



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**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**

AUTOR:

JORGE ALBERTO CARRILLO BAYLÓN

ASESOR:

LIC. WILLY GASTELLO MATHEWS

LIMA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. José Orestes Vite Ibarra

Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero de Murillo

Secretario

Mgtr. Víctor Hugo Espinoza Otoyá

Miembro

AGRADECIMIENTO

A mi señor Jesucristo,

Por la bendición derramada durante todo el tiempo que me toco compartir aulas y libros con docentes y compañeros.

A mi gran familia,

Por el tiempo y sacrificio otorgado desde mis inicios en la aventura de salir adelante en mis estudios a pesar de toda la responsabilidad como Padre y Jefe de familia.

DEDICATORIA

A Dios, por ser nuestro creador, amparo y fortaleza, cuando más lo necesitamos, y por hacer Palpable su amor a través de cada uno de los que nos rodea.

Con amor a mi esposa Pamela e hijos, Damaris y Dariel; a mis padres familiares y profesores, que sin esperar nada a cambio son pilares en mi camino y así, forman parte de un futuro logro que me abrirá puertas inimaginables en mi Desarrollo Profesional.

RESUMEN

Mi 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.

Palabras claves: Financiamiento, Capacitación, Rentabilidad. MYPES.

ABSTRACT

My research had as general objective to determine the main characteristics of the micro and small companies in the service sector category Surquillo restaurants Cercado, province and department of Lima, period 2014 - 2015. The study was descriptive and not experimental and applied a survey of 22 closed questions MYPES of a sample of 20 restaurants. Reaching the following results: on the profile of the entrepreneur: 50% are between 41 to 50 years of age, 60% are married and 80% are male. On the characteristics of MYPES: 55% have more than 6 years in the market, 70% are between 5 to 10 years, 100% had RUC and operating license and 80% is in the RER. On financing: 85% have applied for credit, 50% were banks, 40% used it in improved local and 65% was paid in 24 months. On training: 60% received training before the credit, 100% trained staff and 100% consider training as an investment. On profitability: 100% perceive that improved its profitability and sales after financing, 100% perceive that their company is profitable. So it is concluded that MYPES have received funding under study have been trained and are profitable.

Keywords: Funding, Training, Performance. MYPES.

CONTENIDO	Pág.
Título de la tesis (Carátula)	i
Hoja de firma del jurado y asesor	ii
Hoja de agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de gráficos, tablas y cuadros.	x
I Introducción	1
II Revisión de Literatura	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas	13
2.2.1 Teoría de las MYPES	13
2.2.1.1 Concepto de MYPES	13
2.2.1.2 Clasificación de las MYPES	14
2.2.1.3 Clasificación según el inicio del emprendimiento	15
2.2.1.4 Clasificación según el tipo de persona	15
2.2.1.5 Las MYPES de restaurantes en el Perú	16
2.2.2 Teoría del financiamiento	18
2.2.2.1 Concepto de financiamiento	18
2.2.2.2 Fuentes de financiamiento	18
2.2.2.2.1 Diversas fuentes de financiamiento para las MYPES	19

2.2.2.2.2	Financiamiento de agiotistas	20
2.2.2.2.3	Financiamiento a corto plazo	21
2.2.2.2.4	Financiamiento a largo plazo	23
2.2.2.2.5	Financiamiento de las MYPES a través de Cajas Municipales	24
2.2.2.2.6	Financiamiento de las MYPES a través de EDPYMES	26
2.2.2.2.7	Financiamiento de las MYPES rubro de restaurantes en el Perú	27
2.2.3	Teoría de la capacitación	29
2.2.3.1	Concepto de capacitación	29
2.2.3.2	Beneficios de la capacitación	30
2.2.3.3	Tipos de capacitación	32
2.2.3.4	El proceso de capacitación	34
2.2.4	Teoría de la rentabilidad	35
2.2.4.1	Utilidad y rentabilidad	35
2.2.4.2	Indicadores de rentabilidad	36
2.2.4.3	Rentabilidad económica y financiera	41
2.3	Marco conceptual	48
III	Metodología	56
3.1	Diseño de la investigación	56
3.2	Población y muestra	57
3.3	Definición y operacionalización de variables e indicadores	57
3.4	Técnicas e instrumentos	60
3.5	Plan de análisis	61
3.6	Matriz de consistencia	62

3.7 Principios éticos	63
IV Resultados	64
4.1 Resultados	64
4.2 Análisis de resultados	71
V Conclusiones	77
Referencias bibliográficas	79
Anexos.	85
Anexo 1. Matriz de actividades	85
Anexo 2. Presupuesto	86
Anexo 3. Cuestionario	87
Anexo 4. Lista de empresas encuestadas	90
Figuras	91

ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS		Pág.
Tabla 1	Operacionalización de las variables	57
Tabla 2	Matriz de consistencia	62
Tabla 3	Sobre el perfil de los empresarios de las MYPES	64
Tabla 4	Sobre las características de las MYPES	66
Tabla 5	Sobre las características del financiamiento de las MYPES	67
Tabla 6	Sobre las características de la capacitación de las MYPES	70
Tabla 7	Sobre las características de la rentabilidad de las MYPES	71
Figura 1	Edad de los empresarios	91
Figura 2	Estado civil del empresario	91
Figura 3	Genero del empresario	92
Figura 4	Grado de instrucción del empresario	92
Figura 5	Cargo del encuestado en la empresa	93
Figura 6	Años de permanencia de la MYPE	93
Figura 7	Cantidad de trabajadores según MYPE	94
Figura 8	Nivel de formalización de la MYPE	94
Figura 9	Régimen Tributario de la MYPE	95
Figura 10	MYPES que solicitaron préstamo	95
Figura 11	Fuente de financiamiento de la MYPE	96
Figura 12	Destino del préstamo	96
Figura 13	Monto del préstamo	97
Figura 14	Período del financiamiento	97
Figura 15	MYPES que perciben que han mejorado sus ventas después del financiamiento	98

Figura 16	MYPES que reportaron inconvenientes a la hora de solicitar el préstamo	98
Figura 17	Tipo de inconvenientes	99
Figura 18	MYPES que recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito	99
Figura 19	MYPE que capacita a su personal	100
Figura 20	Cursos de capacitación según MYPE	100
Figura 21	MYPES que consideran la capacitación como inversión	101
Figura 22	MYPES que perciben que han mejorado la rentabilidad después del financiamiento	101
Figura 23	Empresarios que perciben que su empresa es rentable	102

I. INTRODUCCION

Las micro y pequeñas empresas (MYPE en adelante), “actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, tal es la importancia de estas unidades de negocio que en muchos países el Estado asigna un presupuesto bastante importante para su apoyo. Según Panorama Cajamarquino, en el mundo existen alrededor de 500 millones de microempresarios y menciona una cifras como “...en Francia son el 98.8%, en Finlandia el 98.3%, en Suecia el 98.9%. En relación al empleo: en Francia son el 45.5%, en Finlandia el 40.9%, en Suecia el 47.0%, por último, en relación a su aporte al PBI: Francia aporta el 40.8%, Finlandia el 30.7%, Suecia el 38.4%...” (Panorama Cajamarquino, 2009).

Así mismo menciona que en América Latina, en países como Colombia son el 95.9%, en Perú el 98% y en Bolivia el 99.5%; en el empleo: en Colombia es el 66.4%, en Perú el 77% y en Bolivia el 80.5% (Panorama Cajamarquino, 2009).

En el Perú las MYPES alcanzan la cifra de 1,713,272 unidades empresariales, y las micro y pequeñas empresas representan según el INEI al 99.6% de todas ellas (INEI, 2013) y dan empleo al 47.4% de la Población Económicamente Activa (PEA), además aportan al 13.5% del Producto Bruto Interno (EL Comercio, 2014). Actualmente en nuestro país, se ha generado las tendencias a ser emprendedor en la gastronomía, esto cada vez se refleja con mayor intensidad en nuestros distritos y provincias de nuestro país. Según Apega, a nivel nacional existen cerca de 100 mil restaurantes diseminados en todas las regiones del Perú y dan trabajo a 400 mil personas (Apega, 2013).

En el distrito de Surquillo encontramos muchos restaurantes que se clasifican según el tipo de comida, así tenemos cevicherías, restaurantes de comida criolla, pollerías y restaurantes de comida china o famosos "chifas". La presente tesis trata sobre el financiamiento, capacitación y rentabilidad de los restaurantes en el distrito de Surquillo.

El financiamiento de la MYPE es un problema en nuestro país que se ha ido superando gracias a los microcréditos otorgados por las entidades especializadas en este tema, sin embargo aún existe mucha informalidad al respecto. Se calcula que sólo el 20% de estas unidades productivas en nuestro país puede acceder a un financiamiento formal (Torres, 2011). Según el vicepresidente de Estrategias de Desarrollo y Políticas Públicas de la Corporación Andina de Fomento (CAF), Leonardo Villar, sostuvo que "...el 60% de las PYME que no acede a una fuente de financiamiento formal acuden a los informales, ya sean prestamistas conocidos, usureros o los propios familiares, pagando tasas de intereses muy elevadas...". Otro de los temas a tratar en esta tesis es la rentabilidad de MYPE, según Nalda (2012), la rentabilidad de las MYPES puede situarse entre el 30 y 50 por ciento anual, aunque en algunos sectores puede alcanzar entre 200 y 400 por ciento, esto depende del tipo de bien y la demanda de éste. En cuanto a la capacitación, ésta muchas veces no es la adecuada o simplemente no se da, es por ello que las capacidades de los trabajadores no se desarrollan. En ese contexto, la presente tesis plantea la siguiente pregunta de investigación. ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Surquillo, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015?

De acuerdo a la investigación, el objetivo general es: Describir las principales características del financiamiento, la Capacitación y la rentabilidad, de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Surquillo Cercado, de la provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2014-2015. Del mismo modo, los objetivos específicos son:

- 1). Describir el perfil de los empresarios de las MYPES en el ámbito de estudio.
- 2). Determinar las características de las MYPES en el ámbito de estudio.
- 3). Describir las principales características del financiamiento de las MYPES en el ámbito de estudio.
- 4). Describir las principales características de la capacitación de las MYPES en el ámbito de estudio.
- 5). Describir las principales características de la rentabilidad de las MYPES en el ámbito de estudio.

Este estudio se justifica porque permitirá conocer el perfil del emprendedor, las características de la MYPE y las características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de los restaurantes del distrito de Surquillo Cercado, en el período 2014-2015.

La investigación nos ayudara tratar de resolver los problemas existentes en los que nos estamos refiriendo como la falta de financiamiento, capacitación y rentabilidad,

otorgando conocimientos que siempre han estado allí pero muchos emprendedores no lo utilizan por falta de actitud y conocimiento.

La investigación también se justifica porque nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento así como la capacitación en el accionar de las micro y pequeñas empresas del sector en estudio. Otorgará conocimiento de las nuevas ideas de crecimiento en nuestro micro y pequeña empresa, en otras palabras nos abrirá nuevos caminos para ser más rentables.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes.

Se han citado antecedentes de orden internacional, nacional regional y local, para ello se han considerado las variables de investigación y el rubro de las empresas en estudio.

En cuanto a los antecedentes internacionales se menciona la tesis de Heredia & Quintero (2014). Tesis denominada: “Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia”. Universidad EAFIT. Colombia. La presente tesis tuvo como objetivo 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. Es así que el análisis de la investigación se realiza para conocer el nivel de formalización actual en términos de variables como gestión financiera y administrativa, tecnología, mercadeo, operación logística y gestión humana. Los principales resultados hallados por los autores son los siguientes: La muestra está compuesta por un 88% de restaurantes de Medellín, un 7% de Bogotá, un 4% de Sabaneta y un 1% de Itagüí. La muestra está compuesta por un 64% de encuestados con cargo de administrador, un 34% de dueños, 1% Coordinador Puntos de Venta y un 1% Chef administrador. Los tipos de contrato más utilizados por la mayoría de los restaurantes encuestados son: término indefinido con un 38% y contrato a término fijo con un 30%. Por su parte, los tipos de contrato menos utilizados por los restaurantes encuestados son: por prestación de servicios con un 15%, seguido por contrato tercerizado a través de cooperativas con un 13% y finalmente, contrato verbal y

No sabe, No responde, ambas respuestas con un 2%. En su gran mayoría, los restaurantes encuestados respondieron favorablemente respecto al pago de prestaciones sociales obligatorias a los empleados, pues el 86% brinda salud, el 85% otorga las primas legales, el 84% las vacaciones, el 82% brinda auxilio de transporte, el 78% paga las cesantías a sus empleados, el 77% asume los riesgos profesionales y el 74% paga por pensión. Por su parte, sólo el 68% de los encuestados cuentan con caja de compensación para sus empleados. El 39% ha obtenido crédito bancario y el 56% no lo ha obtenido. En cuanto al tipo de sociedad bajo la cual está constituida el restaurante se tiene que el 67% es Persona Natural, el 21% es Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), el 4% es Sociedad Limitada y el 8% no respondió. En promedio el 60% de los restaurantes de menú fijo realizan diferentes actividades que van desde la búsqueda de hojas de vida hasta la contratación directa, pero sólo el 13% realiza este proceso a través de cooperativas o terceros, que implicaría un nivel de formalización mayor por ser un proceso integral que está bajo la asesoría de expertos. Las prácticas más utilizadas por los restaurantes encuestados para atraer clientes o aumentar el consumo son: tener aviso con el nombre del restaurante en la fachada con un 87%, contar con clientes referidos en un 74%, tablero anunciando el menú del día con un 71%, carta física con un 65%, uso de volantes con un 55%, ofertas especiales con un 47% y pendones con información promocional. Por su parte las prácticas menos utilizadas corresponden al uso de material promocional en la mesa con un 26% y payaso para atraer clientes con un 2%. En términos de las acciones que estos restaurantes desarrollan para conocer las necesidades del cliente están el seguimiento a los menús de mayor rotación en un 73% y las conversaciones periódicas con los clientes en un 52%, donde se destaca la importancia

de las interacciones personales; no obstante, el registro de los datos básicos del cliente, así como encuestas para conocer sus necesidades, son menos utilizadas pues implican un ejercicio extra de documentación para el restaurante, implementadas en un 26% y un 17%, respectivamente. El 87% de los restaurantes encuestados utilizan herramientas tecnológicas para su administración, el 13% restante no las utilizan. El 99% de los encuestados tienen Registro Único Tributario, el 98% Certificado de Cámara y Comercio, el 86% Matrícula Mercantil y Licencia de Funcionamiento, el 74% Certificado del INVIMA con concepto sanitario, el 66% Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura BPM y el 63% Concepto técnico de Bomberos

De acuerdo a los antecedentes nacionales, se menciona a Otero (2013), cuya investigación denominada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito, provincia y departamento de San Martín, período 2012 – 2013”, tuvo por objetivo describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicios de la localidad de San Martín. La investigación se utilizó un diseño científico descriptivo no experimental - Transversal. Y la muestra fue de 14 restaurantes. Posteriormente se obtuvo los siguientes resultados: el 57% de las empresas encuestadas ha recibido financiamiento, estos créditos fueron otorgados por Bancos, el 36% invirtió el crédito en mejoramiento del local, el 64% en compra de activos. Sobre la capacitación, el 43% recibió capacitación antes del crédito otorgado, el 43% recibió capacitación en constitución de empresas, el 100% considera que la capacitación es una inversión. Sobre la rentabilidad, el 64% considera que su

rentabilidad mejoró después de obtener financiamiento. Sobre las características de las MYPES, el 36% tienen un año de funcionamiento, el 43% tienen 02 años en el mercado y el 14% tienen 03 años y el 7% tienen más de tres años. Sobre el perfil del emprendedor, el 43% es de sexo masculino y el 57% son mujeres, el 57% tienen educación secundaria, el 29% educación técnica y el 14% educación superior universitaria.

