



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS
DEL PERÚ - RUBRO RESTAURANTES, MERCADO
CAÑARÍ DEL DISTRITO DE POMABAMBA, 2017.

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

AUTOR:

BACH. EFRAÍN VERGARA CAPILLO

ASESORA:

MGTR. JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO

CHIMBOTE – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS
DEL PERÚ - RUBRO RESTAURANTES, MERCADO
CAÑARÍ DEL DISTRITO DE POMABAMBA, 2017.

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

AUTOR:

BACH. EFRAIN VERGARA CAPILLO

ASESORA:

MGTR. JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR DE TESIS

DR. LUIS ALBERTO TORRES GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. JUAN MARCO BAILA GEMIN
MIEMBRO

DR. EZEQUIEL EUSEBIO LARA
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud está dirigida al Dios Todopoderoso por haberme dado la existencia y permitido llegar al final de nuestra carrera, a mis familias por apoyarme en el arduo recorrido de la vida por su incondicionalidad permanente que me brindan siempre también a nuestra casa de estudios por haberme dado la oportunidad de ingresar al carrera de contabilidad y cumplir este gran sueño.

Agradezco honorablemente a la MGTR. CPCC JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO por su gran soporte en la elaboración del trabajo de investigación y sus acertados aportes en la ejecución y redacción de la presente investigación de tesis.

Finalmente, agradezco A todas y todos quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de este Trabajo, agradezco de forma sincera su valiosa colaboración.

Efraín, Vergara Capillo

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este trabajo a mis padres y a mis hermanos(a) quienes permanentemente me apoyaron con vigor alentador, contribuyendo incondicionalmente a alcanzar las metas y objetivos propuestos.

A los docentes que me han acompañado a lo largo del camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante universitario.

Dedico este trabajo de igual manera a mi tutora quien me ha orientado en todo momento en la realización de este trabajo que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde sea partícipe en el mejoramiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.

Efraín, Vergara Capillo

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del mercado cañarí de Pomabamba, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - descriptivo. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 20 micro y pequeñas empresas que constituyó el 100 % de la población en estudio, y a la cual se le aplicó un cuestionario de 13 preguntas utilizando la técnica de la encuesta. Se obtuvieron los siguientes resultados: en cuanto a las características de la rentabilidad el 75.00% de los empresarios cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de la empresa, el 60.00% considera que la rentabilidad de la empresa ha mejorado en los últimos años, el 65.00% no cree que la rentabilidad de su empresa haya disminuido, el 80.00% de los empresarios afirma que su rentabilidad ha mejorado después de obtener el financiamiento, solicitaron crédito de una entidad financiera no bancaria con la finalidad de cubrir los gastos de la empresa; (Carrillo, 2016) , La empresa ha mejorado con el financiamiento recibido. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí**, con el mayor porcentaje de los encuestados afirma que mejoro la rentabilidad después de recibir el financiamiento, así mismo el total de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierte menos de lo que representa el precio de sus platos.

Palabra clave: Rentabilidad, Micro y pequeñas empresas y Sector servicio.

ABSTRACT

The general objective of the present investigation was to describe the main characteristics of the profitability of the micro and small companies sector services of Peru and of the restaurants of the Cañarí market of Pomabamba, 2017. The investigation was of non-experimental design - descriptive. For the collection of information, a targeted sample of 20 micro and small companies was chosen, which constituted 100% of the population under study, and to which a questionnaire of 13 questions was applied using the survey technique. The following results were obtained: 75.00% of entrepreneurs believe that financing improves the profitability of the company, 60.00% considers that the profitability of the company has improved in the last years, 65.00 % do not believe that the profitability of their company has decreased, 80.00% of entrepreneurs say that their profitability has improved after obtaining financing, they requested credit from a non-bank financial institution in order to cover the expenses of the company; (Carrillo, 2016), The company has improved with the funding received. This is due to the fact that the employers verified that after the training, the employees improved their skills and productivity was increased and therefore the profitability improved. What coincides with the restaurants in the Cañarí market, with the highest percentage of respondents, affirms that profitability improved after receiving the financing, likewise the total of entrepreneurs perceives that their companies are profitable. This is a really true statement because it is known that this category of companies invest less than what the price of their dishes represents.

Keywords: Profitability, Micro and small companies and Service sector.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	i
CONTRA CARATLA.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. REVISIÓN LITERARIA	16
2.1. Antecedentes.	16
2.1.1. Internacional.....	16
2.1.2. Nacionales.....	18
2.1.3. Regionales.....	22
2.1.4. Locales.....	26
2.2. Bases Teóricas.....	27
2.2.1. Teoría de la rentabilidad.....	27
2.2.2. Teoría de las MYPES:.....	38
2.3. Marco Conceptual	42
2.3.1. Definición de Rentabilidad.....	42
2.3.2. Definición de micro y pequeñas empresas (MYPE)	43
III METODOLOGÍA.....	46
3.1. Diseño de la Investigación.	46
3.2. Población y Muestra.....	46
3.2.1. Población.	46
3.2.2. Muestra.....	46
3.3. Definición y operacionalización de las variables.....	47
3.4. Técnicas e Instrumentos.....	49
3.4.1 Técnicas.....	49
3.4.2 Instrumentos.....	49

3.5.	Plan de Análisis.....	49
3.6.	Matriz de consistencia.....	51
3.7.	Principios éticos.	53
IV RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		54
4.1.	Resultados.	54
4.1.1.	Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú.	54
4.1.2.	Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.	55
4.1.3.	Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.	61
4.2.	Análisis de resultados.....	63
4.2.1.	Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú	63
4.2.2.	Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.	64
4.2.3.	Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.	65
V CONCLUSIONES		68
5.1.	Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú.	68
5.2.	Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.....	69
5.3.	Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.....	69
VI ASPECTO COMPLEMENTARIOS		71
6.1.	Referencias bibliográfica.	71
6.2.	Anexos.....	74

6.2.1.	Anexo nro. 01: cronograma de actividades.....	74
6.2.2.	Anexo nro. 02: presupuesto.	74
6.2.3.	Anexo nro. 03: financiamiento	76
6.2.4.	Anexo nro. 04: cuestionario.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1: El financiamiento y la mejora de la rentabilidad.....	55
Tabla Nro. 2: Mejora en la rentabilidad.....	56
Tabla Nro. 3: Disminución de la rentabilidad.....	57
Tabla Nro. 4: Mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento.....	58
Tabla Nro. 5: Empresa rentable.	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: El financiamiento y la mejora de la rentabilidad.....	56
Gráfico Nro. 2: Mejora en la rentabilidad.....	57
Gráfico Nro. 3: Disminución de la rentabilidad.	58
Gráfico Nro. 4: Mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento.....	59
Gráfico Nro. 5: Empresa rentable.	60

I. INTRODUCCIÓN.

Las MYPE tienen el potencial para ser considerados la principal fuerza productiva de una nación, generando ingresos fiscales, dotando de empleo a la población y consecuentemente dinamizando la economía. Sin embargo, es común notar que ni el Estado, ni las principales entidades financieras les están prestando la atención necesaria para su lograr su posicionamiento (Oncoy, 2017).

Todas estas tendencias unidas, crean un medio comercial que en nada se parece al que existía hace algunos pocos años atrás. En un mundo en donde la competencia se ha vuelto tan multifacética e impredecible, ninguna ventaja será capaz de durar, sino que deberá regenerarse constantemente. En esta perspectiva, las Micro y pequeñas empresas del mundo desarrollado no se han quedado rezagados, dado que, las grandes empresas y/o corporaciones transnacionales que existen en la actualidad, se iniciaron como Micro y pequeñas empresas. (Gallozo, 2017)

La realidad que se afronta en el viejo continente a consecuencias de la crisis económica golpeo duramente más a las PYMES que a las grandes empresas ya que son muy vulnerables a los cambios radicales por este déficit. Europa está conformada por 21 millones de PYMES una cifra de peso importante que permite a Europa contribuir con una quinta parte del comercio mundial. Se dice que las pequeñas empresas crean dos de cada tres puestos de trabajo en Europa lo que supone que, de cada diez empresas, nueve son Pymes. Dentro de ella encontramos a Italia un país que está compuesta en su mayoría por micro empresas que emplea al 86% de los italianos, pero lamentablemente ha caído el número de contrataciones desde que empezó la crisis lo que ha complicado a estas empresas seguir creciendo, dejando unos 26 millones de desempleados. Estos cambios se dieron a consecuencias, de que las Pymes dependían del crédito bancario, servicio y valor agregado, control de procesos y por último su endeudamiento es del 40% y es este precisamente los que los ha llevado a la ruina. La confianza empresarial italiana ha mejorado desde entonces pero varía según la zona y el sector, pero han llegado a determinar que la innovación y la especialización son las herramientas que se necesita para sobrevivir en este

mundo competitivo (Luna, 2016).

El interés en el tema se debe a que en los restaurantes del distrito de Pomabamba, se vienen registrando accidentes labores con consecuencias, lesiones personales y daños materiales, de igual forma se observa que la mayoría de estos establecimientos no cuentan con medidas, señalizaciones, equipos e indumentarias de seguridad en el local donde operan, poniendo con ello en riesgo la vida, integridad, seguridad y la salud de los propios empleadores, trabajadores y clientes, ya que en caso de producirse el accidente laboral afectarían la capacidad de desempeño de los trabajadores, ocasionando la ausencia a sus centros de labores y para las empresas originarían gastos en atención médica, seguro de salud y pago por indemnización de los trabajadores agraviados, así como también puede realizarse la clausura del local por las autoridades Municipales dependiendo de la gravedad del hecho, el cual afecta la permanencia y crecimiento de dichas empresas en el mercado. (Aldunati, 2016)

Pomabamba es una ciudad que está creciendo y existen muchos establecimientos de negocios conocidas como MYPE del sector servicios - rubro restaurantes, Estas MYPE se encuentran en todo el ámbito de la Provincia de Pomabamba. La mayoría de ellos se ubican en la zona urbana, que a su vez brinda trabajo a sus pobladores de los distintos caseríos y barrios. Por lo anteriormente expresado el enunciado del problema es el siguiente: **¿Cuáles son las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del Mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017?**

Para dar respuesta al problema se ha planteado el siguiente objetivo general: **Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del mercado Cañarí de Pomabamba, 2017.** Para poder lograr el objetivo general nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú.
2. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de

Pomabamba, 2017.

3. Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de abarrotes del mercado de Convento del distrito de Pomabamba, 2017.

Finalmente, la investigación se justifica desde el punto de vista teórico, el trabajo de investigación que sirvió para darle un sustento hipotético, exigió adoptar las teorías que sustentan a las variables y en el marco conceptual en el uso de conceptos, teóricas, definiciones, principios y postulados que ayudaron a la descripción, estudio y definición teórica.

A partir del punto de vista práctico, la justificación se orientó a considerar que los resultados del estudio contribuirán a la comunidad académica de ULADECH Católica, así mismo servirá de fuente de información a los futuros investigadores de la especialidad de contabilidad.

Desde el punto de vista metodológico, el trabajo de investigación ayudó en la elaboración de los instrumentos de medición de acuerdo al problema, objetivos e hipótesis a demostrar, según las variables e indicadores de investigación.

A través del presente trabajo de investigación nos permitiremos contar información e ideas mucho más acertadas de cómo funcionan las micro y pequeñas empresas como objeto de estudio; igualmente el estudio servirá de base para realizar otros estudios similares y conocer la realidad de la localidad pudiendo realizar otros estudios de igual índole en sectores de servicios en la provincia de Pomabamba y sus distritos.

II. REVISIÓN LITERARIA

2.1. Antecedentes.

2.1.1. Internacional.

El informe realizado por (Heredia & Quintero, 2014) denominado Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia. para optar al título de Magíster en Mercadeo quien tuvo como objetivo general, identificar el nivel de formalización del mercado de foodservice en Colombia teniendo en cuenta el perfil actual del cliente institucional en el segmento de restaurantes de menú fijo de compra media, y de la misma manera describe que los cambios en el estilo de vida del colombiano y el auge del consumo por fuera del hogar, han revestido de gran importancia el mercado de foodservice que se encuentra en desarrollo en Colombia. Estos cambios han generado una mayor la oferta de restaurantes y por ende exigen cada vez un mejor desempeño y servicio por parte de los mismos. Siendo los restaurantes de menú fijo de estratos 3 y 4 aquellos que constituyen el mayor número de establecimientos del sector, se hace relevante su análisis para conocer el nivel de formalización actual en términos de variables como gestión financiera y administrativa, tecnología, mercadeo, operación logística y gestión humana. Así mismo, se hace necesario definir un perfil ideal para este tipo de establecimientos sobre el cual se recomienden prácticas y acciones que permitan superar las oportunidades de formalización y cerrar la distancia entre la situación actual y la ideal, así como generar conciencia en el sector sobre la necesidad del apoyo de actores secundarios del sector —academia, gremio y proveedores— para potencializar el desarrollo de este tipo de establecimientos y generar un mayor aporte a la economía del país.

(Aguirre, 2013) En su informe denominado plan de negocios para implementar una cadena de restaurantes, tesis para optar al grado de magíster en gestión y dirección de empresas raw food en Santiago, Chile; tuvo como objetivo general diseñar un plan de negocios para la

implementación de una cadena de restaurantes Raw Food en la ciudad de Santiago de Chile que permita ofrecer una nueva alternativa de alimentación viva saludable, creativa y que ofrezca a los clientes una experiencia única de bienestar en un sitio acogedor con un ambiente familiar, aprovechando las oportunidades que ofrece la industria y la no existencia de este tipo de negocios en el país con la finalidad de obtener rentabilidad y un crecimiento que sea sostenible en el tiempo. El presente Plan de Negocios busca determinar la viabilidad de la Implementación de una Cadena de Restaurantes Raw Food en Santiago de Chile que permita aprovechar las oportunidades que el mercado de alimentos ofrece de acuerdo a las últimas tendencias que apuntan hacia una alimentación saludable que no existe actualmente en el país y que aportará a una alimentación y a una vida saludable y llena de vitalidad. La aspiración es que los 3 restaurantes con los que se quiere iniciar operaciones y que estarán ubicados en puntos estratégicos en Santiago (Comuna de Santiago, Comuna de Providencia, Comuna Las Condes), entreguen a la población chilena y turistas, una nueva alternativa de alimentación vegana a través del consumo de alimentos vivos y naturales: verduras, frutas, semillas, frutos secos y algas crudas; fundamentando su éxito en el sabor y la creatividad de la elaboración de los platos a través de las texturas, colores y mezclas de ingredientes, sin exponer los alimentos a temperaturas superiores a 40°, lo que les permite mantener sus enzimas y nutrientes. El Plan de Negocios plantea una metodología completa para el análisis e implementación de la empresa y abordará temas que van desde el análisis del entorno y su influencia en el negocio, requisitos y proceso para la implementación del negocio, análisis de la industria de alimentos y la fuerza que cada uno de los actores ejerce en ella, formulación estratégica que permita determinar las ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, estudio de mercado con fuentes primarias y secundarias, definición del plan y estrategia de marketing y las herramientas adecuadas para dar a conocer el negocio y llegar eficazmente al segmento definido, protocolo de atención al cliente, lo que garantizará una experiencia inigualable a

los clientes que acudan a los restaurantes de la cadena, plan de operaciones que permita definir los procesos y actividades que se llevarán a cabo en cada uno de los restaurantes de manera eficaz y estandarizada, plan financiero que permita determinar la inversión inicial requerida para la implementación del negocio y su viabilidad financiera; todo lo anterior con el fin de determinar la factibilidad de la propuesta y la estructuración de la misma. La propuesta planteada en el Plan de Negocios se basa en un contexto en el que se posiciona al cliente como el protagonista y el actor más relevante de la organización, y que junto con la estrategia definida a través de un enfoque de diferenciación, permitan desarrollar una propuesta de valor y el desarrollo exitoso de la empresa a través de una excelente calidad de los alimentos, la atención, el servicio, la ambientación de los restaurantes y la oferta de una experiencia inigualable para los clientes.

Después de realizar todo el análisis financiero se concluye que el proyecto es viable, es rentable y se recomienda realizar la inversión, la cual se recuperará a partir del segundo periodo. El VAN arroja un resultado positivo de \$978.639.699,89, lo que significa que el proyecto generará beneficio real para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto. Además del rendimiento mínimo esperado el proyecto ofrece un rendimiento adicional. El tamaño de la muestra se determinó con la fórmula de población infinita teniendo en cuenta que el mercado al que se dirige la Cadena de Restaurantes Raw Food es superior a 100.000 habitantes y que comprende la población de Santiago y los turistas nacionales y extranjeros.

2.1.2. Nacionales

El informe realizado por (Peña, 2016) denominado caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016; tesis para optar el título profesional de licenciada en administración quien tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la capacitación y la

competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016” y de la misma manera describe que las variables seleccionadas son la capacitación y la competitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; además en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery. La población para variable capacitación está conformada por los dueños o empresarios de las tres MYPE de servicios rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, Ganimedes, Matheo’s y D’Damaris. Además, por los colaboradores, en un promedio de 5 por cada MYPE; 15 en total entre mujeres y varones cuyas edades fluctúan entre los 19 y 50 años de edad, por lo tanto, es una población muestral; según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), “si la población es menor de 50 individuos, la población es igual a su muestra”. Asimismo, la población para la variable competitividad, se acudirá a los clientes que asisten a estas MYPE de estudio, cuyas características son: varones y mujeres que se encuentran entre los 20 a 70 años de edad, que acuden regularmente al restaurante, por lo tanto, constituye una población infinita.

El informe realizado por (Carrillo, 2016) denominado caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y

pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del Distrito de Surquillo Cercado, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015. Tesis para optar el título de licenciado en administración; de la misma manera describe la investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Surquillo Cercado, provincia y departamento de Lima, Período 2014 – 2015. El estudio fue descriptivo y no experimental y se aplicó una encuesta de 22 preguntas cerradas a las MYPES de una muestra de 20 restaurantes. Llegando a los siguientes resultados: sobre el perfil del emprendedor: el 50% tienen entre 41 a 50 años de años de edad, el 60% es casado y 80% es de género masculino. Sobre las características de las MYPES: el 55% tienen más de 6 años en el mercado, 70% tienen entre 5 a 10 años, el 100% tienen RUC y licencia de funcionamiento y el 80% está en el RER. Sobre el financiamiento: el 85% ha solicitado crédito, 50% fue de Bancos, 40% lo empleó en mejoramiento del local y 65% lo pagó en 24 meses. Sobre la capacitación: el 60% recibió capacitación antes del crédito, 100% capacitó a su personal y 100% considera a la capacitación como inversión. Sobre la rentabilidad: el 100% percibe que mejoró su rentabilidad y las ventas después del financiamiento, el 100% percibe que su empresa es rentable. Por lo que se concluye que las MYPES en estudio han recibido financiamiento, se han capacitado y son rentables. La población estuvo conformada por 20 restaurantes de comida criolla ubicados en el distrito de Surquillo Cercado.

