administración estratégica) podemos definir como: “el proceso permanentemente orientado hacia la construcción, implementación y monitorización de una estrategia para garantizar la supervivencia y el desarrollo de la empresa a largo plazo”. Por lo tanto, está orientada a largo plazo y centrada en los factores y las condiciones que afectan a la empresa y que provienen tanto de su exterior, como de su interior.

Innovación: introducción de algo nuevo, original, de un cambio en estructuras existentes.

Monto Financiado: En un contrato de financiamiento, el monto financiado es, el precio de venta pactado menos cualquier pago de contado.

Mypes: Sigla que corresponde a Micro y Pequeñas Empresas. Son sociedades unipersonales, de propiedad familiar, cuya planta no llega a cinco trabajadores y su gestión es poco profesional.

Rentabilidad: Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.