En la investigación de Cruz (2013), cuya tesis denominada: “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo año 2012”. Trabajo para optar el grado de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú. La presente investigación, tiene por objetivo general describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del centro de Trujillo año 2012. La investigación fue de tipo Aplicada Cuantitativo Descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 26 restaurant de una población de 130, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: En el año 2012 el 46.15% de los representantes legales de las MYPES encuestadas no recibieron créditos, en cambio el 38.46% recibieron créditos cuyos montos fluctuaron entre 2000 – 5000 soles. El 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales y el 23.08% dijeron que invirtieron en activos fijos capital de trabajo respectivamente. El 69.23% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que tienen más de 3 años en la actividad empresarial

(rubro restaurant), el 15.38% 1 año y el 15.38% 2 años. El 76.92% de los empresarios encuestadas dijeron que tienen entre 1 a 10 trabajadores, el 7.69% dijeron que tienen entre 11 a 20 trabajadores, y el 15.38% no respondieron. El 76.92% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró con el financiamiento, y el 23.08% no precisa.

En cuanto a los antecedentes regionales se tiene la tesis de Medina (2014), denominada: “Financiamiento y capacitación en las MYPES de servicios, rubro restaurantes de la provincia de Piura, 2012”. Cuyo objetivo fue analizar si el financiamiento logra influenciar sobre la capacitación del personal en las MYPES, del sector comercio – Rubro Restaurantes en la ciudad de Piura. La investigación fue descriptiva y no experimental, tuvo como población a 12 restaurantes y se llegó a los siguientes resultados: sobre la capacitación. El 25% recibió capacitación y el 75% no lo tuvo, el 17% se capacita una vez por año, el 8% 2 a 3 veces por año y el 75% nunca lo hace. Sobre el financiamiento. El 42% obtuvo financiamiento interno y el 58% tuvo financiamiento externo.

Según Anticona (2013), en su tesis “Caracterización del financiamiento y la caracterización, de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, período 2010-2011”, tuvo como objetivo general determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010-2011. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el

recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 5 MYPES de una población de 7 y se obtuvo los siguientes resultados: Respecto al perfil del propietario de la MYPE. El 20% de los propietarios son de sexo masculino y el 80% es de sexo femenino, el 20% tienen entre 18 a 25 años y el 80% tienen entre 26 a 60 años. En cuanto al nivel de instrucción el 20% no tienen instrucción, el 40% tienen educación primaria y el 40% tienen educación secundaria. Principales características de las MYPES, el 20% tienen un año de permanencia en el mercado, el 20% tienen tres años y el 60% tienen más de tres años. el 80% de las MYPES es formal y el 20% es informal, el 60% inició su actividad para obtener ganancias y el 40% por subsistencia. Sobre el financiamiento de las MYPES. El 60% se financió con recursos propios y el 40% lo obtuvo de terceros. Para el inicio de sus actividades el 100% lo hizo con recursos propios. El 40% no solicita financiamiento porque los intereses son altos y el 60% no precisa, el 40% obtuvo financiamiento entre S/. 1000 y S/. 2000 nuevos soles, el 40% obtuvo entre S/. 2000 y S/. 5000 soles y el 20% obtuvo entre S/. 5000 y 10000 nuevos soles. El 20% invirtió el financiamiento obtenido en el mejoramiento de su local y el 80% en compra de equipos y utensilios. Sobre la capacitación. El 40% recibió capacitación y el 60% no lo recibió, el 100% recibió capacitación sin precisar qué tipo de capacitación recibió, el 60% considera la inversión como una inversión y el 40% como un gasto.

De acuerdo a Sagástegui (2010), en su tesis: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chiclayo, período 2008- 2009”, trabajo para optar el título

de Contador Público de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Anchas. La autora a través de esta investigación tuvo por objetivo describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del rubro pollerías en la ciudad de Chimbote. La investigación fue de tipo descriptiva, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida a 6 pollerías de una población de 10 MYPES. Los principales resultados a los que llegó la autora son los siguientes: el 33.4% de las MYPES obtuvo crédito del sistema no bancario (Cajas de ahorro y crédito), y el 16.7% recibió un crédito entre S/. 2,000 a S/. 5,000 nuevos soles en el período 2008-2009, del 100% de las MYPES que recibieron crédito, el 25% destinó dicho crédito a Capital de trabajo, el otro 25% a activos fijos y el 50% en mejoramiento de infraestructura, el 33.3% de los representantes dijeron que el microcrédito financiero si contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas, el 16.3% dijeron que su rentabilidad se vio incrementada entre 5% y otro 16.6% de los encuestados se incrementó en 15% después del crédito otorgado. De todo esto concluyó que: El 50% de los encuestados se capacitó antes del otorgamiento del crédito y el otro 50% no recibió ningún tipo de capacitación. La frecuencia de capacitaciones de las MYPES ha sido entre 1, 2 y más de 4 en los dos últimos años en un porcentaje de 33.3% cada uno. El 66.66% fue capacitado en temas de inversión del crédito financiero, el 33.33% en marketing empresarial y el otro 33.33% en servicios de atención al cliente. El 100% de los encuestados manifestó tener más de 3 años de antigüedad en el mercado. El 33.33% de las MYPES tiene entre 1 a 10 trabajadores, mientras que el 33.33% tiene 21 a 35 trabajadores, el porcentaje restante no respondió. El 83% de las MYPES considera que

la capacitación es una inversión, del mismo el mismo porcentaje manifestó que la capacitación ha mejorado su rentabilidad.

En cuanto a los antecedentes locales se menciona a Castillo (2015), en su tesis: “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes, en el distrito de Jesús María - provincia y departamento de Lima, periodo 2015”. Trabajo para optar el Título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. La investigación fue descriptiva y no experimental, se recogió información a través de un cuestionario de 16 preguntas aplicada a 30 MYPES de una población de 35. Obteniéndose como resultado lo siguiente: De las MYPES encuestadas el 16,7% tiene entre 1 a 5 años de antigüedad, el 46,7% tiene entre 5 a 10 años, el 23,3% tiene entre 10 a 15 años, el 10% entre 15 a 20 años y el 3,3% entre 20 a 25 años de antigüedad en el mercado. Del total de MYPES encuestadas el 100% de ellas se encuentran bajo el Régimen General. El 26.7% de las MYPES son empresas que desarrollan sus actividades como Personas Naturales. Mientras que el 73.3%, equivalente a 22 establecimientos trabajaban como personas Jurídicas. El 100% de las empresas dedicadas al rubro de comida manifestaron que cuentan con la licencia municipal de Funcionamiento. El 100% de las MYPES solicitaron préstamo para iniciar sus actividades. El 33.33% de los restaurantes ha solicitado préstamo a sus familiares, el 56.7% ha obtenido préstamo de los bancos y el 10% solicitó préstamo a un prestamista. Teniendo en cuenta la cantidad de restaurantes encuestados (30), se obtuvo 85 respuestas simultaneas, de las cuales el 25.9% de los encuestados distribuyó el crédito en compra de equipos, el 15.3% en maquinarias, el

31.8% en muebles, el 11.8% en insumos, el 11.8% en publicidad y finalmente el 3.5% en capacitación. El 20% de las MYPES pagaron el préstamo en 12 meses, el 20% lo pagó en 18 meses y el 60% pagó en 24 meses. El 13.3% de los restaurantes solicitó préstamo entre S/. 5,001 a S/. 7,500 nuevos soles, el 13.3% solicitó entre S/. 7,501 a S/. 10,000 nuevos soles, mientras que el 73.3% solicitó préstamo por más de S/. 10,000 nuevos soles. El 40% de las MYPES tuvo inconvenientes a la hora de solicitar un crédito y el 60% no experimentó ningún tipo de inconvenientes. El 70% de los encuestados respondieron que sus ventas mensuales alcanzan hasta 30,000 soles mensuales. El 23.3% tiene ingresos mensuales entre S/. 30,000 a S/. 60,000 y el 6.7% de los encuestados manifestaron que sus ingresos están en el rango de 60,000 a 90,000. El 100% de los encuestados respondieron que sus negocios son rentables.

2.2 Bases Teóricas:

2.2.1 Teoría de las MYPES:

2.2.1.1 Concepto de MYPES:

Como se había dicho anteriormente la micro empresa es importante para la economía de nuestro país, es por ello que es necesario definirla. Para ello, se cita a Silupu Garcés (citado por 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...”

Desde el punto de vista jurídico y Según Ulises Montoya Manfredi (citado por 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”.

2.2.1.2 Clasificación de las MYPES:

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.

2.2.1.3 Clasificación según el inicio del emprendimiento

Jesús Aguilar (citado por Vega y Zapata, 2011), 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 reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresa.

2.2.1.4 Clasificación según tipo de Persona (Natural y Jurídica)

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).

2.2.1.5 Las MYPES de restaurantes en el Perú

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.

2.2.2 Teoría del financiamiento

2.2.2.1 Concepto de financiamiento

Existen muchos conceptos acerca del financiamiento, en este estudio se presentarán algunos encontrados en la literatura existente.

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse (financiamiento.com).

Según Del Rio Saldivar (citado por Gallardo, 2014) nos dice "el financiamiento adecuado es el resultado de los esfuerzos realizados para proporcionar los fondos necesarios a las empresas, en las condiciones más favorables para cumplir con los objetivos de la empresa"

Para Santandrea Martínez (citado por Gallardo, 2014) dice que el financiamiento consiste en dotar a la empresa de los fondos necesarios con el fin de disponer de recursos económicos para cubrir las necesidades de inversión.

2.2.2.2 Fuentes de Financiamiento

Se ha encontrado algunas clasificaciones acerca del financiamiento, sin embargo se considerará aquella que se ajusta a nuestra realidad y las necesidades del micro y

pequeño empresario.

2.2.2.2.1 Diversas fuentes de financiamiento para las MYPES

De acuerdo a Crece Negocios (2013), las fuentes de financiamiento existentes se tienen:

- Ahorros personales
- Amigos y parientes que pueden prestarnos capital sin intereses o a tasas muy bajas.
- Bancos y uniones de crédito.
- Inversionistas de riesgo.
- Empresas de capital de inversión.

A continuación se explican cada una de ellas:

- Los ahorros personales: La principal fuente de capital para la mayoría de negocios nuevos proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. También se suelen utilizar a menudo las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios. Sin embargo, es posible que existan mejores opciones disponibles, incluso para los préstamos pequeños.
- Los amigos y los parientes: Muchas personas que se lanzan al mundo empresarial recurren a las fuentes privadas, tales como los amigos y la familia. A menudo, el dinero se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual resulta benéfico para iniciar las operaciones empresariales. Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero. Éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

- Bancos y uniones de crédito: Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito, los cuales proporcionarán el préstamo si el empresario demuestra que su solicitud está bien dirigida. Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solo si usted demuestra que su solicitud está bien justificada.
- Las empresas de capital de inversión: Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

2.2.2.2.2 Financiamiento de Agiotistas

También se puede mostrar aquí el financiamiento de prestamistas o agiotistas, según Maradona (2014), define a los agiotistas a aquellos prestamistas de dinero que ofrece créditos rápidos con tasas de interés que están muy por encima de la tasa que cobran otras entidades del mercado. Principalmente son créditos de corto plazo que se dan para salir de apuros o aprovechar una oportunidad de negocios (Boletín empresarial, 2012).

De acuerdo a ASBANC (2013), los prestamistas informales pueden cobrar tasas de interés de hasta 10,488% anuales superando ampliamente a las tasas del sistema financiero formal.

A continuación se menciona la clasificación que hace Maradona (2014), sobre los agiotistas.

Los créditos rápidos ofrecidos por un agiotista suelen tener ciertos puntos comunes:

- **Plazos:** normalmente los plazos son muy cortos. En algunos casos pueden ir de uno a tres meses, pero en otros se trata de plazos que no superan los 10 ó 15 días.
- **Tramitación:** el proceso de solicitud de un crédito a un agiotista es muy rápido, por lo que se convierten en una alternativa muy atractiva para quienes necesitan dinero urgente.
- **Requisitos:** los requisitos para poder acceder a un préstamo de este tipo son muy flexibles y depende de las condiciones impuestas por el agiotista particular.
- **Montos:** los montos que se otorgan a través de estos créditos rápidos son muy reducidos y por lo general no superan los mil pesos.
- **Garantía:** los créditos rápidos otorgados por agiotistas no requieren garantía.

En muchos aspectos los créditos rápidos otorgados por agiotistas se asemejan a los préstamos ofrecidos por casas de empeño. De hecho muchos agiotistas buscan operar como casas de empeño, mientras que la gran mayoría lo hace ilegalmente, aplicando tasas de interés muy elevadas y evitando el pago de impuestos.

2.2.2.2.3 Financiamiento a corto plazo

Por otro lado, el financiamiento se divide en financiamiento a corto plazo y financiamiento a largo plazo. El Financiamiento a corto plazo, está conformado por:

- Crédito comercial: Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.
- Crédito bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.
- Pagaré: El pagaré es un documento que contiene la obligación incondicional de pago por parte del emisor a una segunda persona (beneficiaria o tenedora). Actualmente, este documento se utiliza como medio de pago en transacciones comerciales.
- Línea de crédito: Significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano.
- Papeles comerciales: Esta fuente de financiamiento a corto plazo, consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.
- Financiamiento por medio de la cuentas por cobrar: Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella.
- Financiamiento por medio de los inventarios: Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un

préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir.

2.2.2.2.4 Financiamiento a largo plazo

Otro tipo de clasificación que se ha encontrado es el Financiamiento a largo plazo y está conformado por:

- a) Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.
- b) Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece.
- c) Bonos: Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.
- d) Arrendamiento Financiero: Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes(acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes.

Es por ello, que en nuestros países existe un gran número de instituciones de financiamiento de tipo comunitario, privado público e internacional.

Estas instituciones otorgan créditos de diverso tipo, a diferentes plazos, a personas y organizaciones. Estas instituciones se clasifican como:

- a. Instituciones financieras privadas: bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.
- b. Instituciones financieras públicas: bancos del Estado, cajas rurales de instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias leyes, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la superintendencia de bancos.
- c. Entidades financieras: este es el nombre que se le da a las organizaciones que mantiene líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones pobres. Incluyen los organismos

2.2.2.2.5 Financiamiento de las MYPES a través de Cajas Municipales

De acuerdo a FEPCMAC (2012), las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) han logrado a lo largo de sus 30 años de creación, posicionarse como las entidades expertas en el sector de las microfinanzas, trabajando por el desarrollo de la micro y pequeña empresa (MYPE), así como lograr la inclusión de más peruanos de escasos recursos en nuestro país.

El Sistema CMAC constituye una alternativa financiera para atender las necesidades de los sectores de menores recursos, contribuyendo a hacer realidad sus emprendimientos y, con ello, dinamizar la economía y contribuir a disminuir la pobreza local.