El informe realizado por (Cruz, 2016) denominado caracterización del financiamiento y la capacitación de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Av. Rosa Toro (cuadra 3-9) en el distrito del San Luis, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración; y de la misma manera describe que la investigación tuvo como objetivo general, determinar las características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del Sector Servicio; rubro restaurantes de

la Av. Rosa Toro (Cuadras 3-9), en el distrito de San Luis – Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015. La investigación fue cuantitativa descriptiva, para recoger la información se escogió en una muestra de 21 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: sobre el perfil del empresario: 57.14% tienen más de 41 años, el 57.14% es casado, el 61.90% es de género masculino, el 57.14% tienen educación universitaria y el 61.90% eran administradores. Sobre las características de las MYPES: el 42.86% tienen entre 6 a 10 años de permanencia en el mercado, 80.95% tienen entre 6 a 10 trabajadores y 100% tienen RUC. Sobre el financiamiento: el 100% ha recibido financiamiento, 47.62% ha sido de Bancos, 71.43% utilizó para compra de activos, 57.14% mejoramiento del local y 61.90% en capacitación, la mayoría recibió por montos entre S/. 2501 a más de S/. 10000 nuevos soles, 100% lo ha pagado en corto plazo y el 71.43% no ha tenido inconvenientes al solicitar el crédito. Sobre la capacitación: el 85.71% ha capacitado a su personal, 100% en temas de Atención al cliente y BPM, el 100% ha mejorado sus capacidades después de la capacitación y la considera como una inversión. Por lo cual se concluye que las MYPES en estudio han recibido financiamiento y capacitación. La población está conformada por 21 restaurantes de expendio de comida marina, menú, criolla y chifas, ubicadas en la Av. La Rosa Toro entre las cuadras 3 a la 9, en el distrito de San Luis.

(Lupu, 2016). En su informe denominado caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de tumbes, 2016; para optar el título licenciado en administración; y de la misma manera describe que sector servicio rubro restaurant distrito de Tumbes en el año 2016. El presente trabajo de investigación titulado “caracterización del financiamiento rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016” tuvo como problema general ¿Cuáles son las características de las MYPES del financiamiento y rentabilidad de las

MYPES del sector servicio rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016? Tiene por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y Diseño No Experimental, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 15 restaurant de una población de, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: La edad promedio de los representantes legales de las MYPES 25 a 45 años; y el 42.31% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria. Respecto al financiamiento: El 53.84 % de las MYPES encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario; el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales; el 53.84% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 46.15% no respondieron. Con la Finalidad que la investigación tenga un nivel confiabilidad alto, se creyó conveniente tomar una población constituida solo por 40 Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Tumbes.

2.1.3. Regionales

El informe realizado por (Anaya, 2015) denominado caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Huarney, año 2014 tesis para optar el título profesional de licenciada en administración; quien tuvo como objetivo general, describir las principales características del Financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio rubro Restaurantes de productos Hidrobiológicos del Distrito de Huarney año 2014; y de la misma manera describe que el presente trabajo de investigación titulado Caracterización del Financiamiento

y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro Restaurantes de productos Hidrobiológicos del Casco Urbano de Huarney año 2014 tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del Financiamiento y la

Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio-
Rubro Restaurantes de productos Hidrobiológicos del

Casco urbano de Huarney, año 2014. Para la elaboración del proyecto de investigación se utilizó método cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Para el recojo de la información se escogió una muestra de 10 Micro y pequeñas empresas, que representan el 100% de la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes de las Micro y pequeñas empresas, el 70% tiene de 41 años a más y el 60% son de género femenino; en las principales características de las Micro y pequeñas empresas, el 70% tienen funcionando de 4 a más años y el 60% tienen de 4 a 7 trabajadores; en el financiamiento de las Micro y pequeñas empresas, todos han adquirido crédito financiero al 100% y han sido atendidos, en la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas; el 90% percibe que su Micro y pequeñas empresas es rentable y el 50% asegura que el factor determinante de rentabilidad es por el incremento de precios. En conclusión, las Micro y pequeñas empresas están representadas por personas que conocen el rubro, financian su actividad comercial, a pesar de no utilizar los indicadores sostienen que su rentabilidad ha disminuido y que se debe mayormente al incremento de precios en el mercado. La población está constituida por 10 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio de Restaurantes de productos hidrobiológicos del Distrito de Huarney año 2014. Dicha población se definió por sondeo.

El informe realizado por (German, 2017) denominado caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco

urbano de la ciudad de Otuzco, 2015, tesis para optar el título profesional de: Contador Público; y de la misma manera describe que el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco , 2015 . La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió de forma dirigida una muestra de 20 microempresas de una población de 50, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados Respecto a las características de los empresarios El 100% de los empresarios encuestados, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años; es decir, son adultos; el 50% son del sexo femenino y el 60% tienen grado de instrucción de secundaria completa. Respecto a las características de las Mypes El 90% tienen más de tres años en el rubro empresarial y el 40% posee más de tres trabajadores permanentes. Respecto a las características del financiamiento El 50% financió sus actividades productivas con créditos de terceros (externos), el 60% del crédito que recibieron fue de entidades no bancarias formales y el 80% lo invirtieron en capital de trabajo. Respecto a las características de la capacitación: El 60% recibieron capacitación antes del otorgamiento de los créditos, el 50% recibió dos capacitaciones en los últimos años y fue en marketing empresarial. Respecto a la percepción sobre la rentabilidad El 100% de las Mypes encuestadas percibe que la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas. Finalmente, se concluye que más de la mitad (60%) de las Mypes encuestadas solicitaron financiamiento de terceros, lo invirtieron en capital de trabajo y la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas. La población total fue de 50 Mypes de servicios de restaurantes ubicados en el casco urbano de la ciudad de Otuzco, capital del distrito y de la provincia de Otuzco.

El informe realizado por (Jauregui, 2017) denominado gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro

restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo chimbo te, 2014; tesis para optar el título profesional de licenciada en administración; y de la misma manera describe que la presente investigación tuvo como objetivo, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años. El 50% son de género masculino, El 71% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo en su gestión. El 75 % aplican el liderazgo democrático. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad.

Finalmente se concluye que la mayoría del Micro y Pequeñas Empresas, son dirigidos por sus dueños, y aplican gestión de calidad, pero desconocen del tema. La población muestral está conformada por 8 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014.

El informe realizado por (Medina, 2016) denominado caracterización del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración; y de la misma manera

describe que el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014 Para el desarrollo del trabajo se utilizó el tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y el diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 16 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 40.00% de los empleados encuestados señalan que a veces el gerente considera que tengan necesidades, habilidades y aspiraciones que son únicas, el 52.50% de los empleados encuestados afirma que frecuentemente, sino siempre dedica tiempo a enseñar y orientar para su buen desempeño. El 45.00% de los empleados encuestados del rubro (restaurantes – pollerías) señalan que a menudo les aclara y específica la responsabilidad que le corresponde a cada uno, para lograr los objetivos de desempeño.

Finalmente se concluye que la mayoría de los empleados encuestados perciben un alto grado de deficiencia respecto al liderazgo transaccional porque consideran que no hay un interés sincero para mejorar la personalidad del colaborador, la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, La población para este estudio fueron los empleados de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz.

2.1.4. Locales

En este trabajo de investigación se entiende por antecedentes locales a todo trabajo de investigación realizado por algún investigador en cualquier ciudad de la provincia de Pomabamba, sobre las variables y unidades de análisis de nuestra investigación.

Revisando la literatura pertinente, no se ha podido encontrar trabajos de investigación a nivel local.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Teoría de la rentabilidad

Para entender la rentabilidad, es necesario dar algunos conceptos acerca de este término:

Según el (DefinicionABC, s.f.), la rentabilidad es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos. Del mismo modo, según (D.Celdran, 2012), se puede definir la rentabilidad de una empresa como su capacidad de producir un beneficio. La rentabilidad de una empresa, por tanto, se puede evaluar comparando el resultado final y el valor de los medios utilizados para llegar al mismo. En la rentabilidad se pueden distinguir la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica, en las cuales dos conceptos serán de vital importancia: la eficiencia y la eficacia.

1) Utilidad y rentabilidad

Los conceptos de Utilidad y Rentabilidad son de amplio uso en el lenguaje económico, incluso durante mucho tiempo se ha considerado que la utilidad ha sido casi el único objetivo de la actividad empresarial y se ha llegado a identificar la satisfacción de toda acción humana con el nivel de utilidades que se obtiene en cada acción (Carrillo, 2016).

Para (Derecho en Red, 2013). La utilidad es la mayor o menos capacidad que posee una cantidad dada de un determinado bien o servicio para satisfacer una necesidad. Ésta es tanto mayor cuanto menor sea la disponibilidad del bien en mi poder, y generalmente decrece al aumentar la cantidad disponible del bien.

De acuerdo a la cita de (Carrillo, 2016). “Desde una perspectiva económica todas las cosas son intercambiables a través del dinero, lo que da origen a los precios monetarios que permiten cuantificar en términos monetarios un grado específico de utilidad como una categoría particular de medición del grado de satisfacción de los individuos. Esto quiere decir que el concepto de utilidad o pérdida monetaria no significa necesariamente ganancia o pérdida

psíquica de la persona. Los individuos pueden tener pérdidas monetarias en determinados períodos de tiempo, sin embargo, pueden obtener beneficios psíquicos por la misma situación que originó la pérdida monetaria.

Por otro lado, la rentabilidad, es una dimensión monetaria de la eficiencia, que puede medir, en parte, el grado de satisfacción psíquica de los individuos, pero no en su totalidad”.

2) **Indicadores de rentabilidad**

Según lo citado por (Carrillo, 2016). “Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucrativita, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

- 3) Desde el punto de vista del inversionista o empresario, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y **Utilidad y rentabilidad**

Los conceptos de Utilidad y Rentabilidad son de amplio uso en el lenguaje económico, incluso durante mucho tiempo se ha considerado que la utilidad ha sido casi el único objetivo de la actividad empresarial y se ha llegado a identificar la satisfacción de toda acción humana con el nivel de utilidades que se obtiene en cada acción (Carrillo, 2016).

Para (Derecho en Red, 2013). La utilidad es la mayor o menor capacidad que posee una cantidad dada de un determinado bien o servicio para satisfacer una necesidad. Ésta es tanto mayor cuanto menor sea la disponibilidad del bien en mi poder, y generalmente decrece al aumentar la cantidad disponible del bien.

De acuerdo a la cita de (Carrillo, 2016). “Desde una perspectiva económica todas las cosas son intercambiables a través del dinero, lo que da origen a la rentabilidad del activo total).

Existen algunas ratios que pueden medir la rentabilidad de una empresa, estas ratios sirven para comparar el resultado con distintas partidas del balance o de la cuenta de pérdidas y ganancias. Miden cómo la empresa utiliza eficientemente sus activos en relación a la gestión de sus operaciones”.