El sistema en su conjunto cuenta con 3 millones 773 mil clientes, de los cuales 1 millón 687 mil están vinculados a las entidades financieras. En segundo lugar se encuentran las CMAC, que con 1 millón 9 mil clientes registran un mayor nivel de colocaciones per cápita.

En cuanto al crédito dirigido a las MYPE, hasta diciembre de 2012 este segmento recibió colocaciones del sistema de microfinanzas por un total de S/. 18,684 millones dirigidos a 2 millones 209 mil clientes. El liderazgo lo tienen las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito registran colocaciones por S/. 7,018 millones, monto que representa el 38% del total. En segundo lugar se encuentran las financieras, con colocaciones por S/. 4,932 millones, que significan una participación de 26%. Cerca le sigue MiBanco, con S/. 4,139 millones colocados (22%).

Al analizar la composición de los créditos otorgados por el Sistema CMAC, encontraremos que un mayoritario 40% está dirigido a pequeñas empresas, las que percibieron colocaciones por S/. 4,249 millones al cierre de diciembre de 2012. En segundo lugar se encuentran las microempresas, que al percibir créditos por S/. 2,769 millones tienen una participación de 26%. Luego siguen los créditos de consumo no revolventes, con S/. 2,148 millones que representan el

20%. En cuarto lugar tenemos a las medianas empresas, que participan con 8% al ser objeto de colocaciones por 834 millones. Con menores proporciones se encuentran los créditos hipotecarios (5%), corporativos (0.2%) y a grandes empresas (0.1%).

Las CMAC concentran actualmente el 49% de los depósitos captados por las entidades microfinancieras del país (pág. 14).

Entre los productos y servicios que otorgan las Cajas Municipales y con la “finalidad de apoyar la descentralización financiera y ampliar el acceso de crédito, el Sistema CMAC desarrolla diversos tipos de operaciones financieras entre las que se incluye: crédito a la micro y pequeña empresa; crédito personal; crédito prendario o pignoraticio; crédito hipotecario; crédito agrícola; operaciones en moneda extranjera; fideicomisos; transferencias de fondos; giros; y cobros, pagos. Todos estos servicios están orientados hacia el desarrollo de características propias de los productos crediticios, a fin de coincidir con las necesidades de los clientes” (FEPCMAC, 2012, pag.8).

2.2.2.2.6 Financiamiento de las MYPES a través de EDPYMES

Según la biblioteca virtual de la Universidad de Piura (s.f), las EDPYMES son Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa orientadas a satisfacer la permanente demanda de servicios crediticios.

Conforme se expresa en la Resolución SBS N° 847-94 las EDPYMES tienen por objeto otorgar financiamiento a personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades

calificadas como de pequeña y micro empresa, utilizando para ello su propio capital y los recursos que provengan de donaciones. Así como también, bajo la forma de líneas de crédito de instituciones financieras y los provenientes de otras fuentes, previa la autorización correspondiente.

Las EDPYMES están autorizadas a conceder créditos directos a corto, mediano y largo plazo; otorgar avales, fianzas y otras garantías; descontar letras de cambio y pagarés; recibir líneas de financiamiento provenientes de instituciones de cooperación internacional, organismos multilaterales, empresas o entidades financieras y del COFIDE.

De manera general los productos que ofrecen las EDPYMES en el Perú de acuerdo a InfoMYPE (s.f.) son los siguientes:

- a) **Capital de trabajo:** Son aquellos créditos que se otorgan a los clientes independientes (personas naturales o jurídicas) y cuyo destino es el mejoramiento o la ampliación de sus actividades económicas, preferentemente de corto plazo y destinados principalmente a atender las oportunidades de comercialización, producción o prestación de servicios.
- b) **Activo fijo:** este es un producto ofrecido por las EDPYME, el cual consiste en hacer préstamos para la compra de activos fijos muebles e inmuebles en un plazo de 36 a 60 meses.

2.2.2.2.7 El financiamiento de las MYPES rubro restaurantes en el Perú.

El auge de la gastronomía peruana estimula que los pequeños y medianos empresarios informales de ese rubro decidan formalizar sus negocios, ante los beneficios que les

genera desarrollar sus actividades conforme a la ley, afirmó hoy la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), por ese motivo buscan financiamiento más acordes a rentables a su medida en el rubro de restaurantes en Lima.

La Asociación de Bancos (ASBANC, citado por Perú 21, 2013) afirmó que espera que el financiamiento bancario al sector Restaurantes siga aumentando a similar ritmo del 2012, cuando creció 19.7% al sumar 1,114 millones de dólares, tomando en cuenta que existen las condiciones necesarias para que este sector continúe expandiéndose a tasas importantes.

Con estas cifras se espera que este sector muestre crecimiento, pues actualmente el turismo en el Perú se ha incrementado enormemente. Conjuntamente con ello, se espera el crecimiento del empleo en este rubro y por su puesto también las inversiones y el inicio de nuevos emprendimientos.

Para ello, también es fundamental el apoyo que brindan las autoridades gubernamentales a este sector, a través de campañas de difusión, dentro y fuera de las fronteras, de los distintos atractivos culturales, gastronómicos y turísticos de Perú.

Del mismo modo, coopera también a este objetivo destaca la promoción a diversas festividades en todo Perú; los feriados no laborables decretados para este año (facilidad que permite que más compatriotas puedan realizar turismo interno); la realización de ferias gastronómicas y celebraciones especiales como el Día del Pollo a la Brasa, del Pisco, del Cebiche, etc. Todos estos eventos han servido para que se incremente el consumo en los restaurantes.

2.2.3 Teoría de la capacitación.

La capacitación en las organizaciones es importante porque permite mejorar las capacidades de los empleados y por ende también beneficia a las empresas porque eleva la productividad y además mejora los costos, entre otros aspectos que se puede obtener con la capacitación. en este capítulo se tratará acerca de las definiciones de capacitación, los beneficios que se obtiene y los tipos de capacitación.

2.2.3.1 Concepto de Capacitación.

Según Dolán (citado en Capacitación. S.f.), la capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes.

Según Dessler Gary (citado en Capacitación. S.f.), La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo.

Por otro lado se tiene también a uno de los autores representantes de la Administración y recursos humanos Idalberto Chiavenato (citado en Capacitación. S.f.), quien describe que la capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual. Y con esto me refiero a que vivimos en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso es debemos estar siempre actualizados. Por lo tanto las empresas se ven obligadas a encontrar e instrumentar mecanismos que les garanticen resultados exitosos en este dinámico entorno. Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su recurso máspreciado (su personal) debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitando permanentemente (Montoya, 2013).

Las personas son esenciales para la organización y en una época de competencia extrema, su importancia estratégica está en aumento. El éxito de una organización depende cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus trabajadores. Cuando el talento de los empleados es valioso, raro y difícil de imitar y sobre todo organizado, una empresa puede alcanzar ventajas competitivas que se apoyan en las personas.

2.2.3.2 Beneficios de la capacitación

Los beneficios que se obtiene mediante la capacitación son muchos, pero todos ellos se enfocan al mejoramiento del producto o servicio y por ende a la rentabilidad de la empresa. A continuación se mencionan algunos beneficios para la empresa:

- Ayuda a prevenir riesgos de trabajo.

- Produce actitudes más positivas.
- Aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del personal.
- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño.
- Crea una mejor imagen de la empresa.
- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación jefe-subordinados.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Ayuda a solucionar problemas.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización.

Sin embargo se pueden mencionar otros tipos de beneficios tanto para el individuo y otros tipos de beneficios que se mencionan a continuación.

- Ayuda a la persona a solucionar problemas y tomar decisiones.
- Favorece la confianza y desarrollo personal.
- Ayuda a la formación de líderes.
- Mejora las habilidades de comunicación y de manejo de conflictos.
- Aumenta el nivel de satisfacción con el puesto.
- Ayuda a lograr las metas individuales.

- Favorece un sentido de progreso en el trabajo y como persona.
- Disminuye temores de incompetencia o ignorancia.
- Favorece la promoción hacia puestos de mayor responsabilidad.
- Mejora el desempeño.

Entre otros beneficios se tienen:

- Mejora la comunicación intergrupala.
- Ayuda a integrar mejor al personal con la empresa.
- Apoya la adopción de las políticas de la empresa.
- Ayuda a la integración de grupos de trabajo.
- Mejora el clima organizacional.
- Convierte a la empresa en un mejor lugar para trabajar y vivir.

La inversión que haga la empresa en capacitación la favorecerá en el cumplimiento de sus objetivos, metas, planes, etc., logrando mayor efectividad en el personal, mayor satisfacción en el trabajo y, por lo tanto, mayor productividad en la empresa para enfrentar mejor el futuro (Instituto Nacional del emprendedor, s.f).

2.2.3.3 Tipos de capacitación

Según el Instituto Nacional del emprendedor (s.f.), menciona que para fines prácticos se acostumbra dividir la capacitación en tres grandes rubros:

1) Capacitación para el trabajo

Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

Se divide a su vez en:

- a) Capacitación de preingreso. Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto.
- b) Inducción. Es una serie de actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto, a su grupo, a su jefe y a la empresa, en general.
- c) Capacitación promocional. Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

2) Capacitación en el trabajo

Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa.

3) Desarrollo

Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

Para que los objetivos de una empresa se logren plenamente, es necesaria la función de capacitación que permite que el personal desempeñe correctamente sus funciones, además de prever necesidades futuras respecto a la preparación y habilidad de los trabajadores.

2.2.3.4 El proceso de capacitación

De acuerdo a la misma Guía del emprendedor el Instituto Nacional del emprendedor (s.f.), menciona que la capacitación debe tener los siguientes pasos, para que esta sea eficiente:

- Primer paso: detección de necesidades
- Segundo paso: clasificación y jerarquización de necesidades
- Tercer paso: definición de objetivos
- Cuarto paso: elaboración del programa
- Quinto paso: ejecución
- Sexto paso: evaluación de resultados

Para elaborar un programa de capacitación el primer paso es detectar las necesidades de la empresa. Aplicar técnicas adecuadas para este fin elimina el "capacitar por capacitar".

El segundo paso es clasificar y jerarquizar esas necesidades. Esto es, se tienen que clasificar y ordenar para decidir cuáles son las más urgentes, o más importantes, o cuáles requieren atención inmediata y cuáles se tienen que programar a largo plazo.

El tercer paso es definir los objetivos de capacitación, es decir, los para qué del programa. Estos objetivos tienen que formularse de manera clara, precisa y medible para más adelante, después de aplicar el programa, poder evaluar los resultados.

El cuarto paso es elaborar el programa de capacitación. En este momento se determina qué (contenido), cómo (técnicas y ayudas), dónde (lugar), cuándo (fechas, horarios), a quién (el grupo), quién (instructores), cuánto (presupuesto).

El quinto paso es ejecutar el programa, es decir, llevarlo a la práctica.

El sexto paso es evaluar los resultados del programa. Esto debe hacerse antes, durante y después de ejecutarlo.

2.2.4 Teoría de la rentabilidad

Para entender la rentabilidad, es necesario dar algunos conceptos acerca de este término: Según el diccionario de Definición ABC (s.f.), la rentabilidad es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

Del mismo modo, según 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.

2.2.4.1 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.

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.

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.

2.2.4.2 Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, 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.

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 rentabilidad del activo total).

Existen algunos ratios que pueden medir la rentabilidad de una empresa, estos 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.

a. Beneficio neto sobre recursos propios medios.

Es la rentabilidad que obtiene el accionista, medida 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.

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

b. Beneficio neto sobre ventas.

Este ratio engloba la rentabilidad total obtenida por unidad monetaria vendida. Incluye todos los conceptos por lo que la empresa obtiene ingresos o genera gastos. Ratios muy elevados de rentabilidad son muy positivos; éstos deberían ir acompañados por una política de retribución al accionista.

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

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.

$$\text{Rentabilidad de la empresa} = \frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Activo total neto}} = \frac{\text{Ingresos explotación} - \text{gastos explotación}}{\text{Activo} - \text{amortización} - \text{provisiones}}$$

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.

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

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 empresa.

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

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.

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

h. Rentabilidad de los capitales propios

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

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

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 beneficios, en forma de dividendo, por acción comprada.

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

j. Rentabilidad bursátil de la sociedad

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

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

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

$$\text{Rendimiento Cash - Flow sobre capitalización bursátil} = \frac{\text{Flujo de efectivo}}{\text{Capitalización bursátil}}$$

k. BPA: Beneficio por acción

Es el beneficio neto consolidado después de minoritarios, entre el número de acciones ajustadas. El crecimiento de este 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.

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

2.2.4.3 Rentabilidad económica y financiera

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.

En realidad, hay varias medidas posibles de rentabilidad, pero todas tienen la siguiente forma:

$$\text{Rentabilidad} = \text{Beneficios} / \text{Recursos financieros}$$

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 del 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:

$$\mathbf{RE = BE / AT}$$

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

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:

$$\mathbf{RF = BN / K}$$

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:

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

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:

$$\mathbf{RE = (V / AT) * (BE / V)}$$

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, sobredimensionada. 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:

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

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: $(BAT/BE) \cdot (AT/K)$.
- 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 este 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.

2.3 Marco conceptual

ASBANC. Asociación de Bancos.

Bono. Se refiere al certificado de deuda a largo plazo emitido por una compañía, el gobierno federal o por un gobierno estatal o local.

Capacidad de Gestión. La capacidad de gestión es la habilidad que tiene la persona para gestionar las tareas y procesos a su cargo en forma rápida y confiable; haciendo uso de la recursividad. y dinamismo que requiere el hacer que las cosas resulten.

Capacitación. La capacitación es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Es decir, es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia.

Capital de trabajo. El Capital Neto de Trabajo también puede concebirse como la proporción de activos circulantes financiados mediante fondos a largo plazo. Entendiendo como fondos a largo plazo la suma de los pasivos a largo plazo y el capital social de una Empresa.

Capital Humano. El capital humano es un concepto que remite a la productividad de los trabajadores en función de su formación y experiencia de

trabajo. El mismo busca dar cuenta de distintas ventajas en términos de generación de valor considerando al aporte humano que se realiza en un mercado determinado.

CMAC. Caja Municipal de Ahorro y Crpedito

Crédito. Un crédito es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado.

Crédito agrario. El crédito agropecuario es aquel destinado a financiar actividades productivas agropecuarias.

Crédito pignoritario. El crédito prendario es el préstamo que se concede contra una garantía que es una prenda o cosa de valor mueble. Empeñar es la denominación usual en el castellano para este tipo de acción.

Crédito hipotecario. Es un préstamo a mediano o largo plazo que se otorga para la compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda, compra de sitios, oficinas o locales comerciales, o para fines generales, es decir, los proyectos que el cliente que recibe el préstamo desee llevar a cabo.

Desempeño. Es el esfuerzo de una persona poniendo en práctica sus habilidades, rasgos, oportunidades físicas o mentales obteniendo un rendimiento profesional.

Diversificación estratégica. Diversificación Proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo.

EDPYME. Las EDPYMES son Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa orientadas a satisfacer la permanente demanda de servicios crediticios.

Evaluación de Riesgos. es la Investigación y análisis de los riesgos relevantes para limitar o reducir riesgos que afectan las actividades de las organizaciones.