Según (Carrillo, 2016) puede ser:

a) Beneficio neto sobre recursos propios medios.

Es la rentabilidad que obtiene el accionista, medido sobre el valor en libros de estos. Debe ser superior al coste de oportunidad que tiene el accionista, ya que lo de contrario está perdiendo dinero.

$$\text{Beneficio neto sobre recursos} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios medios}}$$

b) Beneficio neto sobre ventas.

Esta ratio engloba la rentabilidad total obtenida por unidad monetaria vendida. Incluye todos los conceptos por lo que la

$$\text{Beneficio neto sobre ventas} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Beneficio después de impuestos}}{\text{Importe de las ventas}}$$

acompañados por una política de retribución al accionista.

c. Rentabilidad económica.

Indica la rentabilidad que obtienen los accionistas sobre el activo, es decir, la eficiencia en la utilización del activo.

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{BAIT}}{\text{Activo total}} = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos y tributos}}{\text{Activo total}}$$

d. Rentabilidad de la empresa.

Mide la rentabilidad del negocio empresarial en sí mismo. Pues mide la relación entre el beneficio de explotación y el activo

neto.

Un valor más alto significa una situación más próspera para la empresa, pues la empresa contará con una mayor rentabilidad, es decir, mayores beneficios en relación a sus activos.

$$\text{Rentabilidad de la empresa} = \frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Activo total neto}}$$

$$= \frac{\text{Ingresos explotación} - \text{gastos explotación}}{\text{Activo total} - \text{Amortización} - \text{provisiones}}$$

e. Rentabilidad del capital.

Mide la rentabilidad del patrimonio propiedad de los accionistas, tanto del aportado por ellos, como el generado por el negocio empresarial.

Un valor más alto significa una situación más próspera para la empresa.

$$\text{Rentabilidad del capital} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}} = \frac{\text{Beneficio} - \text{Impuesto}}{\text{Fondos propios}}$$

f. Rentabilidad de las ventas.

Mide la relación entre precios y costes. Un valor más alto significa una situación más próspera para la empresa, pues se obtiene un mayor beneficio por el volumen de ventas de la

$$\text{Rentabilidad de las ventas} = \frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas}}$$

g. Rentabilidad sobre activos.

Ratio que mide la rentabilidad de los activos de una empresa, estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales de la sociedad.

h. 1

$$\text{Rentabilidad sobre activos} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activo total}}$$

Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto

$$^c \text{Rentabilidad de los capitales propios} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capitales propios}}$$

i. Rentabilidad por dividendo

Mide el porcentaje del precio que supone el dividendo por acción. Se puede asociar a una rentabilidad asegurada en el momento de compra.

A mayor rentabilidad por dividendo más ventajoso para el accionista pues obtiene un mayor beneficio, en forma de dividendo, por acción comprada.

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Dividendo}}{\text{Acción}}$$

j. Rentabilidad bursátil de la sociedad

Liga al beneficio neto con la capitalización bursátil. Pudiéndose calcular de dos formas distintas.

Otra medida más exacta de la capacidad generadora de rentas de la empresa cotizada relaciona el "cash flow" con la capitalización bursátil.

$$\text{Beneficio neto sobre la capitalización} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capitalización bursátil}}$$

k. BPA: Beneficio por acción

Es el beneficio neto consolidado después de minoritarios, entre el número de acciones ajustadas. El crecimiento de esta ratio es en lo que más debe fijarse un inversor, por encima del crecimiento del beneficio total, ya que puede darse el hecho de empresas con elevados crecimientos de beneficios pero que al realizar ampliaciones de capital diluyen esta evolución. Es el rendimiento que recibe cada acción emitida, siendo una de las

variables más importantes para valorar la rentabilidad de una inversión en acciones”.

$$\text{Beneficio por acción} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Número de acciones}}$$

4) Rentabilidad económica y financiera

Según la cita de (ocw.uc3m.es, s.f.). “La rentabilidad mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros.

Decir que una empresa es eficiente es decir que no desperdicia recursos. Cada empresa utiliza recursos financieros para obtener beneficios. Estos recursos son, por un lado, el capital (que aportan los accionistas) y, por otro, la deuda (que aportan los acreedores). A esto hay que añadir las reservas: los beneficios que ha retenido la empresa en ejercicios anteriores con el fin de autofinanciarse (estas reservas, junto con el capital, constituyen los “Fondos Propios”).

Si una empresa utiliza unos recursos financieros muy elevados, pero obtiene unos beneficios pequeños, pensaremos que ha “desperdiciado” recursos financieros: ha utilizado muchos recursos y ha obtenido poco beneficio con ellos. Por el contrario, si una empresa ha utilizado pocos recursos, pero ha obtenido unos beneficios relativamente altos, podemos decir que ha “aprovechado bien” sus recursos. Por ejemplo, puede que sea una empresa muy pequeña que, pese a sus pocos recursos, está muy bien gestionada y obtiene beneficios elevados (ocw.uc3m.es, s.f.).

En realidad, hay varias medidas posibles de rentabilidad, pero todas tienen la siguiente forma (ocw.uc3m.es, s.f.).

“Rentabilidad = Beneficios / Recursos financieros

El beneficio debe dividirse por la cantidad de recursos

financieros utilizados, ya que no nos interesa que una inversión genere beneficios muy altos si para ello tenemos que utilizar muchos recursos. Una inversión es tanto mejor cuanto mayores son los beneficios que genera y menores son los recursos que requiere para obtener esos beneficios.

¿Podríamos utilizar simplemente el beneficio como medida de rentabilidad? Claramente no: puede que una empresa tenga un beneficio aparentemente alto, pero si no sabemos qué recursos ha utilizado, no podremos decir nada acerca de su eficiencia.

Las dos medidas de rentabilidad más utilizadas son la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera, que se definen a continuación:

a) Rentabilidad económica

La rentabilidad económica tiene por objeto medir la eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador de ratio) con el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquellos (denominador de la ratio).

La rentabilidad económica se calcula utilizando el beneficio económico como medida de beneficios y el Activo Total (o Pasivo Total) como medida de recursos utilizados:

$$RE = BE / AT$$

Donde:

BE = Beneficio económico

AT = Activo total

A veces se utilizan los términos ingleses para referirnos a la rentabilidad económica: Return on Assets (ROA) o Return on Investments (ROI).

El beneficio económico es igual a los ingresos de la empresa menos todos los costos no financieros. Es decir, para calcular esta medida de beneficios, tomamos los ingresos totales de la empresa y restamos todos los costes excepto los intereses de la deuda y otros costes financieros. Tampoco restamos los impuestos. Por eso, el beneficio económico también se conoce como “beneficio antes de intereses e impuestos”. Otros términos bastante comunes son “beneficio operativo”, “beneficio de explotación” o “beneficio bruto”.

¿Por qué dividimos el beneficio económico por el Activo o Pasivo Total? Para comprender esto, tenemos que tener en cuenta que, si ponemos el beneficio económico en el numerador, deberemos poner en el denominador una medida de recursos utilizados que sea consistente con nuestra medida de beneficio. Es decir: tenemos que poner en el denominador aquellos recursos financieros que hemos utilizado para obtener el BE.

¿Cómo sabemos que los recursos financieros que hemos utilizado para obtener el BE son los que corresponden con el Pasivo Total (es decir, todos los recursos financieros)? Lo sabemos porque el BE se va a utilizar para remunerar tanto a los acreedores (que proporcionan la deuda) como a los accionistas (que proporcionan los fondos propios). En efecto, el BE se va a utilizar para remunerar a los accionistas porque, de ese BE, la empresa va a sacar el dinero que le hace falta para pagar a los acreedores: puesto que al calcular el BE no hemos restado los intereses, y puesto que los intereses son la remuneración de los acreedores, podemos decir que parte del BE (si es positivo, claro) se utilizará para pagar a los acreedores. Además, sabemos que la empresa, una vez que ha pagado a los acreedores, pagará a los accionistas, es decir repartirá dividendos. Como al calcular

el BE no hemos restado los dividendos, esto quiere decir que parte del BE que quede después de pagar a los acreedores se utilizará para pagar a los accionistas”.

b) Rentabilidad financiera

Según (ocw.uc3m.es, s.f.). “La rentabilidad financiera es un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas.

Calculamos la rentabilidad financiera utilizando el beneficio neto como medida de beneficios y los Fondos Propios como medida de los recursos financieros utilizados:

$$RF = BN / K$$

Donde:

BN = Beneficio neto

K = Fondos propios = Capital + Reservas

También se le llama rentabilidad neta o rentabilidad de los fondos propios.

El beneficio neto (BN) es beneficio que ganan los propietarios de la empresa, una vez pagados los intereses y otros gastos financieros y los impuestos:

$$BN = BE - \text{Intereses} - \text{Impuestos}$$

En efecto, la primera obligación de una empresa es pagar los intereses de la deuda y, a continuación, los impuestos. Si sobra dinero, ese remanente (que es el beneficio neto) se utilizará para repartir dividendos. Al igual que antes, podemos comprobar que la medida de beneficios que estamos utilizando es consistente con la medida de recursos financieros. ¿Cómo lo sabemos? Lo sabemos porque el BN se va a utilizar para pagar a los accionistas, pero no se va a utilizar para pagar a los acreedores (ya se ha pagado a los

acreedores, puesto que estamos restando los intereses).

Una de las ventajas de las medidas de rentabilidad que acabamos de presentar es que las podemos calcular muy fácilmente, porque los datos necesarios (BE, BN, AT y K) son datos públicos (las empresas están obligadas a hacerlos públicos).

Una vez que hemos calculado la rentabilidad económica o financiera de una empresa, queremos saber si es alta o baja, y por qué. Para entender por qué una empresa obtiene una determinada rentabilidad, podemos descomponer la rentabilidad en una serie de ratios que tienen un significado económico fácil de entender.

En el caso de la rentabilidad económica, podemos multiplicar y dividir la fórmula por la cifra de ventas (V). Arreglando los términos, podemos entonces escribir:

$$RE = (V / AT) * (BE / V)$$

Lo único que hemos hecho es multiplicar y dividir por V, con lo cual la fórmula de rentabilidad sigue siendo correcta. Aunque, aparentemente, lo único que hemos hecho ha sido “complicar” la fórmula, en realidad hemos hecho algo más interesante: hemos expresado la rentabilidad económica como el producto de dos “ratios” (dos cocientes) que tienen un significado económico muy preciso:

- El primer ratio es V/AT y se conoce como el ratio de rotación. Para entender en qué consiste, supongamos que dos empresas tienen exactamente el mismo activo total, pero una de ellas tiene unas ventas mayores. Supongamos también que la empresa vende todo lo que produce, es decir $Ventas = Producción$. Básicamente, lo que estamos diciendo es que las dos empresas tienen el mismo tamaño (medido por su activo), pero una de ellas produce más, y la otra

produce menos.

Claramente, la empresa que produce más está aprovechando mejor su capacidad productiva, mientras que la otra empresa está, en cierto modo, sobre-dimensionada. Por este motivo, el ratio de rotación de activos se interpreta normalmente como una medida de eficiencia productiva. Cuanto más elevado sea el ratio, mejor, puesto que significa que la empresa está aprovechando mejor sus activos.

- El segundo ratio es BE/V y mide el margen económico de la empresa. Supongamos que este ratio es igual a 0,21. ¿Qué significa? Significa que, por cada euro que ingresa la empresa en concepto de ventas, 21 céntimos corresponden a su beneficio, mientras que los 79 céntimos restantes corresponden a los costes. Por eso decimos que este ratio mide el margen de beneficio de la empresa. Lógicamente, a la empresa le interesa que este ratio sea lo más alto posible.

La rentabilidad financiera se puede descomponer de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} RF &= (V/AT)*(BE/V)*(BAT/BE)*(AT/K)*(BN/BAT) \\ &= RE * (BAT/BE)*(AT/K)*(BN/BAT) \end{aligned}$$

Donde BAT es el beneficio antes de impuestos (BAT = BE – Intereses).

Hemos descompuesto la rentabilidad financiera en tres partes:

- La rentabilidad económica: $RE = (V/AT)*(BE/V)$
- El efecto de apalancamiento financiero: $(BAT/BE)*(AT/K)$.
- El efecto fiscal: BN/BAT .

El efecto de apalancamiento financiero mide el efecto que tiene la deuda sobre la RF de la empresa. ¿Qué efecto es éste?

Por un lado, el efecto es negativo, ya que, si una empresa se

endeuda, se compromete a pagar intereses durante un periodo de tiempo, y esos intereses aparecen como coste en el BN. Por tanto, cuanto mayor es la deuda, mayores son los intereses, menor es el BN, y menor es la RF. Este efecto negativo está medido por el ratio (BAT/BE) . Puesto que $BAT = BE - \text{Intereses}$, siempre que una empresa endeudada tendremos $BAT < BE$ y por tanto $BAT/BE < 1$. Como el ratio es menor que uno y está multiplicando a los demás ratios, este ratio tenderá a reducir la RF. Por eso decimos que tiene un efecto negativo sobre la RF.

Por otro lado, la deuda tiene también un efecto positivo sobre la RF, que viene dado por el ratio (AT/K) . ¿Por qué? Cuando una empresa se endeuda, obtiene unos mayores recursos financieros y, por tanto, es capaz de mejorar su producción, su marketing, sus Recursos Humanos, etc. Esto afectará positivamente a su rentabilidad. ¿Cómo vemos esto en la fórmula? Recordemos que $AT = \text{Pasivo Total} = K + \text{Deuda}$. Por tanto, si una empresa está endeudada, entonces $AT > K$ y por tanto $AT/K > 1$. Cuanto mayor sea esta ratio, mayor será la RF de la empresa.

El efecto fiscal es bastante más sencillo. Lógicamente, si una empresa paga más impuestos, su RF será menor. Esto es lo único que estamos midiendo aquí: recordemos que $BN = BAT - \text{Impuestos}$. Por tanto, $BN/BAT < 1$, lo cual indica que el hecho de que haya impuestos reduce la RF de la empresa. Lógicamente, cuanto mayores sean los impuestos, menor será el ratio BN/BAT y menor será la RF”.

2.2.2. Teoría de las MYPES:

1) Concepto de MYPES:

(Santander, 2013), menciona que “en el contexto peruano, las micro y pequeñas empresas (MYPES) se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las

modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas”.

Según (Santander, 2013) “La empresa como universalidad, es un planteamiento que considera a la empresa como un conjunto de derechos o cosas que no pierden su individualidad, pero que representan una unidad ideal y pueden ser de un tratamiento jurídico unitario”.

2) Clasificación de las MYPES:

Según la opinión de (Carrillo, 2016). “A través de la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, publicada el 2 de julio de 2013, se han introducido importantes modificaciones en el régimen laboral especial de las micro y pequeñas empresas. La clasificación que hace esta es de acuerdo a las ventas y lo expresa de la siguiente forma:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Es preciso mencionar que el Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2015, fecha en que se realizó el presente estudio, según el DECRETO SUPREMO N° 374-2014-EF fue S/. 3850.00 nuevos soles por una UIT. De acuerdo a datos actualizados a 2016, mediante D.S. N° 397-2015-EF, el valor de la UIT es de S/. 3950 nuevos soles”

El nuevo valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) fue aprobada por el Gobierno y asciende a S/4,050, el cual rige desde el 1 de enero del 2017, según Decreto Supremo N° 353-2016-EF,

publicado en las Normas Legales del diario El Peruano.

Aprobación de la UIT para el año 2018 Durante el año 2018, el valor de la unidad Impositiva Tributaria (UIT) como índice de referencia en normas tributarias será de Cuatro Mil Ciento Cincuenta y 00/100 Soles (S/ 4 150,00).

3) Clasificación según el inicio del emprendimiento

(Carrillo, 2016), menciona que existen tres tipos de emprendimientos:

- Microempresas de sobre vivencia: tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.
- Microempresas de subsistencia: Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- Microempresas en crecimiento: Tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlo con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresa.

4) Clasificación según tipo de Persona (Natural y Jurídica)

Según (Carrillo, 2016). “Las MYPES pueden estar constituidas ya sea por personas naturales o jurídicas bajo cualquier forma de organización empresarial, la cual se detallará a continuación:

- Personas Naturales con Negocio: Son aquellas personas naturales que perciben rentas de tercera categoría. Al momento de constituir una empresa como persona natural, la persona asume todos los derechos y obligaciones de la empresa a título personal. Esto implica que la persona asume la responsabilidad

y garantiza con todo el patrimonio personal que posea, esto quiere decir con los bienes que estén a su nombre, las deudas u obligaciones que pueda contraer la microempresa.

- **Personas Jurídicas:** La personería jurídica o personalidad jurídica es el reconocimiento a un ser humano, una organización, una empresa u otro tipo de entidad para asumir una actividad o una obligación que produce una plena responsabilidad desde la mirada jurídica, tanto frente a sí mismo como respecto a otros. Las formas jurídicas que puede adoptar una empresa es como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Anónima Cerrada (SAC) y Sociedad Anónima Abierta (S.A.A)”.

5) Las MYPES de restaurantes en el Perú

Según (Carrillo, 2016). “El rubro de MYPES restaurantes creció 9.55 % entre enero y agosto del presente año, por encima de la expansión de 5.58 por ciento de la economía nacional, contribuyendo a generar altos niveles de empleo y rentabilidad social, afirmó hoy la viceministra de MYPE e Industria, Magaly Silva. “Este crecimiento es producto del trabajo coordinado entre el sector público, privado y emprendedores y de cómo articulamos los esfuerzos. Estamos convencidos que restaurantes es un rubro de alta generación de empleo y alta rentabilidad social para el Estado peruano”, dijo. Refirió que existen 31,193 restaurantes en las ocho principales ciudades de Perú, es decir, Lima, Arequipa, Trujillo (La Libertad), Huancayo (Junín), Cusco, Chiclayo (Lambayeque), Piura e Iquitos (Loreto), mientras que en el 2007 el total era de 25,000. “Si hacemos un promedio, si cada restaurante genera cinco puestos de trabajo, se tiene 150 mil puestos de trabajo generados por este rubro, que es un encadenamiento que también incluye a los agricultores”, manifestó. Lima concentra el mayor número de restaurantes con 21,970, de los cuales 5,840 se encuentran en Lima Norte, (la mayoría en San Martín de Porras, Comas y Los Olivos),

y 4,374 en Lima Este (en San Juan de Lurigancho). La segunda ciudad con mayor número de restaurantes es Arequipa, en donde operan 2,458 restaurantes, seguida por Trujillo con 1,801 y Huancayo con 1,540. Dijo que en los últimos cinco años se registró un sorpresivo crecimiento de los restaurantes en la ciudad de Arequipa al pasar de 1,372 en el año 2007 a 2,458 en el 2011, lo que implicó un aumento de 79 por ciento; mientras que en el mismo período, el número de restaurantes en Lima creció seis por ciento. La viceministra participó hoy en la presentación de la segunda edición de los talleres gratuitos “La Receta del Éxito” de Alicorp, donde la empresa buscará capacitar a 1,500 restaurantes de las regiones Lima y Arequipa. En estos talleres se enseñarán diversos temas como normas de higiene, seguridad y reglamento, nutrición, innovación en la cocina, gestión de calidad del servicio y cliente, desarrollo de marca, decoración, técnicas de mesa, entre otros. Destacó la importancia de que los dueños u operadores de restaurantes se capaciten permanentemente para lograr la sostenibilidad de sus negocios. Al respecto, el director de Alicorp Gran Cocina, Stefan Stern, señaló que los talleres gratuitos de formación empresarial están dirigidos a restaurantes pequeños y medianos con el objetivo de contribuir con la profesionalización y el éxito de dichos negocios. Se dictarán tres grandes talleres gratuitos en Lima y Arequipa, dirigidos a propietarios o administradores de restaurantes de menú, comida criolla, pollerías, cevicherías, sangucherías, chicharronerías, pizzerías, entre otros”.