Fideicomiso. Disposición por la cual un testador deja su herencia o parte de ella encomendada a una persona para que, en un caso y tiempo determinados, la transmita a otra o la invierta del modo que se le indica.

Fuentes de financiación. Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial. En el mundo empresarial, hay varios tipos de capital financiero al que pueden acceder acudir una empresa: la deuda, al aporte de los socios o a los recursos que la empresa genera.

Financiamiento. En términos generales, el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado.

Así mismo, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios.

Fuentes de Financiación. Identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas.

Gestión Empresarial. La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Porque para que una gestión determinada sea óptima y de por ende buenos resultados no solamente deberá hacer mejor las cosas sino que deberá hacer mejor aquellas cuestiones correctas que influyen directamente en el éxito y eso será asequible mediante la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, arrojen soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones.

Gestión Financiera. La gestión financiera consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar. En una empresa esta responsabilidad la tiene una sola persona: el gestor financiero. De esta manera podrá llevar un control adecuado y ordenado de los ingresos y gastos de la empresa.

Giro bancario. Un **giro bancario** es comúnmente comparado con un cheque, orden de pago o transferencia de dinero que se puede realizar entre dos entidades bancarias. La mayoría de las veces se utilizada para realizar un pago o enviar dinero a una persona que se encuentra en otro país

Inversiones. Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

Interés. es el cargo que se cobra al que toma prestado por utilizar el dinero o capital de otra persona o entidad.

Instrumentos Financiero. La definición de instrumento financiero es tan amplia como diversidad de instrumentos existen. Un instrumento financiero es una herramienta intangible, un servicio o producto ofrecido por una entidad financiera, intermediario, agente económico o cualquier ente con autoridad y potestad necesaria para poder ofrecerlo o demandarlo.

Licencias. Son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.

Micro y pequeñas empresas. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPES, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

Mediana Empresa. Se refiere a toda unidad de producción que realiza actividades de transformación, servicios o comerciales con la participación directa del propietario y un máximo de sesenta trabajadores.

Modelo de Capacitación. Es la representación ideal y práctica del proceso de capacitación y desarrollo, que comprende un esquema explicativo de las operaciones que se deben realizar para su debido cumplimiento con el fin de mejorar el proceso de enseñanza, optimizar la capacidad y fomentar el desarrollo del docente universitario.

Percepción. Es la función psíquica que permite al organismo, a través de los sentidos, recibir, elaborar e interpretar la información proveniente de su entorno.

Planeación: es la acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes, ámbito, niveles y actitudes. Implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente.

Potencial Humano. El potencial humano se define como lo que el hombre es capaz de hacer, el potencial que tiene una persona en su interior y obviamente dicho potencial se puede entrenar.

Rentabilidad. La rentabilidad, se puede definir que es un ratio económico 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

Rentabilidad Empresarial. La rentabilidad se refiere a la capacidad de generar beneficios, de modo que los ingresos sean suficientes para recuperar las

inversiones, cubrir los costos operacionales y obtener un beneficio adicional o ganancia.

Responsable: es aquel que sin realizar el hecho imponible, se encuentra obligado a cumplir con la obligación tributaria. Es un deudor por cuenta ajena.

Riesgo: es la probabilidad de incurrir una pérdida por cambios imprevistos en el precio o rendimiento de una inversión.

Retención: Es la obligación que tiene el comprador de bienes y servicios, de no entregar el valor total de la compra al proveedor, sino de guardar o retener un porcentaje en concepto de impuestos. Este valor debe ser entregado al Estado a nombre del contribuyente, para quien esta retención le significa un prepago o anticipo de impuestos.

Tasa: Es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero.

Tejido empresarial. Los hilos de la Economía, se mueven entre la Riqueza, que no es más, que la miseria pero con un MAS. Toda ganancia, nace de la necesidad. Dios no es más. Es el prototipo del sueño, por no quedarse sin nada. Tejiendo un día, unos hipotéticos intereses, hizo un verso, a la Soledad. Quise ser reina soñaba con volar. Hice encajes, cosí hilvanes, y se quedó el tejido, en algo Empresarial.

Zona Rentable. Normalmente, se considera que cuando se trata de negocios, contar con una buena porción de mercado lo es todo. Es decir, la compañía que tenga una mayor porción de mercado generará las mayores ganancias. Sin embargo, según la filosofía de la “zona rentable”, las mayores ganancias son

obtenidas por quien domine el área del mercado que concentre la mayor cantidad de valor añadido, independientemente del tamaño de la porción de mercado con la que cuente.

Unidad de Impositiva Tributaria (UIT) son normas tributarias para determinar las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere conveniente el legislador.

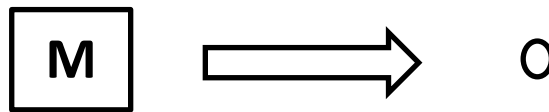
Valor de la Empresa. El valor de empresa es una de las métricas más utilizadas en la valoración financiera en general y en el value investing en particular. En este artículo veremos la definición de valor de empresa, su cálculo con un ejemplo y soluciones a posibles problemas y finalmente analizaremos el caso concreto del valor de empresa negativo.

III. METODOLOGÍA.

3.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo- cuantitativo.

- No experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.
- Transversal porque se realizó en un determinado tiempo.
- Descriptivo porque consistió en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos.
- Cuantitativo porque la recolección de los datos se fundamentó en el uso de procedimientos e instrumentos de medición.



Donde:

M : Representa la muestra

O : Representa lo que observamos

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población:

La población estuvo conformada por 20 restaurantes de comida criolla ubicados en el distrito de Surquillo Cercado.

3.2.2 Muestra

Se tomó como muestra el 100% de la población, comprendida por 20 restaurantes en el distrito de Surquillo Cercado, debido a que esta población de restaurantes de comida criolla fue pequeña.

3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1. *Operacionalización de las variables.*

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Item
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

			<ul style="list-style-type: none"> • Técnica • Universitaria
		Cargo que desempeña en la empresa	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Dueño • 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.
		Número de empresarios que solicitan préstamo en 2015	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
		Porcentaje de financiamiento según fuente	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Personal • Bancario • EDPYME • Prestamista

Financiamiento	Consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes y servicios. Este financiamiento se canaliza a través de créditos o préstamos. Es la forma como el empresario de una MYPE obtiene recursos para iniciar sus actividades comerciales.	Porcentaje de financiamiento según destino	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de estructura del local • Insumos • Publicidad • Capacitación
		Cantidad de préstamo obtenido en soles	Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 1000 – 2500 • 2501 – 5000 • 5001 – 7500 • 7501 – 10000 • 10001 a más
		Escala de tiempo que se otorgó el crédito	Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 6 meses • 12 meses • 18 meses • 24 meses
		MYPES que perciben que elevaron sus ventas	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		Número de MYPES que tuvieron inconvenientes al solicitar el crédito	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
		Tipo de inconveniente	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • No tenía historial crediticio • Muchos trámites • Estaba en Central de Riesgo
			MYPES que recibieron

Capacitación	Son algunas características relacionadas a la capacitación del personal en las MYPES	capacitación para el otorgamiento del crédito	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		MYPES que capacitan a su personal	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		Tipo de capacitación según MYPE	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Atención al Cliente • Técnicas de venta • BPM
		MYPES que consideran la capacitación como inversión	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
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

Elaboración propia.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

- La técnica empleadas para el recojo de la información fue la encuesta.

- Fuentes bibliográficas como libros, tesis y artículos científicos.
- Se ha visitado en el internet páginas web relacionadas al tema de investigación.

3.4.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó para conseguir los datos de la investigación fue un cuestionario estructurado de 23 preguntas distribuidas en cuatro partes, las 05 primeras preguntas están relacionadas al perfil del emprendedor, la segunda parte con 04 preguntas es sobre las características de la MYPE, la tercera parte contiene 08 preguntas sobre el financiamiento, la cuarta parte consta de 04 preguntas relacionadas con la capacitación y la quinta tiene 02 preguntas referidas al financiamiento. (Ver anexo 03)

3.5 Plan de análisis

Una vez recabados los datos a través de la aplicación del cuestionario, fueron ingresados a una base de datos en el Programa Informático Microsoft Excel para su respectivo procesamiento.

Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales con sus respectivos gráficos estadísticos, lo cual permitió realizar un análisis descriptivo de las variables en estudio en la presente investigación.

3.6 Matriz de consistencia

Tabla 2. *Matriz de consistencia.*

Problema de investigación	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
<p>Pregunta general:</p> <p>¿Cuáles son las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Surquillo Cercado, provincia y departamento de Lima, período 2014- 2015?</p>	<p>Objetivo General: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Surquillo Cercado, provincia y departamento de Lima, período 2014- 2015.</p> <p>Objetivo específico 1: Determinar el perfil de los empresarios de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 2: Determinar las características de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 3: Determinar las características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 4: Determinar las características de la capacitación de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 4: Determinar las características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio.</p>	<p>Variable 1: Financiamiento</p> <p>Variable 2: Capacitación.</p> <p>Variable 3: Rentabilidad</p>	<p>Población: 20 restaurantes</p> <p>Muestra: 20 Restaurantes</p>	<p>Diseño: No experimental- Transversal - Descriptivo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p>

Elaboración propia.

3.7 Principios éticos

- Responsabilidad para asumir el contenido de la tesis.
- Veracidad en los argumentos, cifras y datos citados.
- Respeto al derecho de autor, por el uso de citas o ideas de otros autores.
- Confidencialidad de la información brindada por los encuestados.
- Respeto a la dignidad de las personas.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados.

Tabla 3. *Sobre el perfil de los empresarios de las MYPES.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Edad del encuestado (años)		
De 20 a 30 años	0	0.00%
De 31 a 40 años	3	15.00%
De 41 a 50 años	10	50.00%
De 51 a 60 años	7	35.00%
TOTAL	20	100.00%
Estado Civil del encuestado		
Soltero	3	15.00%
Casado	12	60.00%
Conviviente	2	10.00%
Divorciado o separado	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Género del encuestado		
Femenino	4	20.00%
Masculino	16	80.00%
TOTAL	20	100.00%
Grado de instrucción del encuestado		
Primaria	0	0.00%
Secundaria	0	0.00%
Técnica	12	60.00%
Universitaria	8	40.00%
TOTAL	20	100.00%
Cargo en la empresa del encuestado		
Dueño	12	60.00%
Administrador	8	40.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Interpretación.

El 15.00% de los emprendedores de los restaurantes del distrito de Surquillo Cercado tienen entre 31 a 40 años de edad, el 50% entre 41 a 50 años y el 35% entre 51 a 60 años (Tabla 3).

En cuanto al estado civil de los empresarios, la Tabla 3, muestra que el 15% es soltero, el 60% es casado, el 10% es conviviente y el 15% es divorciado.

La Tabla 3, muestra que el 20% de los empresarios son de sexo femenino, mientras que el 80% es de sexo masculino.

La Tabla 3, muestra que el 60% de los empresarios tiene educación técnica y el 40% tienen educación superior universitaria.

La Tabla 3, muestra que el 60% de los encuestados eran sueños del restaurante y el 40% eran administradores del establecimiento.

Tabla 4. *Sobre las características de las MYPES.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de funcionamiento en el mercado		
1 a 5	9	45.00%
6 a 10	4	20.00%
11 a 15	4	20.00%
16 a más	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Cantidad de trabajadores		
1 a 5	6	30.00%
6 a 10	14	70.00%
TOTAL	20	100.00%
Nivel de formalización		
SUNAT	20	100.00%
Municipalidad	20	100.00%
Persona Natural	4	20.00%
Persona Jurídica	16	80.00%
Régimen tributario		
Régimen Único Simplificado	4	20.00%
Régimen Especial de Renta	16	80.00%
Régimen General	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Interpretación.

La Tabla 4, muestra que el 45% de los restaurantes tienen entre 1 a 5 años de permanencia en el mercado, el 20% tienen entre 6 a 10 años, el 20% entre 11 a 15 años y el 15% entre 16 a 20 años.

En cuanto a la cantidad de trabajadores se tiene que la Tabla 4, muestra que el 30% de las MYPES tienen entre 1 a 5 trabajadores y el 70% tienen entre 6 a 10 trabajadores.

De acuerdo a la Tabla 4, se tiene que el 100% de los restaurantes están formalizados ante SUNAT, el 100% tienen licencia de funcionamiento, el 20% es Persona Natural con Negocio y el 80% es Persona Jurídica.

En cuanto al tipo de régimen tributario, se tiene que el 20% está en el Nuevo Régimen Único Simplificado y el 80% se encuentra en el Régimen Especial de Renta (Tabla 4).

Tabla 5. *Sobre las características del financiamiento de las MYPES.*

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Empresas que solicitaron crédito		
Si	17	85.00%
No	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Fuente de financiamiento de la MYPE		
Personal	3	15.00%
Bancario	10	50.00%
EDPYME	5	25.00%
Prestamista	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%
Destino del financiamiento		
Mejoramiento de infraestructura del local	8	40.00%
Insumos	3	15.00%
Publicidad	6	30.00%
Capacitación	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Monto del préstamo		
1000 a 2500	2	10.00%
2501 a 5000	2	10.00%
5001 a 7500	7	35.00%
7501 a 10000	7	35.00%
10001 a más	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%
Período de pago del préstamo		

6 meses	0	0.00%
12 meses	2	10.00%
18 meses	5	25.00%
24 meses	13	65.00%
TOTAL	20	100.00%
MYPES que perciben que mejoraron las ventas después del financiamiento		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Inconvenientes al momento de solicitar el crédito		
Si	17	85.00%
No	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%
Tipo de inconvenientes		
No contaba con historial crediticio	4	20.00%
Muchos trámites	6	30.00%
Estaba en Central de Riesgos	7	35.00%
No tuvo inconvenientes	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Interpretación.

En la Tabla 5, muestra que el 85% de los restaurantes solicitaron crédito en algún momento del tiempo de vida de sus empresas y el 15% nunca lo solicitó.

En cuanto a la fuente de financiamiento, se tiene que el 15% tienen como fuente de financiamiento los ahorros personales, el 50% créditos bancarios, el 25% proviene de las Edpymes y el 10% provino de prestamistas.

En la Tabla 5, se muestra que el 40% del financiamiento se empleó en mejoramiento de sus locales, el 15% en compra de insumos, el 30% en publicidad y el 15% en capacitación.

En cuanto al monto obtenido de los préstamos, se tiene que el 10% fue de S/. 1000 a S/. 2500 nuevos soles, el 10% entre S/. 2501 a S/. 5000, el 35% entre S/. 5001 a S/. 7500, el 35% entre S/. 7501 a S/. 10000 y el 10% entre S/. 10001 a más.

De acuerdo a lo registrado en la Tabla 5, se tiene que el 10% de los préstamos se pagó en 12 meses, el 36% en 18 meses y el 65% en 24 meses.

En cuanto al mejoramiento de las ventas después del financiamiento, el 100% percibió haber mejorado sus ventas (Tabla 5).

La Tabla 5, muestra que el 85% de los restaurantes si registró inconvenientes a la hora de solicitar el crédito y el 15% no tuvo problemas.

En cuanto a los tipos de inconvenientes se registró en la Tabla 5, que el 20% no contaba con historial crediticio, el 30% manifestó que eran muchos trámites, el 35% estaba en la Central de Riesgos y el 15% no tuvo inconvenientes.

Tabla 6. *Sobre las características de la capacitación de las MYPES.*

Recibió Ud. capacitación para el otorgamiento del crédito		
Si	12	60.00%
No	8	40.00%
TOTAL	20	100.00%
MYPE que capacitó a su personal		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
Cursos de capacitación según número de MYPES		
Servicio de Atención al Cliente	20	100.00%
Técnicas de ventas	20	100.00%
Buenas Prácticas de Manipuleo	20	100.00%
Considera que la capacitación es una inversión		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Interpretación.

El 60% de las empresas recibió capacitación con motivo del otorgamiento del crédito y el 40% no recibió ningún tipo de capacitación (Tabla 6).

La Tabla 6, muestra que el 100% de las empresas capacitó a su personal.

La Tabla 6, muestra que el 100% de las empresas capacitó a su personal en Servicio de Atención al Cliente, Técnicas de ventas y en Buenas Prácticas de Manipuleo.

El 100% de las empresas considera a la capacitación como una inversión (Tabla 6).

Tabla 7. *Sobre las características de la rentabilidad de las MYPES.*

MYPES que perciben que mejoraron su rentabilidad después del financiamiento		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%
MYPES que perciben que son rentable		
Si	20	100.00%
No	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Interpretación.

De acuerdo a los datos registrados en la Tabla 6, se tiene que el 100% percibió que el financiamiento mejoró la rentabilidad de la empresa.

De acuerdo a las respuestas obtenidas en la Tabla 6, se muestra que el 100% de los restaurantes percibe que son rentables.

4.2 Análisis de resultados:

Sobre el perfil de los empresarios de las MYPES.

La mayoría de los empresarios, es decir el 50% tienen entre 41 a 50 años de edad, pero también existe un porcentaje alto de empresarios que están entre 51 a 60 años de edad (Tabla 3), esto demuestra que los emprendedores en este rubro tienen experiencia y años trabajando en el mercado en este rubro.

El 60% de empresarios es casado (Tabla 3), esta es una característica de los empresarios que demuestran que ya tienen una familia constituida y que a pesar de las responsabilidades en casa aún permanecen en el mercado con sus emprendimientos.

También se muestra en la Tabla 3, que el 80% de los empresarios es de género masculino, sin embargo si bien es cierto el porcentaje de mujeres es alto, esta situación es relativa pues el papel de la mujer en la actualidad ha tomado mayor relevancia.

Se tiene que el 60% de los empresarios tienen una instrucción técnica y el 40% tienen educación universitaria (Tabla 3). Es importante que quienes dirigen una empresa tengan el perfil profesional adecuado para que puedan llevar bien las riendas de un negocio y utilizar las herramientas adecuadas para poder competir en un mercado competitivo como el actual.

Sobre las características de las MYPES.

Se tiene que el 45% de las MYPES tienen entre 1 a 5 años en el mercado, pero el 55% tienen más de 5 años (Tabla 4). Estas cifras nos muestran que existen muchas empresas que tienen experiencia en el mercado y que perduran por muchos años, pero también es necesario recalcar que existen nuevos emprendimientos en esa zona de Lima que vienen realizando inversiones desde hace 5 años.

El 70% de los restaurantes cuenta con un promedio de 6 a 10 trabajadores (tabla 4). Para el tipo de empresa como los restaurantes donde lo primordial es el servicio, la sazón y la presentación del local, es importante que tengan mano de obra calificada e intensiva, pues las labores que realizan en estos establecimientos es ardua.

En cuanto al nivel de formalización, se tiene que el 100% tienen RUC y licencia de funcionamiento (Tabla 4), esto demuestra que estas empresas se encuentran formalizadas, además lo garantiza la cantidad de años que se encuentran en el mercado,

además que en esta parte de Lima, es decir el distrito de Surquillo Cercado, los restaurantes se encuentran ubicados en una zona de alto tránsito.

Se tiene que la mayoría de las empresas se encuentra en el Régimen Especial de Renta (Tabla 3), pues este régimen les permite trabajar e ir pagando los impuestos progresivamente, les exige una contabilidad parcial y pueden emitir facturas y boletas de venta.

Sobre las características del financiamiento de las MYPES.

El 85% de los empresarios ha solicitado préstamo en alguna etapa de la vida de la empresa (Tabla 5), esto se debe a que toda empresa requiere de recursos para poder crecer y es por ello que las empresas solicitan crédito.

La mayor fuente de financiamiento fue la bancaria con 50% (Tabla 5), pero tampoco dejan de lado otras fuentes de financiamiento que van desde la personal, hasta la de los mismos usureros.

En cuanto al destino del financiamiento, se tiene que el 405 de las MYPES lo ha empleado en mejoramiento del local (Tabla 5). Siendo una empresa de expendio de alimentos, es importante que el lugar donde se desarrolle la actividad sea un lugar pulcro y agradable, es por ello que los empresarios se esmeran en decorar de la mejor forma sus establecimientos haciendo los arreglos necesarios para ser atractivas.

En cuanto al monto del financiamiento se tiene que la mayoría de las MYPES ha solicitado préstamos por más de S/. 2500 nuevos soles (Tabla 5), tal como se había

mencionado anteriormente las empresas requieren del financiamiento y se apalancan para poder crecer y obtener resultados.

El 65% de las empresa pagó su préstamo en 2 años (Tabla 5), esto se debe a que realizaron préstamos por montos altos y aunque la rotación de venta en un restaurante es alta, ellos solicitaron por más tiempo el dinero.

En cuanto a los inconvenientes, se tiene que el 85% reportó algún tipo de inconveniente a la hora de solicitar el crédito (Tabla 5), estos inconvenientes fueron de diferente índole, desde que no contaban con algún tipo de documentación hasta la demora en otorgar el crédito.

En relación a la pregunta anterior, se tiene que los tipos de inconvenientes que los empresarios tuvieron fueron diversos, es así que el mayor porcentaje (35%) lo tuvieron aquellos que se encontraban en un central de riesgo (Tabla 5). Comúnmente aquellas personas naturales o jurídicas que no han tenido un buen comportamiento financiero, es decir, no han pagado sus deudas a tiempo o aún mantienen una deuda impaga, pasado un período las entidades financieras las reportan como clientes morosos y malogran su historial crediticio.

Sobre las características de la capacitación de las MYPES.

El 60% de las MYPES ha recibido capacitación antes del otorgamiento del crédito (Tabla 6), esta capacitación se refiere a la que la empresa que otorgó el crédito se la dio o simplemente los empresarios un lugar donde capacitarse para mejorar sus competencias.

El 100% de las MYPES ha capacitado a su personal (Tabla 6), esto demuestra el alto nivel de compromiso que tienen los empresarios con su propio personal, pero también han comprendido que la única forma de ser competitivo es ser mejor que los demás en diferentes aspectos.

El 100% de las MYPES obtuvo capacitación en temas relacionados a sus labores (Tabla 6), sin embargo es necesario mencionar que los cursos escogidos por ellos mismo son relacionados a los temas de su trabajo, además el tipo de capacitación que llevaron fue externa.

El 100% de las MYPES considera que la capacitación es una inversión (Tabla 6). Si la empresa se da cuenta que después de la capacitación los empleados mejoran sus capacidades y sobre todo mejoran sus costos y se eleva la productividad, entonces lo va a considerar una inversión, pero si la inversión en capacitación no le reditúa ganancias entonces desistirá de volver hacerlo.

Sobre las características de la rentabilidad de las MYPES.

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 (Tabla 7), 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.

En cuanto al aumento en ventas, también se reporta que el 100% indica que percibieron que sus ventas se elevaron (Tabla 7), esto es lógico si es que se integran otros factores

como la publicidad, pues si los empleadores mandan a capacitar a sus empleados, es seguro que sus capacidades mejorarán también y esto debe saber los clientes.

El 100% de los empresarios percibe que sus empresas son rentables (Tabla 7). 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.

V. CONCLUSIONES

Sobre el perfil de los empresarios.

- La mayoría de los emprendedores tienen entre 41 a 50 años de edad, es casado y es de género masculino.
- La mayoría de los emprendedores tienen educación Técnica y es dueño de la empresa.

Sobre las características de las MYPES.

- La mayoría de las MYPES tienen entre 1 a 5 años de permanencia en el mercado y tienen entre 6 a 10 trabajadores.
- La totalidad de las MYPES tienen RUC, licencia de funcionamiento. la mayoría es Persona Jurídica y se encuentra en el Régimen Especial de Renta.

Sobre las características del financiamiento de las MYPES.

- La mayoría de las MYPES ha recibido financiamiento, el cual ha proveniendo de fuentes de financiamiento bancario.
- La mayoría de las MYPES ha invertido el financiamiento en mejoramiento del local, y el financiamiento obtenido fue entre S/. 5001 a S/. 10000 nuevos soles.
- La mayoría de las MYPES pagó el préstamo en 24 meses, tuvo inconvenientes a la hora de solicitar el crédito y gran parte de ellos tuvo como inconveniente estar en una central de riesgo.

Sobre las características de la capacitación de las MYPES.

- La mayoría de las MYPES ha recibido capacitación después de recibir el financiamiento y la totalidad ha capacitado a su personal.
- La totalidad de las MYPES ha capacitado a su personal en cursos de Servicio de Atención al cliente, Técnicas de ventas y Buenas Prácticas de Manipuleo.
- La totalidad de las empresas considera que la capacitación es una inversión.

Sobre las características de la rentabilidad de las MYPES.

- La totalidad de las MYPES perciben que han mejorado su rentabilidad después del financiamiento obtenido y además perciben que sus negocios son rentables.

Conclusión general

El financiamiento y la capacitación han sido aspectos importantes en los restaurantes del distrito de Surquillo Cercado, los empresarios han percibido que el financiamiento ha mejorado su rentabilidad y la capacitación ha sido una inversión que han realizado y que ha permitido alcanzar dicha rentabilidad. Es por ello que perciben que sus empresas son rentables.

Referencias bibliográficas

Anticona, A. (2013). Caracterización del financiamiento y la caracterización, de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, período 2010-2011 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Palasca, Perú.

ASBANC. (2013, 16 de octubre). Asbanc: Prestamistas informales cobran tasas de hasta 10,488% al año. RPP Noticias. Recuperado de <http://rpp.pe/economia/economia/asbanc-prestamistas-informales-cobran-tasas-de-hasta-10488-al-ano-noticia-640071>

Boletín Empresarial. (2012). Prestamistas informales cobran hasta 10% al día a comerciantes. Recuperado de <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=13638>

Castillo, J. (2015). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes, en el distrito de Jesús María - provincia y departamento de Lima, periodo 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú.

Capacitación. (s.f.). Administración de recursos humanos. Recuperado de <https://arecursoshumanos.wordpress.com/2013/11/05/capacitacion/>

- Celdran, D. (2012, 06 de octubre). *Análisis de la rentabilidad de la empresa*. Ámbito financiero. Recuperado de <http://ambito-financiero.com/rentabilidad-empresa-analisis/>
- Crece Negocios. (2013, 19 de octubre). Formas de financiar la creación de un negocio. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/formas-de-financiar-la-creacion-de-un-negocio/>
- Cruz, M. (2013). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo año 2012* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú.
- Definición ABC. (s.f.). Definición de Rentabilidad. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/rentabilidad.php>
- El Comercio. (2014, 15 de julio). 13.5% aportaron las MYPES al PBI 2013. Recuperado de <http://diariocorreo.pe/economia/13-5-aportaron-las-mype-al-pbi-en-2013-19055/>
- Derecho en Red. (2013, 26 de febrero). Economía, concepto de utilidad. Recuperado de <http://www.economia.so/2013/02/concepto-de-utilidad.html>
- FEPCMAC. (2012). Cajas Municipales: una realidad en microfinanzas con rol social. Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

Financiamiento.com. (s.f.). ¿Qué es el financiamiento?. Recuperado de <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>

Gallardo, D. (2014, 8 de agosto). Estructura de financiamiento. Recuperado de <http://fuentesdefinanciamientopymesgal.blogspot.pe/2014/08/estructura-de-financiamiento.html>

Heredia, M. & Quintero, N. (2014) Tesis denominada: “*Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia*” (Tesis de Maestría). Universidad EAFIT. Colombia. Recuperado de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5390/Mar%C3%ADaHeredia_NatalieQuintero_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y

InfoMYPE. (s.f.). Productos financieros EDPYMES. Ministerio de la Producción. Recuperado de <http://www.crecemype.pe/portal/mype/www/productos05.html>

INEI (2013, 30 de junio). INEI: EL 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas empresas, pero las grandes concentran el 79% de ventas. *Emprende*. Recuperado de <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>

Instituto Nacional del emprendedor. (s.f.). La capacitación en las PyMEs. *Guías Empresariales*. Recuperado de

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=>

8

Lerma, A. Martín, A. Castro, A. Flores, E. Martínez, H. Mercado, C. & Valdés, L. (2007). *Liderazgo emprendedor: Cómo se un emprendedor de éxito y no morir en el intento*. México: Cengage Learning Editores, S.A. Recuperado de <http://books.google.com.pe/books?id=9XCUjcSKhAgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Maradona, S. (2014, 14 de julio). Agiotistas: créditos rápidos. Recuperado de <http://www.creditos.com.mx/agiotistas-creditos-rapidos/>

Medina, S. (2014). *Financiamiento y capacitación en las MYPES de servicios, rubro restaurantes de la provincia de Piura, 2012* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú.

Mendo, C. (2011). *Caracterización del financiamiento y competitividad de micro y pequeñas empresas de licorerías* (Tesis de pregrado).

Montoya, P. (2013, 11 de setiembre). La importancia de la capacitación al cliente interno. Recuperado de <https://utplaplicacion.wordpress.com/2013/09/11/la-importancia-de-la-capacitacion-al-cliente-interno/>

Otero, R. (2013). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el*

distrito, provincia y departamento de San Martín, período 2012 – 2013 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. San Martín, Perú.

Panorama Cajamarquino. (2009, 09 de diciembre). Las MYPES: micro y pequeñas empresas. *Ráfaga económica*. Recuperado de <http://www.panoramacajamarquino.com/noticia/las-mypes-micro-y-pequenas-empresas/>

Perú 21. (2013, 09 de marzo). Financiamiento a sector restaurante y hoteles crecería más del 19%. Recuperado de <http://peru21.pe/economia/financiamiento-sector-restaurantes-y-hoteles-creceria-mas-19-2120934>

Rosales, J. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hostales y restaurantes de la ciudad de Tumbes, departamento de Tumbes – período 2012 – 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tumbes, Perú.

Sagástegui, M. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, período 2008- 2009* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.

Santander, C. (2013). Estrategias para inducir a la formalidad de la MYPE de la Industria Gráfica – Offset por medio de gestión competitiva. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4961/SANTANDER_CJUNO_CINTYA_INDUSTRIA_GRAFICA.pdf?sequence=1

Universidad de Piura (s.f.). Evolución de las EDPYMES. Biblioteca virtual. Recuperado de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/bibvirudep/tesis/pdf/1_111_204_70_1031.pdf

Vega, I. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles y restaurantes en la provincia y departamento de Huancavelica, periodo 2012-2013*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huancavelica, Perú.

Anexos:

Anexo 1.