2.3.Marco Conceptual

2.3.1. Definición de Rentabilidad.

Según (German, 2017). La rentabilidad, se puede definir que es una ratio económica que compara los beneficios obtenidos en relación con recursos propios de la empresa. Es decir, obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Por otro lado, es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, a un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. 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 posterior. Se tiene que mejorar el contenido y la redacción de las bases teóricas y el marco conceptual.

2.3.2. Definición de micro y pequeñas empresas (MYPE)

a) Definición:

(Sunat, s.f.) el micro y pequeña empresa es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

b) Características de los micros y pequeñas empresas (MYPE):

(república, s.f.). Según la Ley N° 30056 los micros y pequeñas empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150

unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

c) Importancia de las micro y pequeñas empresas (MYPE):

(Sánchez, s.f.). Los micros y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, son un componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). Es indudable que abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre las más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país.

d) Tipos de micro y pequeñas empresas (MYPE):

Las MYPE se pueden clasificar de la siguiente manera (Medina, 2016):

- Medianas y pequeñas empresas de subsistencia: Son las unidades económicas que no poseen capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o que deben ejecutar dicha transformación con tecnología artesanal. Estas empresas disponen de un flujo de caja vital, pero no impactan de manera significativa en la generación de empleo debidamente remunerado.
- Medianas y pequeñas empresas de emprendimiento: Entendidas como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Se enfatiza el hecho que los emprendimientos se orientan hacia la innovación,

creatividad y transformación de una situación económica saludable y más deseable ya sea iniciando un negocio o haciendo mejoras para hacer más competitivas las empresas.

- Medianas y pequeñas empresas de acumulación: Son unidades económicas que poseen la capacidad de generar utilidades para conservar su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo.

e) Crecimiento de las micro y pequeña empresa (MYPE):

(Medina, 2016). El futuro de las MYPE es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tienen baja productividad, es decir el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de subsistencia familiar. Esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento. La falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los empresarios no piden préstamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al aumento de costos. Además, lo único que podría ayudarlos a que tengan un futuro crecimiento sería lograr que los microempresarios informales tomen conciencia de los beneficios que les traería la formalidad, estimulándolos a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación de mercados.

(Medina, 2016). Como se puede observar, al cierre del año 2011 las MYPE formales ascendían a 1.28 millones, en el 2004 eran solo 650 mil, representaban el 99.3% de empresas formales y empleaban el 59.6% de la población trabajadora. Si a lo anterior se suman las MYPE informales, el total de MYPE en el país ascendían a 2.2 millones, generando en conjunto el 79% del empleo de los trabajadores y una contribución equivalente al 42% del PBI.

III METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la Investigación.

El presente trabajo de investigación fue de diseño no experimental y de corte transversal, con un nivel descriptivo y de tipo cuantitativo.

La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido o están ocurriendo y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre sus efectos, (González, Yll, & Curiel, 2003).

Es descriptivo porque dentro del trabajo de investigación sólo se limitó en describir las principales características de las variables del ámbito de estudio.

3.2. Población y Muestra.

3.2.1. Población.

La población fue conformada por 20 restaurantes ubicados en el distrito de Pomabamba.

3.2.2. Muestra.

Se tomó como muestra el 100% de la población, comprendida por 20 restaurantes en el distrito de Pomabamba.

3.3. Definición y operacionalización de las variables.

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Ítem
Perfil de los emprendedores de las MYPES	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Edad	Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 20 a 30 años • 31 a 40 años • 41 a 50 años • 51 a 60 años
		Estado civil	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Conviviente • Divorciado o separado
		Género	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino
		Grado de instrucción	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Técnica • Universitaria
		Cargo que desempeña en	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Dueño

		la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES	Tiempo de funcionamiento en el mercado	Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 1 a 5 • 6 a 10 • 11 a 15 • 16 a más
		Cantidad de trabajadores	Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 1 a 5 • 6 a 10
		Número de empresas por nivel de formalización	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • SUNAT • Municipalidad • Persona natural • Persona jurídica
		Tipo de Régimen tributario	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Régimen único simplificado. • Régimen Especial. • Régimen General

Rentabilidad	Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.	MYPES que perciben que mejoraron su rentabilidad	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		MYPES que perciben que su empresa es rentable	Nominal <ul style="list-style-type: none"> • Si • No

Fuente: (Carrillo, 2016)

3.4. Técnicas e Instrumentos.

3.4.1 Técnicas.

En la elaboración de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

3.4.2. Instrumentos.

En el instrumento se utilizó el recojo de la información de campo con un cuestionario de preguntas cerradas

3.5. Plan de Análisis.

Los datos cuantitativos fueron procesados y analizados por medios electrónicos, clasificados y sistematizados de acuerdo a las unidades de análisis correspondientes y las variables estudiadas. Se utilizará parte de la

estadística descriptiva y el programa de Microsoft Excel 2016 se aplicará las siguientes etapas.

3.6. Matriz de consistencia.

TITULO: Caracterización de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú - rubro restaurantes, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

PROBLEMA	OBJETIVO	METODOLOGÍA
<p>¿Cuáles son las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del Mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017?</p>	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del mercado cañarí de Pomabamba, 2017.</p> <p><u>Objetivo Específico.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú. 2. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017. 	<p><u>Tipo y nivel de investigación:</u></p> <p>Con respecto al tipo el estudio fue de tipo no experimental, cuantitativo, debido a que la recolección de datos y la presentación de los resultados fueron utilizadas los procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p> <p>Con respecto al nivel de investigación es estudio fue descriptivo, debido a que solo se limita describir las principales características de las variables en estudio.</p> <p><u>Diseño de la investigación</u></p> <p>El diseño se utilizó en la presente investigación fue no experimental – descriptivo.</p>

	<p>3. Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de abarrotes del mercado de Convento del distrito de Pomabamba, 2017</p>	<p>Población</p> <p>La población fue conformada por 20 restaurantes ubicados en el distrito de Pomabamba.</p> <p><u>Técnicas</u></p> <p>En la elaboración de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.</p>
--	---	---

3.7. Principios éticos.

Durante el desarrollo de la presente investigación denominada caracterización de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú - rubro restaurantes, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017, se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la Investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

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

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

IV RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Resultados.

4.1.1. Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú.

AUTORES	RESULTADOS
(Carrillo, 2016)	En cuanto a que, si la empresa mejoró su rentabilidad, se tiene que el 100% está de acuerdo con esa afirmación, pues perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad.
(German, 2017)	El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos dos años. Estos resultados podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco.
(Lupu, 2016)	El 73 % de los representantes de las empresas respondió que sí ha mejorado la rentabilidad de la empresa.
(Carrillo, 2016)	El 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierten menos de lo que representa el precio de sus platos.

4.1.2. Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.

Tabla Nro. 1: El financiamiento y la mejora de la rentabilidad.

Distribución de frecuencias y respuestas relacionadas con el financiamiento y la mejora de la rentabilidad de una empresa; con respecto a la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

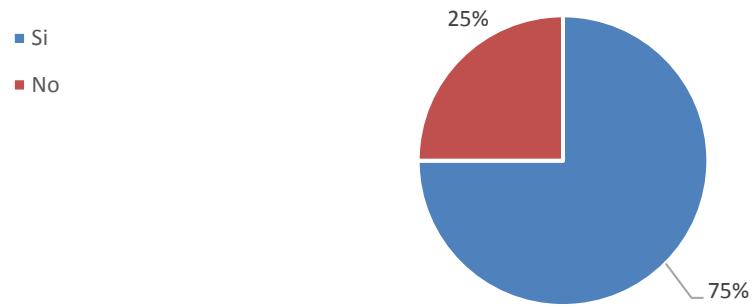
Alternativas	n	%
Si	15	75.00
No	5	25.00
Total	20	100.00

Aplicación del instrumento para medir el conocimiento de los representantes o dueños encuestados con respecto a la pregunta: ¿Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de una empresa comercial?, en la actual situación de la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Aplicado por: Vergara, E.; 2017.

En la **Tabla Nro. 1** se observa que el 75.00% de los empresarios contestó que Sí cree que el financiamiento mejora la rentabilidad y mientras que el 25.00% de los encuestados contestó que No cree que el financiamiento mejore la rentabilidad de una empresa.

Gráfico Nro. 1: El financiamiento y la mejora de la rentabilidad.



Fuente: Tabla Nro. 1: El financiamiento y la mejora de la rentabilidad.

Tabla Nro. 2: Mejora en la rentabilidad.

Distribución de frecuencias y respuestas relacionadas con la mejora de la rentabilidad de una empresa; con respecto a la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Alternativas	n	%
Si	12	60.00
No	8	40.00
Total	20	100.00

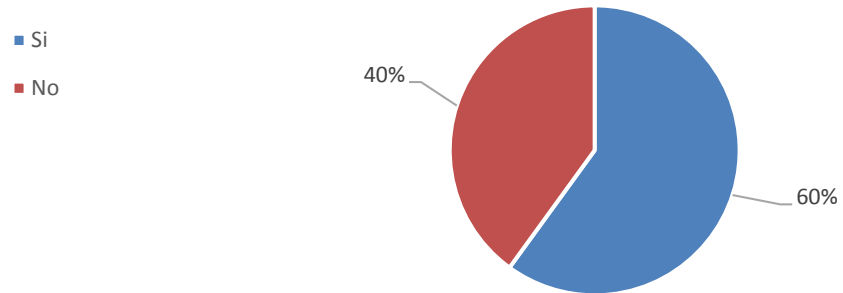
Aplicación del instrumento para medir el conocimiento de los representantes o dueños encuestados con respecto a la pregunta: ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?, en la actual situación de la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Aplicado por: Vergara, E.; 2017.

En la **Tabla Nro. 2** se observa que el 60.00% de los empresarios contestó que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años y mientras que el 40.00% de los encuestados respondió

que No cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.

Gráfico Nro. 2: Mejora en la rentabilidad.