Meses	Marzo				Abril				Ma yo
	Se m 01	Se m 02	Se m 03	Se m 04	Se m 05	Se m 06	Se m 07	Se m 08	Se m 09
Planteamiento del problema	X								
Presentar antecedentes del estudio		X							
Presentar marco teórico		X							
Elaboración y validación de encuesta		X							
Verificación de procesamiento de información de encuestas		X	X						
Presentar resultados				X					
Presentar Proyecto de tesis						X			
Presentar informe final					X				
Levantar observaciones de informe					X	X			
Presentar artículo científico							X		
Presentar ponencia							X		
Sustentación en salón de clase						X	X		
Sustentación en Prebanca								X	
Sustentación de tesis ante Jurado evaluador									X

Elaboración propia

Anexo 2. Presupuesto

Actividades	Costo S/.
Asesorías	1000
Impresiones y copias	500
Compra de material bibliográfico	300
Internet	150
Pasajes	300
Materiales diversos	500
Implementación de encuestas	500
Alimentación	300
Pago de bachillerato	1500
Pago de curso de cocurricular	1700
Pago de Título	1300
Total	8050

Anexo 3. Encuesta.

Sobre el perfil de los empresarios de las MYPES

1. ¿Qué edad tienen?
 - De 20 a 30 años ()
 - De 31 a 40 años ()
 - De 41 a 50 años ()
 - De 51 a 60 años ()

2. ¿Cuál es su estado civil?
 - Soltero ()
 - Casado ()
 - Conviviente ()
 - Divorciado o separado ()

3. ¿Género del emprendedor?
 - Femenino ()
 - Masculino ()

4. ¿Qué grado de instrucción tiene?
 - Primaria ()
 - Secundaria ()
 - Técnica ()
 - Universitaria ()

5. ¿Qué cargo tiene en la empresa?
 - Dueño ()
 - Administrador ()

Sobre las características de las MYPES

6. ¿Cuántos años de funcionamiento tienen en el mercado?
 - 1 a 5 años ()
 - 6 a 10 años ()
 - 11 a 15 años ()
 - 16 a más ()

7. ¿Cuántos trabajadores tiene?
 - 1 a 5 ()
 - 6 a 10 ()

8. ¿Cuál es su nivel de formalización?
- SUNAT ()
 - Municipalidad ()
 - Persona Natural ()
 - Persona Jurídica ()
9. ¿En qué tipo de régimen tributario se encuentra?
- Régimen Único Simplificado ()
 - Régimen Especial de Renta ()
 - Régimen General ()

Sobre las características del financiamiento de las MYPES

10. ¿Ha obtenido algún préstamo en el trayecto de su permanencia en el mercado?
- Si ()
 - No ()
11. ¿Cuál fue la fuente de su financiamiento?
- Personal ()
 - Bancario ()
 - EDPYME ()
 - Prestamista ()
12. ¿Cuál fue el destino del préstamo?
- Mejoramiento de infraestructura del local ()
 - Insumos ()
 - Publicidad ()
 - Capacitación ()
13. ¿Cuál fue el monto del préstamo?
- 1000 a 2500 ()
 - 2501 a 5000 ()
 - 5001 a 7500 ()
 - 7501 a 10000 ()
 - 10001 a más ()
14. ¿En qué período pagó su crédito?
- 6 meses ()
 - 12 meses ()
 - 18 meses ()
 - 24 meses ()

15. ¿Mejoraron sus ventas después del financiamiento?

Si () No ()

16. ¿Ha tenido inconvenientes antes de solicitar el préstamo?

- SI ()
- NO ()

17. ¿Qué tipo de inconveniente tuvo?

- No tenía historial crediticio ()
- Muchos trámites ()
- Estaba en la Central de Riesgo ()
- No tuvo inconvenientes ()

Sobre las características de la capacitación de las MYPES

18. ¿ha recibido capacitación para el otorgamiento del crédito?

- Si ()
- No ()

19. ¿Ha capacitado a su personal?

- Si ()
- No ()

20. ¿Qué tipo de capacitación ha tenido?

- Servicio de atención al cliente ()
- Técnicas de ventas ()
- BPM ()

21. ¿Considera a la capacitación como una inversión?

- Si ()
- No ()

Sobre la rentabilidad

22. ¿Mejóro su rentabilidad después del financiamiento?

Si () No ()

23. ¿Considera su empresa rentable?

Si () No ()

Encuesta validada por el Lic. Willy Gastello Mathews.

Anexo 4. Lista de empresas encuestadas

N°	Nombre de MYPES	Dirección	Persona Entrevistada	Cargo
1	Bodega Queirolo	Av. Aviación 3898 Surquillo	Ernesto Queirolo (hijo)	Administrador
2	Rincón Chinchano	Jr. Gonzales Prada 680 Surquillo	No se Identifico	Azafata
3	Rinconcito de Tiabaya	Jr. San Miguel 962 Surquillo	No se Identifico	Recepción
4	Rest. El Gran Combo	Av. Angamos 1645 Surquillo	No se Identifico	Azafata
5	Criollo El Chino	Av. Angamos 1615 Surquillo	No se Identifico	Recepción
6	La Picantería	Jr. Santa Rosa 388 Surquillo	No se Identifico	Recepción
7	Restaurant 1250	Jr. José Manuel Iturregui 1250 Surquillo	No se Identifico	Administrador
8	El sabor Gordo	Av. Principal 409 Surquillo	No se Identifico	Azafata
9	Bambús	Av. Angamos 1807 Surquillo	Johnny Jo Choy	Administrador
10	Todos Vuelven	Cl. Los Negocios 365 Surquillo	No se Identifico	Azafata
11	Chez María	Av. Manuel Villarán 790 Surquillo	No se Identifico	Administrador
12	Kamcha	Av. Aviación 4195 Surquillo	No se Identifico	Recepción
13	Bufet Kasamama	Jr. Dante 765 Surquillo	José Yataco	Recepción
14	La Cilindrada de Pedrito	Cl. Los Negocios 371 Surquillo	Miriam Talavera	Azafata
15	La Isla del Sur	Marie Curie 108 La Merced Surquillo	No se Identifico	Recepción
16	Don Peruco	María Elena Moyano 178 Surquillo	No se Identifico	Recepción
17	Rancho Grande	Av. Víctor Alzamora 236 Surquillo	No se Identifico	Recepción
18	Doña Emilia	Jr. San Felipe 1125 Surquillo	Marco Azabache	Recepción
19	Don Agustín	María Elena Moyano Mz. D Lt. 2 Surquillo	No se Identifico	Azafata
20	Pisco & Pesca	María Elena Moyano 188 Surquillo	No se Identifico	Recepción

Anexo 05. Figuras.

Sobre el perfil de los empresarios.

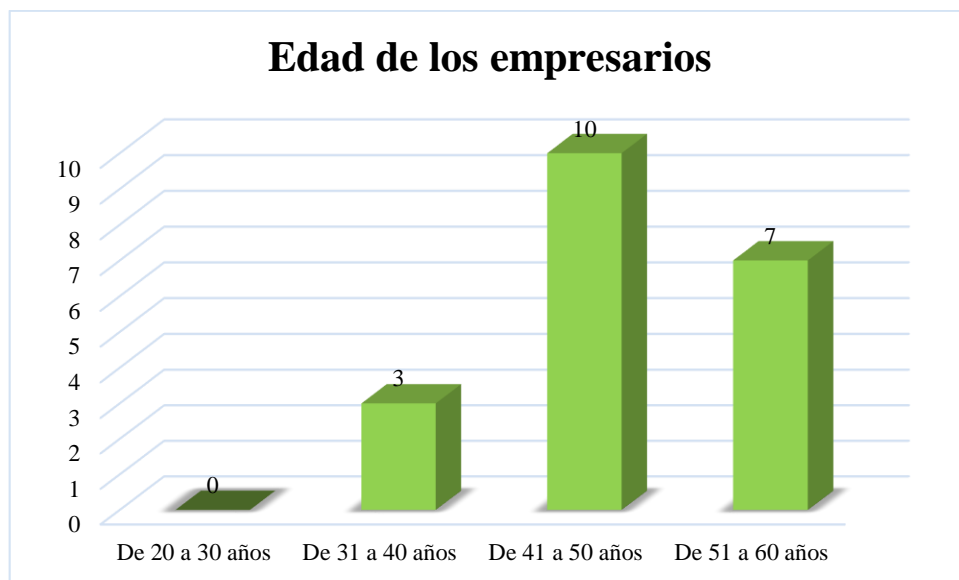


Figura 1. Edad de los empresarios.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

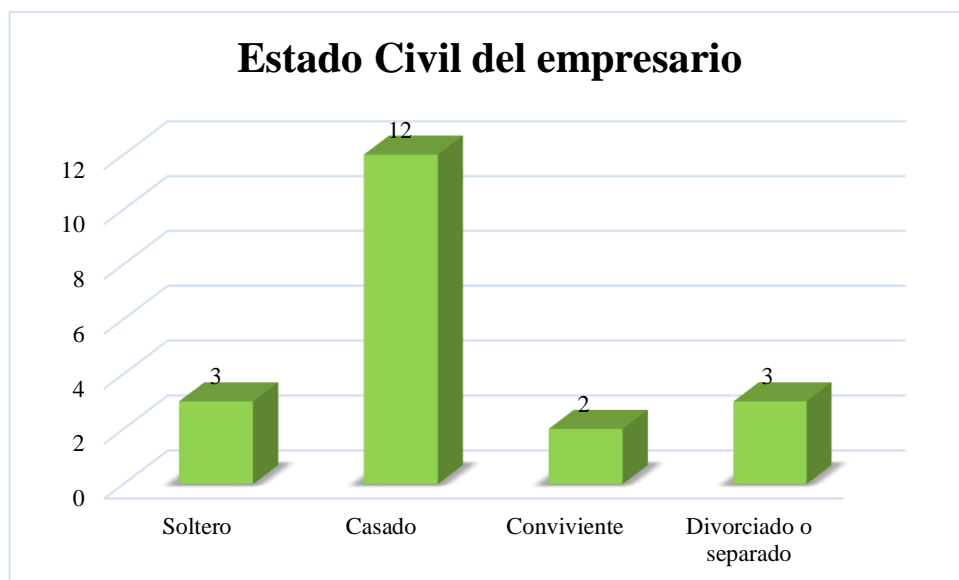


Figura 2. Estado civil del empresario.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

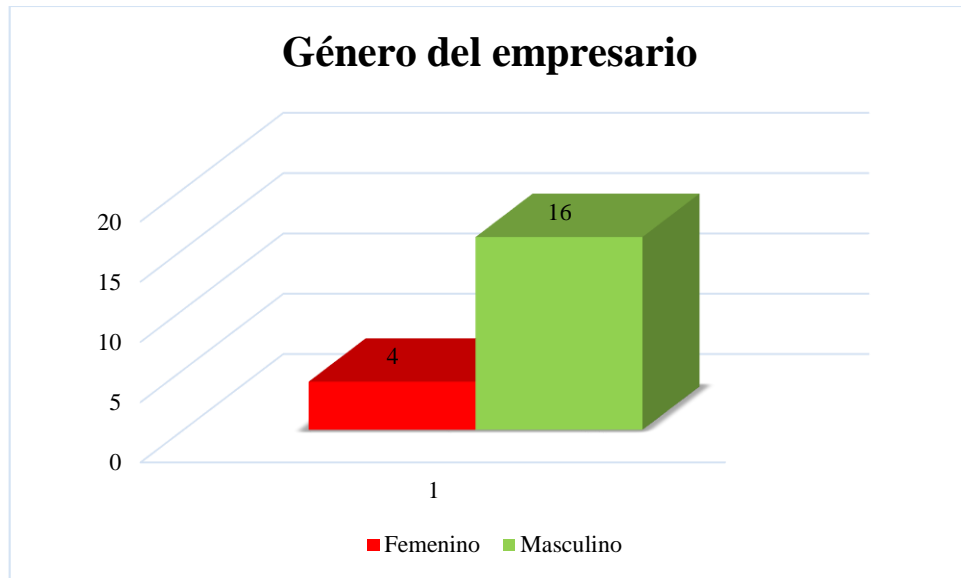


Figura 3. Género del empresario.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

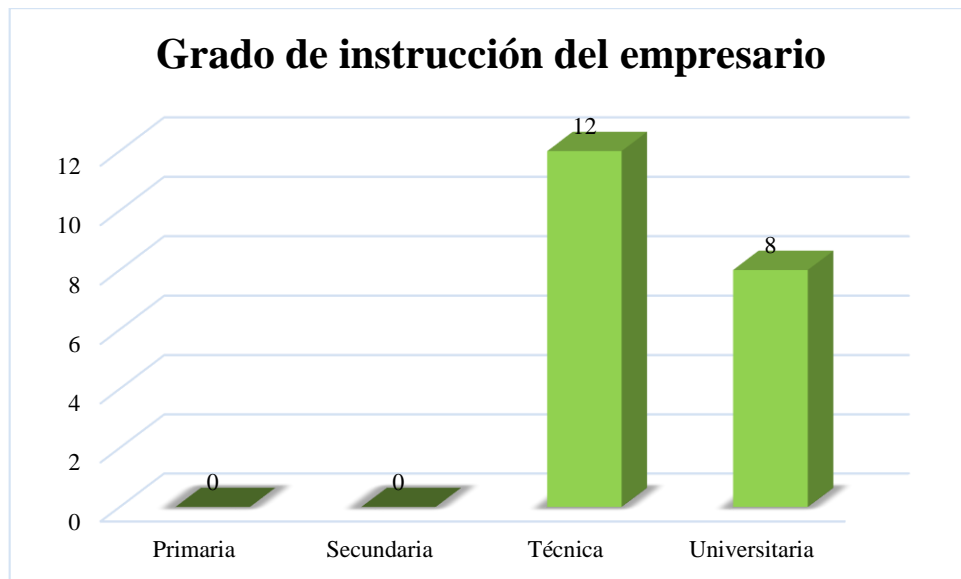


Figura 4. Grado de instrucción del empresario.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

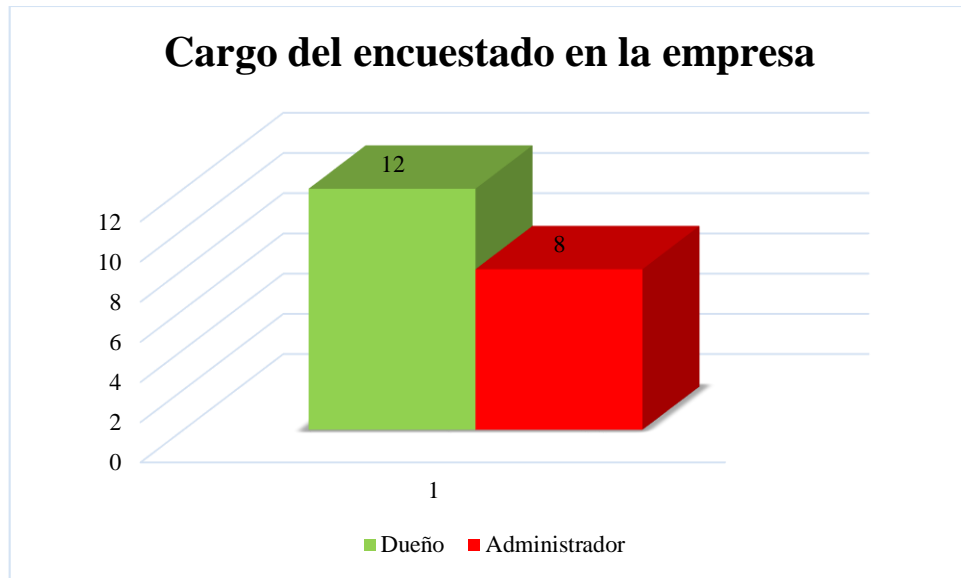


Figura 5. Cargo del encuestado en la empresa.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Sobre las características de las MYPES.

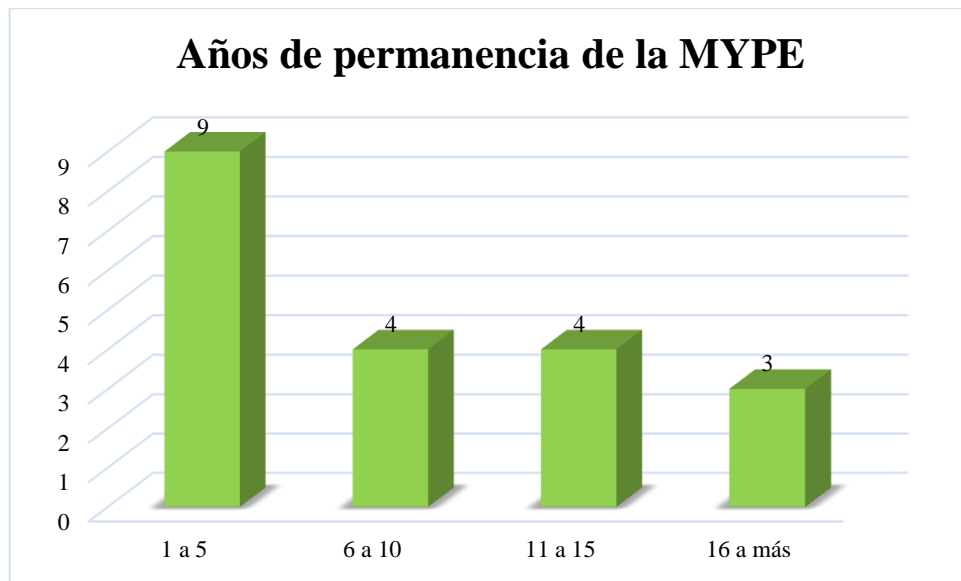


Figura 6. Años de permanencia de las MYPE.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

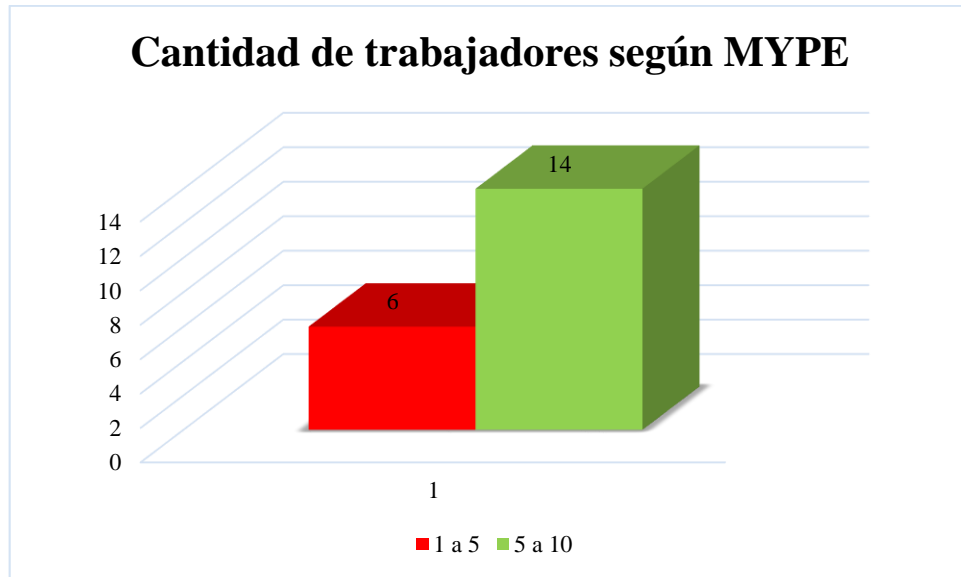


Figura 7. Cantidad de trabajadores según MYPE.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

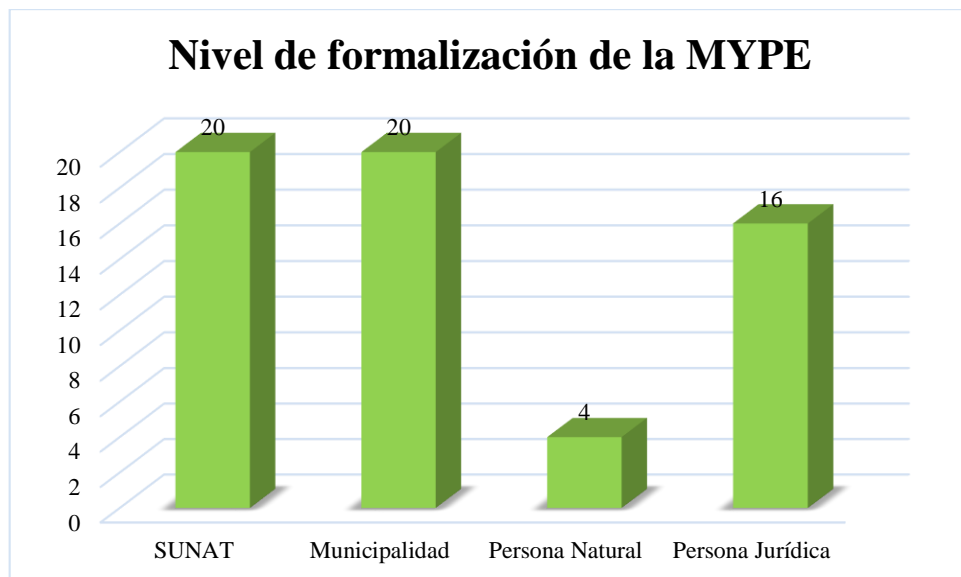


Figura 8. Nivel de formalización de la MYPE.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

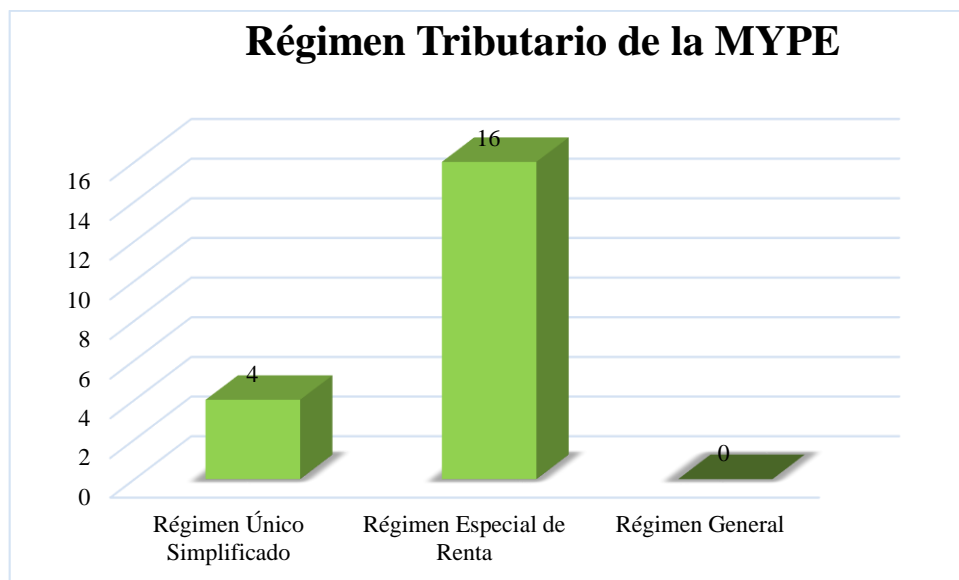


Figura 9. Régimen tributario de la MYPE.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Sobre el financiamiento de las MYPES.

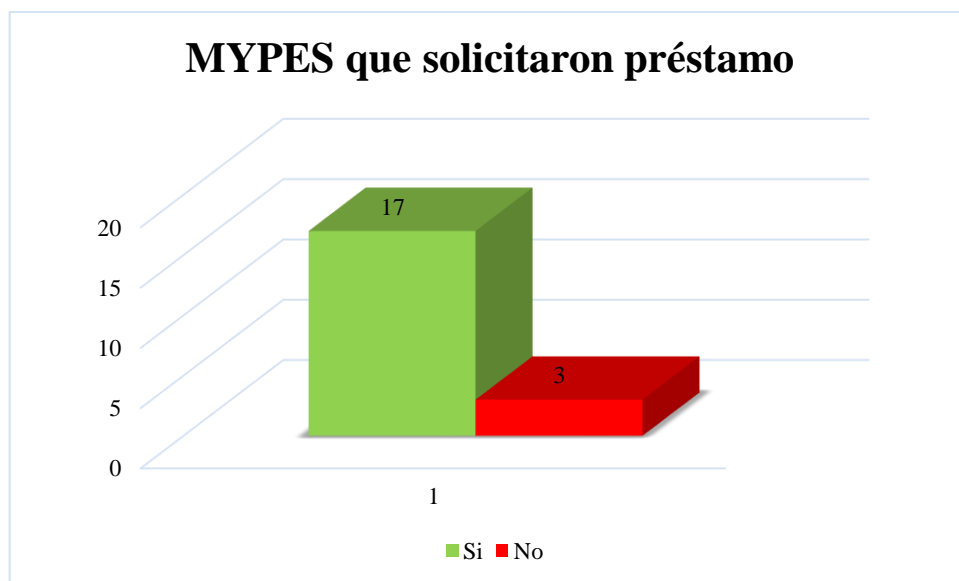


Figura 10. MYPES que solicitaron préstamo.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

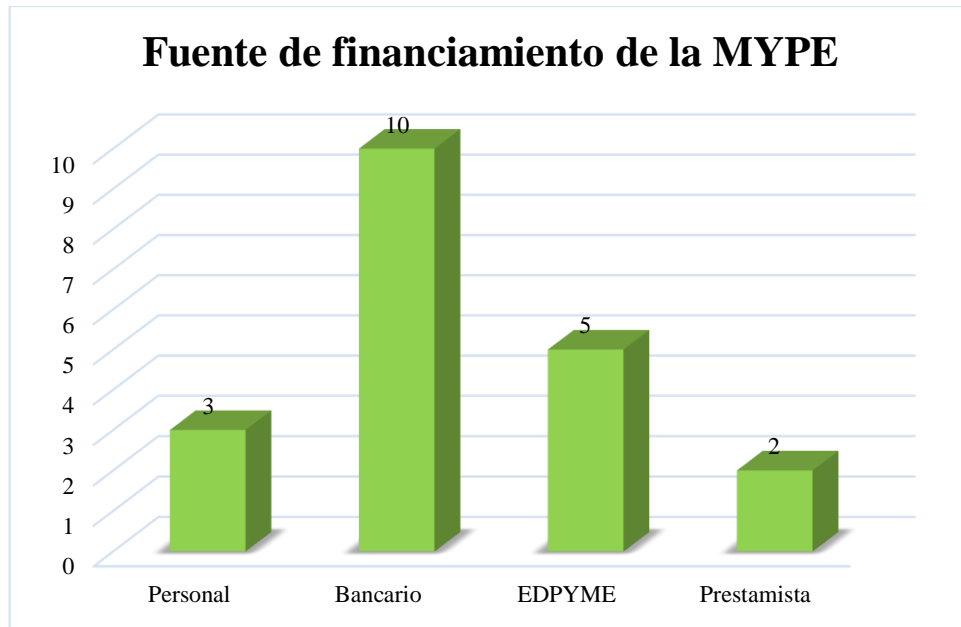


Figura 11. Fuente de financiamiento de la MYPE.
Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

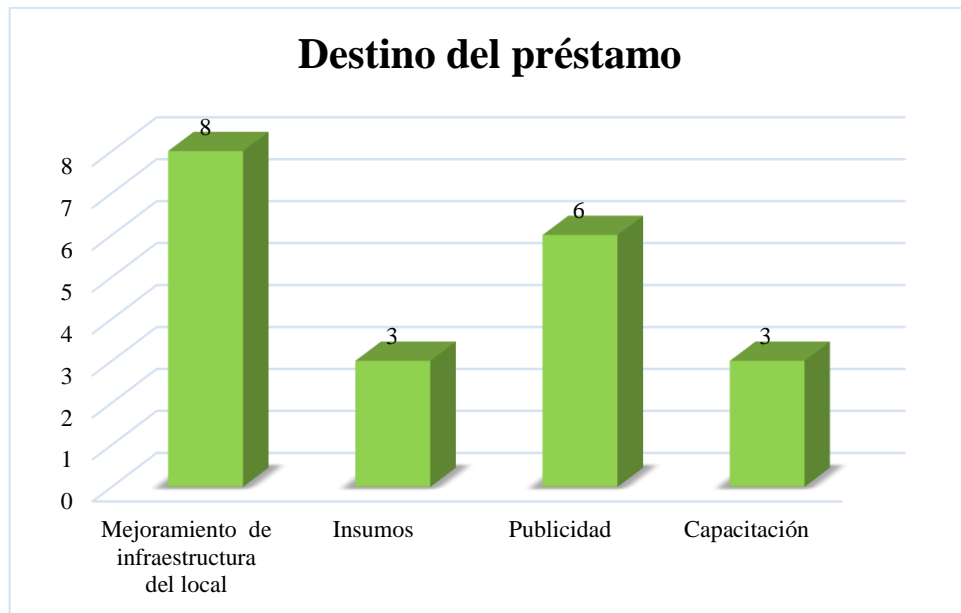


Figura 12. Destino del financiamiento.
Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

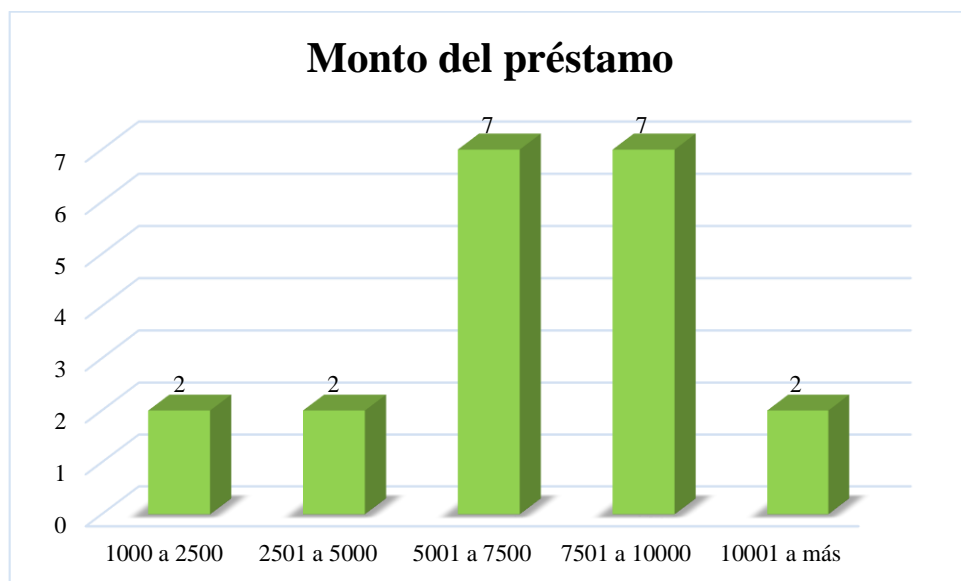


Figura 13. Monto del préstamo.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