Fuente: **Tabla Nro. 2:** Mejora en la rentabilidad.

Tabla Nro. 3: Disminución de la rentabilidad.

Distribución de frecuencias y respuestas relacionadas con la disminución de la rentabilidad de una empresa; con respecto a la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

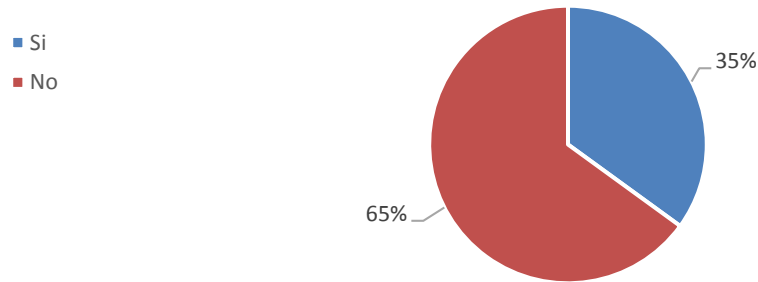
Alternativas	n	%
Si	7	35.00
No	13	65.00
Total	20	100.00

Aplicación del instrumento para medir el conocimiento de los representantes o dueños encuestados con respecto a la pregunta: ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos años?, en la actual situación de la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Aplicado por: Vergara, E.; 2017.

En la **Tabla Nro. 3** se observa que el 65.00% de los empresarios contestó que No cree que la rentabilidad de su empresa haya disminuido en los últimos años y mientras que el 35.00% de los encuestados respondió que Sí cree que la rentabilidad de su empresa haya disminuido en los últimos años.

Gráfico Nro. 3: Disminución de la rentabilidad.



Fuente: Tabla Nro. 3: Disminución de la rentabilidad.

Tabla Nro. 4: Mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento.

Distribución de frecuencias y respuestas relacionadas con la mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento; con respecto a la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

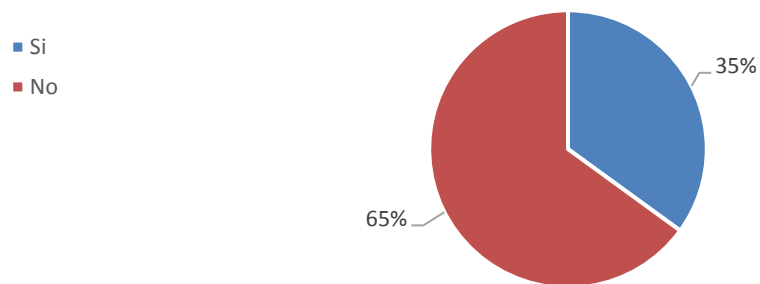
Alternativas	n	%
Si	16	80.00
No	4	20.00
Total	20	100.00

Aplicación del instrumento para medir el conocimiento de los representantes o dueños encuestados con respecto a la pregunta: ¿Mejoró su rentabilidad después del financiamiento?, en la actual situación de la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Aplicado por: Vergara, E.; 2017.

En la **Tabla Nro. 4** se observa que el 80.00% de los empresarios contestó que Sí mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento.

Gráfico Nro. 4: Mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento.



Fuente: **Tabla Nro. 4:** Mejora de la rentabilidad como producto del financiamiento.

Tabla Nro. 5: Empresa rentable.

Distribución de frecuencias y respuestas relacionadas con una empresa rentable; con respecto a la descripción de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Alternativas	n	%
Si	16	80.00
No	4	20.00
Total	20	100.00

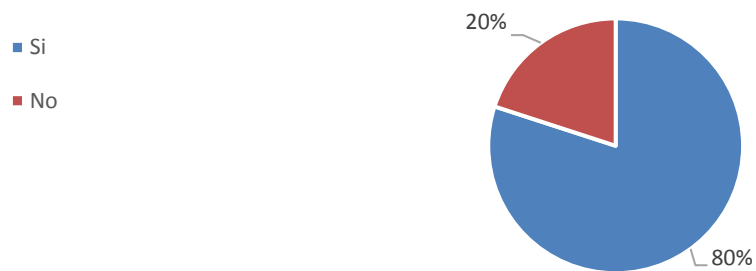
Aplicación del instrumento para medir el conocimiento de los representantes o dueños encuestados con respecto a la pregunta: ¿Considera su empresa rentable?, en la actual situación de la descripción de las principales características de la rentabilidad de las

micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

Aplicado por: Vergara, E.; 2017.

En la **Tabla Nro. 5** se observa que el 80.00% de los empresarios afirmó que Sí considera que su empresa es rentable y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No considera que su empresa sea rentable.

Gráfico Nro. 5: Empresa rentable.



Fuente: Tabla Nro. 5: Empresa rentable.

4.1.3. Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

ELEMENTOS DE COMPARACIÓN	RESULTADOS O. E. 1	RESULTADOS O. E. 2	RESULTADOS
<p style="text-align: center;">EL FINANCIAMIENTO Y LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD</p>	<p>(Carrillo, 2016), en cuanto a que, si la empresa mejoró su rentabilidad, se tiene que el 100% está de acuerdo con esa afirmación, pues perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad.</p>	<p>Restaurantes del mercado de Cañarí, el 75.00% de los empresarios contestó que Sí cree que el financiamiento mejora la rentabilidad y mientras que el 25.00% de los encuestados contestó que No cree que el financiamiento mejore la rentabilidad de una empresa</p>	<p style="text-align: center;">COINCIDE</p>
<p style="text-align: center;">MEJORA EN LA RENTABILIDAD</p>	<p>(German, 2017), el 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos dos años. Estos resultados</p>	<p>Restaurantes del mercado de Cañarí, el 60.00% de los empresarios contestó que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años y mientras que el 40.00% de los</p>	<p style="text-align: center;">COINCIDE</p>

	podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco.	encuestados respondió que No cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.	
MEJORA DE LA RENTABILIDAD COMO PRODUCTO DEL FINANCIAMIENTO	(Lupu, 2016), el 73 % de los representantes de las empresas respondió que sí ha mejorado la rentabilidad de la empresa.	Restaurantes del mercado de Cañarí, que el 80.00% de los empresarios contestó que Sí mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento.	COINCIDE
EMPRESA RENTABLE	(Carrillo, 2016), el 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierten menos de lo que representa el precio de sus platos	Restaurantes del mercado de Cañarí, el 80.00% de los empresarios afirmó que Sí considera que su empresa es rentable y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No considera que su empresa sea rentable.	COINCIDE

4.2. Análisis de resultados.

En el presente trabajo de investigación se consideró como objetivo general describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú y de los restaurantes del mercado cañarí de Pomabamba, 2017, en efecto se ha realizado la aplicación del instrumento que permita conocer la percepción de los representantes legales del rubro restaurantes del mercado cañarí, con respecto a los tres objetivos que se ha definido, inmediatamente de la interpretación de los resultados hechas en la sección anterior se realiza los siguientes análisis de resultados:

4.2.1. Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú

- a) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** En cuanto a que, si la empresa mejoró su rentabilidad, se tiene que el 100% está de acuerdo con esa afirmación, pues perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad.
- b) **(German, 2017), en su informe titulado Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del servicio rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco, 2015.** El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos dos años. Estos resultados podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco.

- c) **(Lupu, 2016), en su informe titulado Caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016.** El 73 % de los representantes de las empresas respondió que sí ha mejorado la rentabilidad de la empresa.
- d) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** El 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierte menos de lo que representa el precio de sus platos.

4.2.2. Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.

- a) Del 100% de los empresarios encuestados el 75.00% de los empresarios encuestados respondió que Sí cree que el financiamiento mejora la rentabilidad y mientras que el 25.00% afirmó que No cree que el financiamiento mejore la rentabilidad de la empresa (ver Tabla Nro. 1), estos resultados son iguales a los encontrados por (Carrillo, 2016) y (German, 2017).
- b) Del 100% de los empresarios encuestados el 60.00% de los empresarios encuestados respondió que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años y mientras que el 40.00% afirmó que No cree que la rentabilidad de su empresa haya mejorado en los últimos años (ver Tabla Nro. 2), estos resultados son iguales a los encontrados por (German, 2017).
- c) Del 100% de los empresarios encuestados el 65.00% de los empresarios encuestados respondió que No cree que la rentabilidad

de su empresa haya disminuido en los últimos años y mientras que el 35.00% afirmó que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos años (ver Tabla Nro. 3), estos resultados son diferentes a los encontrados por (German, 2017) pues quien describe en los resultados de la investigación que la mayoría de los empresarios dijo que en los últimos años su empresa ha aumentado su rentabilidad.

- d) Del 100% de los empresarios encuestados el 80.00% de los empresarios encuestados respondió que Si mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento y mientras que el 20.00% afirmó que No mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento (ver Tabla Nro. 4), estos resultados son similares a los encontrado por (Lupu, 2016).
- e) Del 100% de los empresarios encuestados el 80.00% de los empresarios encuestados respondió que Si considera que su empresa es rentable y mientras que el 20.00% afirmó que No considera que su empresa sea rentable (ver Tabla Nro. 5), estos resultados son similares a los encontrado por (Lupu, 2016) y (German, 2017).

4.2.3. Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

- a) (Carrillo, 2016), en su informe **Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** En cuanto a que, si la empresa mejoró su rentabilidad, se tiene que el 100% está de acuerdo con esa afirmación, pues perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que

después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí**, el 75.00% de los empresarios contestó que Sí cree que el financiamiento mejora la rentabilidad y mientras que el 25.00% de los encuestados contestó que No cree que el financiamiento mejore la rentabilidad de una empresa.

- b) **(German, 2017), en su informe titulado Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del servicio rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco, 2015.** El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos dos años. Estos resultados podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí**, el 60.00% de los empresarios contestó que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años y mientras que el 40.00% de los encuestados respondió que No cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.
- c) **(Lupu, 2016), en su informe titulado Caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016.** El 73 % de los representantes de las empresas respondió que sí ha mejorado la rentabilidad de la empresa. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí**, el 80.00% de los empresarios contestó que Sí mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento.
- d) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del**

financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015. El 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierte menos de lo que representa el precio de sus platos. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí,** el 80.00% de los empresarios afirmó que Sí considera que su empresa es rentable y mientras que el 20.00% de los encuestados respondió que No considera que su empresa sea rentable.

V CONCLUSIONES

Con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos específicos expresados en la investigación sobre la caracterización de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú - rubro restaurantes, Mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017, se llegó a las siguientes conclusiones:

5.1. Respecto al objetivo 1: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes del Perú.

- a) **(Carrillo, 2016) , en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** Que su rentabilidad mejoro después del financiamiento obtenido. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad.
- b) **(German, 2017), en su informe titulado Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del servicio rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco, 2015.** La rentabilidad de las micro y pequeñas empresas ha mejorado en los últimos años. Estos resultados podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco.
- c) **(Lupu, 2016), en su informe titulado Caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016.** Que si ha mejorado la rentabilidad de la empresa.
- d) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo**

cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015. El 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierte menos de lo que representa el precio de sus platos.

5.2. Respecto al objetivo 2: Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes, del distrito de Pomabamba, 2017.

Del total de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los empresarios cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de la empresa, eso indica que la mayoría cuenta con préstamos crediticios; Los empresarios consideran que la rentabilidad de la empresa ha mejorado en los últimos años, debido al crecimiento económico que nuestro país ostenta y ello hace que los familiares de la población pomabambina que vive por la costa envía dinero lo cual es gastado en esta provincia; la Mayoría de los empresarios no cree que la empresa haya disminuido su rentabilidad en los últimos años; un porcentaje mayor de empresarios afirma que después del financiamiento obtenido la rentabilidad de la empresa ha mejorado.

5.3. Respecto al objetivo 3: Realizar el análisis comparativo de las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - rubro restaurantes en el Perú y de restaurantes del mercado de Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017.

- a) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** La empresa ha mejorado con el financiamiento recibido. Esto se debe a que los empresarios comprobaron que después de la capacitación los empleados mejoraron sus capacidades y se elevó la productividad y por ende también mejoró la rentabilidad. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí,** con el mayor porcentaje de los

encuestados afirma que mejoro la rentabilidad después de recibir el financiamiento.

- b) **(German, 2017), en su informe titulado Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del servicio rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco, 2015.** El total de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos dos años. Estos resultados podrían ser explicados por el hecho que en los últimos años el turismo está creciendo, y esto no es ajeno a la ciudad de Otuzco. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí,** con la mayoría de los empresarios contestó que Sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.
- c) **(Lupu, 2016), en su informe titulado Caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016.** La mayor parte de los representantes de las empresas respondió que sí ha mejorado la rentabilidad de la empresa. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí,** que la mayoría de los empresarios contestó que Sí mejoró la rentabilidad de su empresa después del financiamiento.
- d) **(Carrillo, 2016), en su informe Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015.** El total de los empresarios percibe que sus empresas son rentables. Esta es una afirmación realmente cierta pues se sabe que este rubro de empresas invierte menos de lo que representa el precio de sus platos. **Lo que coincide con los restaurantes del mercado de Cañarí,** puesto que la mayoría de los empresarios afirmó que Sí considera que su empresa es rentable.

VI ASPECTO COMPLEMENTARIOS

6.1. Referencias bibliográficas.

- D.Celdran. (6 de 10 de 2012). *Análisis de la rentabilidad en la empresa*.
Obtenido de <http://ambito-financiero.com/rentabilidad-empresa-analisis/>
- Aguirre, M. T. (2013). *Plan de negocios para implementar una cadena de restaurantes raw food en santiago, Chile*. Santiago de Chile: Universidad de Chile facultad de ciencias físicas y matemáticas departamento de ingeniería industrial.
- Aldunati, J. A. (2016). *caracterización de la Capacitación en*. Huraz: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Anaya, R. L. (2015). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Huarmey, Año 2014*. Chinbote: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Carrillo, J. A. (2016). *Caracterización del financiamiento, La capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios - Rubro restaurantes, del distrito de Surquillo cercado, Provincia y departamento de Lima, periodo 2014 - 2015*. Lima: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Cruz, V. A. (2016). *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la av rosa toro (cuadra 3-9) en el distrito del san Luis, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015*. Lima: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- DefinicionABC. (s.f.). *Definición de Rentabilidad*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/rentabilidad.php>
- Derecho en Red. (24 de 10 de 2013). *Economía e Inversión* . Obtenido de <http://www.economia.so/2013/10/produccion-equilibrio.html>
- Gallozo, D. (2017). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mype sector servicio rubro restaurantes en el*

- mercado central de Huaraz, periodo 2016*. Huaraz: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- German, Y. A. (2017). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Otuzco, 2015*. Chimbote: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- González, R. A., Yll, O. M., & Curiel, L. (2003). *Metodología de la Investigación Científica para las Ciencias Técnicas Matanzas Ud.* Matanzas: Universidad de Matanzas.
- Heredia, M., & Quintero, N. (2014). *Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia*. Colombia: Univercidad EAFIT.
- Jauregui, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbo 2014*. Chimbote: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Luna, K. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013*”. Chimbote: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Lupa, E. J. (2016). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de mype sector servicios rubro restaurantes, distrito de Tumbes, 2016*”. Tumbes: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- Medina, Y. Y. (2016). *Caracterización del estilo de transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio restaurantes bares y cantinas (restaurant - pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014*. Huaraz: Univercidad católica los ángeles Chimbote.
- ocw.uc3m.es. (s.f.). *Que es la rentabilidad y como medirla*. Obtenido de <http://ocw.uc3m.es/economia-financiera-y-contabilidad/economia-de-la-empresa/material-de-clase-1/Rentabilidad.pdf>
- Oncoy, A. R. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes*

del centro poblado de vicos, provincia de Carhuaz,. Huaraz:
Univercidad católica los ángeles Chimbote.

Peña, M. (2016). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado de vicos, provincia de Carhuaz,. Piura:* Univercidad católica los ángeles Chimbote.

repulica, C. d. (s.f.). *Productivo y el crecimiento empresarial Ley N° 30056.*
Obtenido de
https://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf

Sánchez, B. (s.f.). *Las mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria.*
Obtenido de
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>

Santander, C. K. (2013). *Estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva.* Obtenido de
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4961/Santander_C_juno_Cintya_Industria_Grafica.pdf?sequence=1

Sunat. (s.f.). *Definición de la micro y pequeña empresa.* Obtenido de
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

6.2. Anexos.

6.2.1. Anexo nro. 01: cronograma de actividades

Etapas	Fecha de inicio	Fecha Terminó	Dedicación Semanal Horas
Recolección de datos	20/12/2017	31/12/2017	14 horas
Análisis de datos	01/01/2018	30/01/2018	14 horas
Elaboración del informe Final	31/01/2018	23/03/2018	14 horas
Artículo científico y diapositivas de sustentación	24/03/2018	30/03/2018	14 horas
Pre Banca y levantamiento de observaciones	31/03/2018	06/04/2018	14 horas
Sustentación del Informe	07/04/2018	13/04/2018	

Fuente: Elaboración Propia.

6.2.2. Anexo nro. 02: presupuesto.

Localidad: Distrito de Pomabamba

Ejecutor: Vergara Capillo Efraín

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
ASESORAMIENTO Y PERSONAL				
Inscripción al curso de titulación		1	S/.150.00	S/.150.00
Asesor	Unidad	1	S/. 1500.00	S/. 1500.00
Estadístico	Unidad	1	S/. 200.00	S/. 200.00

Personal de Apoyo	Unidad	1	S/. 150.00	S/. 150.00
MÁQUINAS E IMPRESIONES				
Servicio de Impresión	Unidad	720	S/. 0.20	S/. 144.00
Servicio de Internet	Horas	64	S/.1.00	S/. 64.00
Servicio de anillado	Unidad	5	S/. 3.50	S/ 17.50
Servicio de Empastado	Unidad	3	S/. 75.00	S/. 225.00
BIENES DE CONSUMO				
Papel bond A4 80 gr	Millar	½	S/. 18.00	S/.18.00
Folder Plastificado	Unidad	3	S/. 3.00	S/. 3.00
Folder Manila con fastener	Unidad	5	S/. 1.00	S/. 5.00
Cd	Unidad	5	S/. 1.00	S/. 5.00
Corrector	Unidad	1	S/. 3.50	S/. 3.50
Plumón para pizarra acrílica	Unidad	3	S/. 3.50	S/. 10.50
Cuadernos 100 hojas	Unidad	1	S/. 1.00	S/. 1.00
Lapiceros	Unidad	5	S/. 1.00	S/. 5.00
Resaltadores	Unidad	2	S/. 2.00	S/. 2.00
SUB TOTAL (a)				S/. 2,503.50
MOVILIDAD				
TRANSPORTE	VECES		Costo Unitario	Costo Total
Viaje con Bus a Sihuas (Ida – Vuelta)	3		S/. 40.00	S/. 120.00

Hospedaje y Alimentación(desayuno, almuerzo y cena)	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
SUB TOTAL (b)			S/. 1,320.00
COSTO TOTAL (a + b)			S/. 3,823.50

Fuente: Elaboración Propia.

6.2.3. Anexo nro. 03: financiamiento

El financiamiento de lo presupuestado está a cargo del alumno participante.

6.2.4. Anexo nro. 04: Cuestionario



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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es conocer la caracterización de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios del Perú - rubro restaurantes, mercado Cañarí del distrito de Pomabamba, 2017., se le agradecerá por anticipado la información veraz que nos proporcionará. Sus respuestas anónimas se guardarán con absoluta confidencialidad y sólo servirán para fines académicos y de investigación.

1 Respecto a la rentabilidad

1. ¿Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de una empresa

comercial?

a) Si ()

b) No ()

2. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?

a) Si ()

b) No ()

3. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos años?

a) Si

b) No

4. ¿Mejóro su rentabilidad después del financiamiento?

a) Si ()

b) No ()

5. ¿Considera su empresa rentable?

a) Si ()

b) No ()