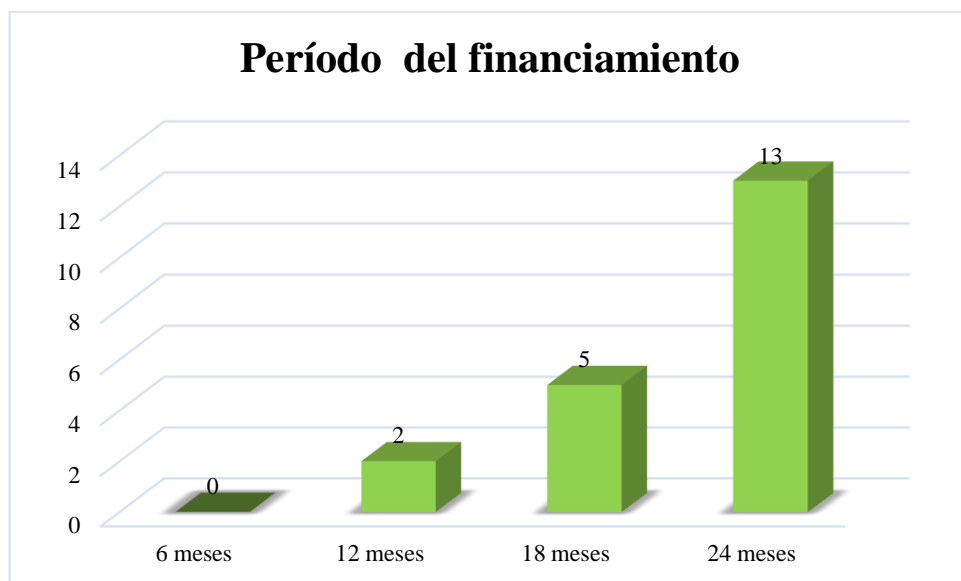


Figura 14. Período del financiamiento.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

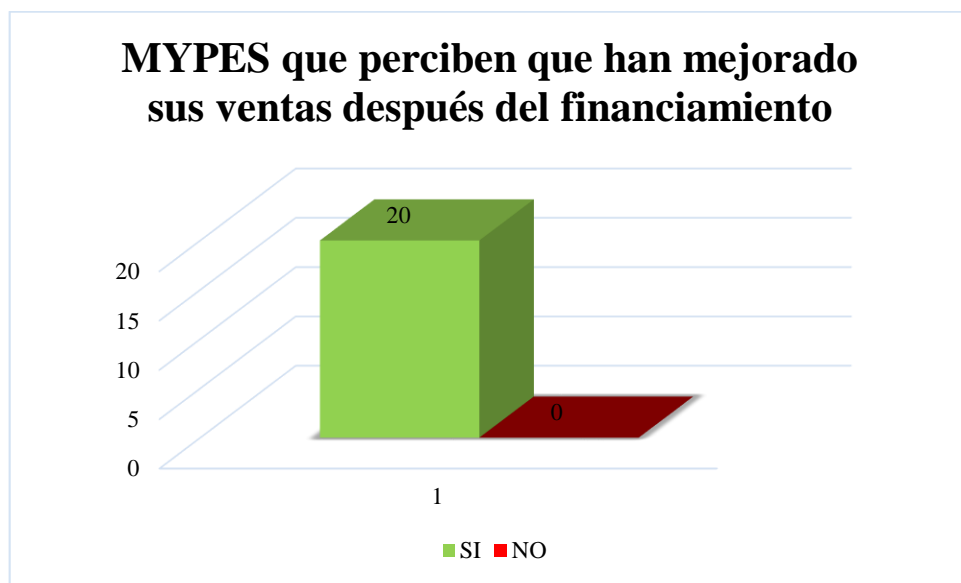


Figura 15. MYPES que perciben que han mejorado sus ventas después del financiamiento.
Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

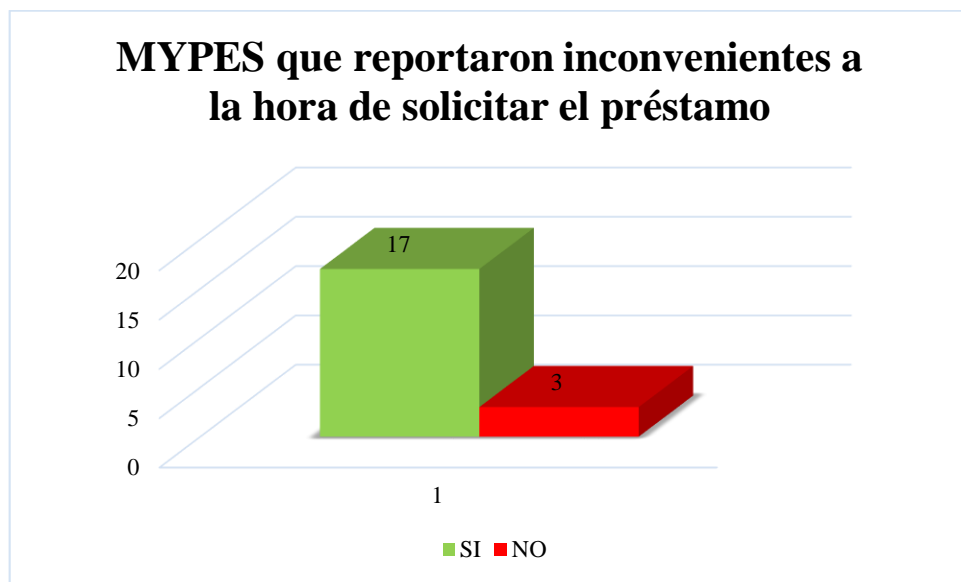


Figura 16. MYPES que reportaron inconvenientes a la hora de solicitar el préstamo.
Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

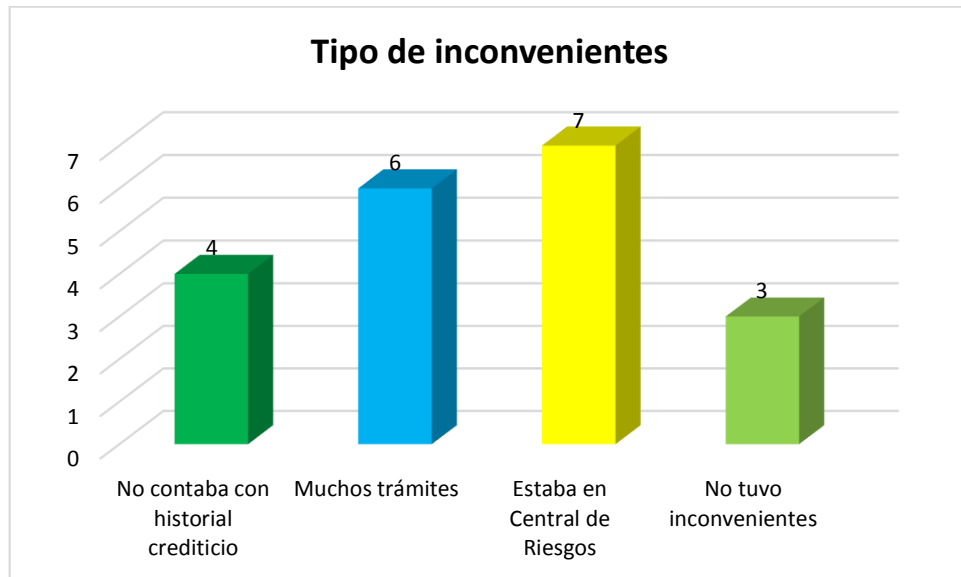


Figura 17. Tipo de inconvenientes.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Sobre la capacitación de las MYPES.

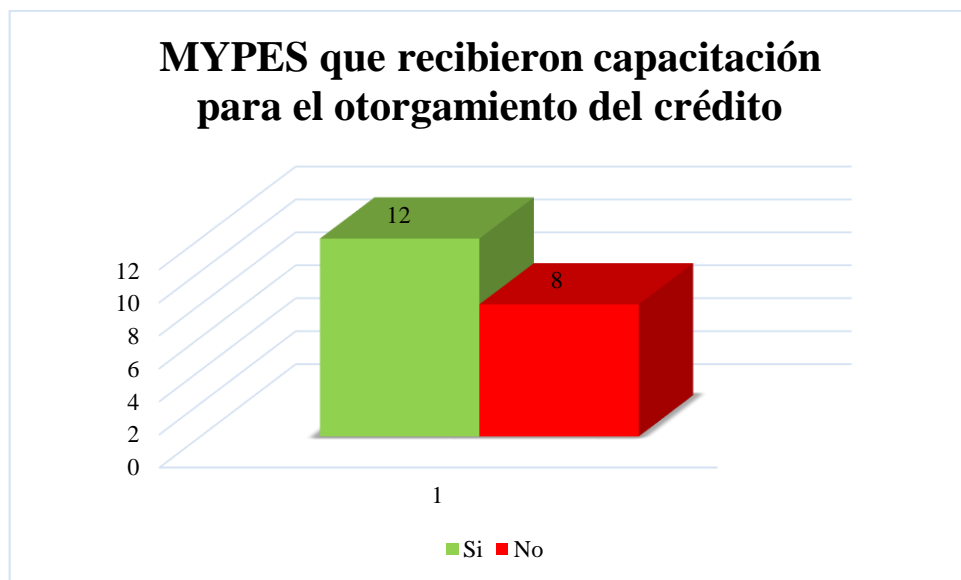


Figura 18. MYPES que recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito.

Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

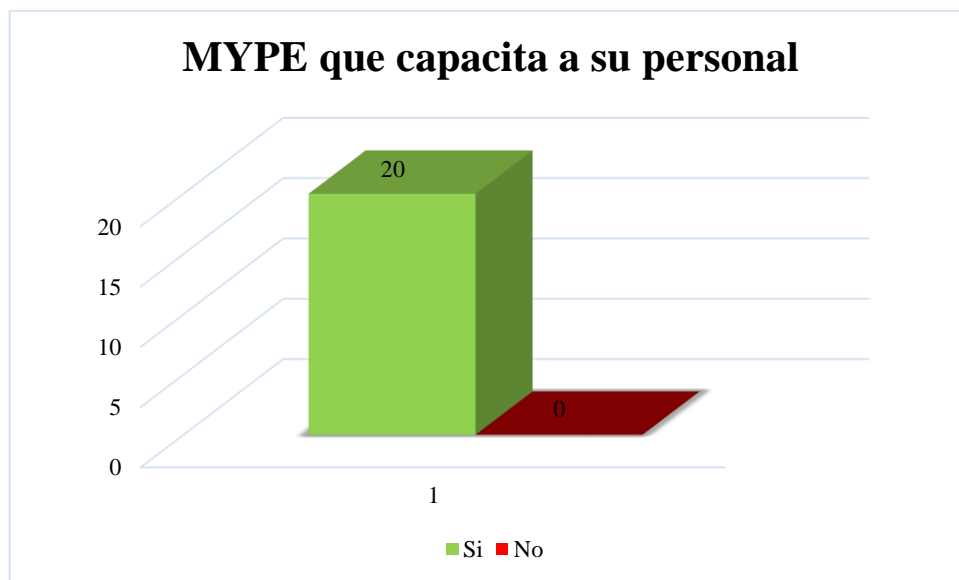


Figura 19. MYPE que capacita a su personal.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

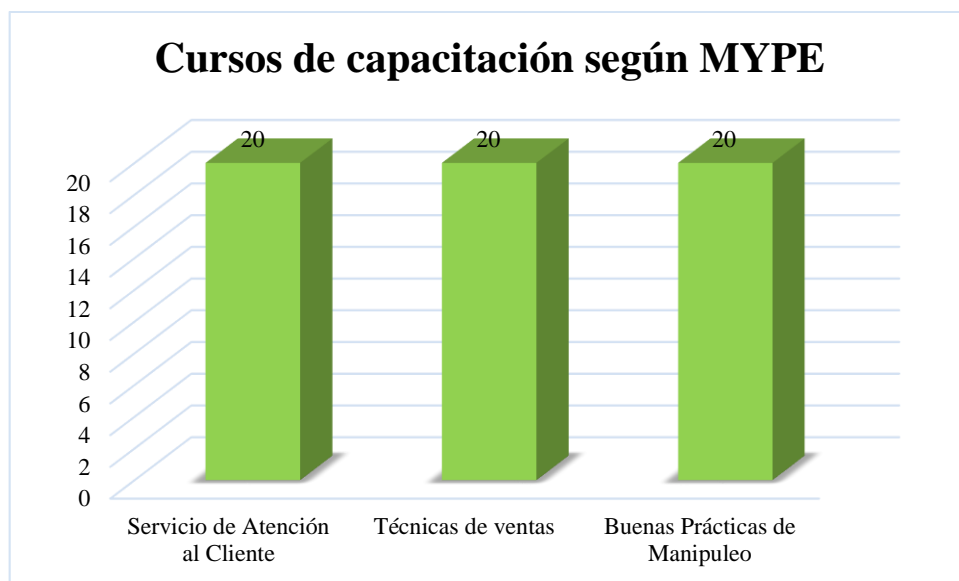


Figura 20. Cursos de capacitación según MYPE.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

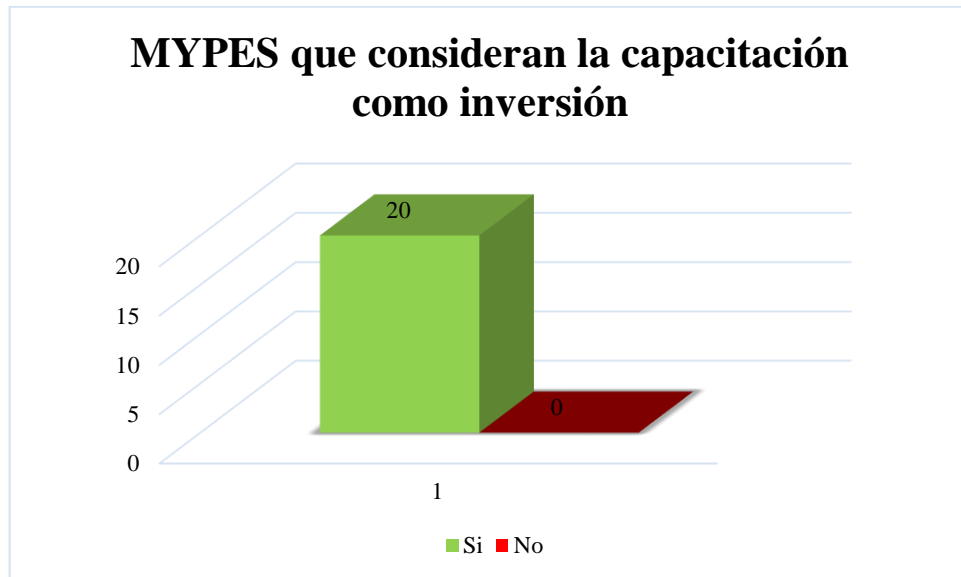


Figura 21. MYPES que consideran a la capacitación como inversión.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

Sobre la rentabilidad de las MYPES.

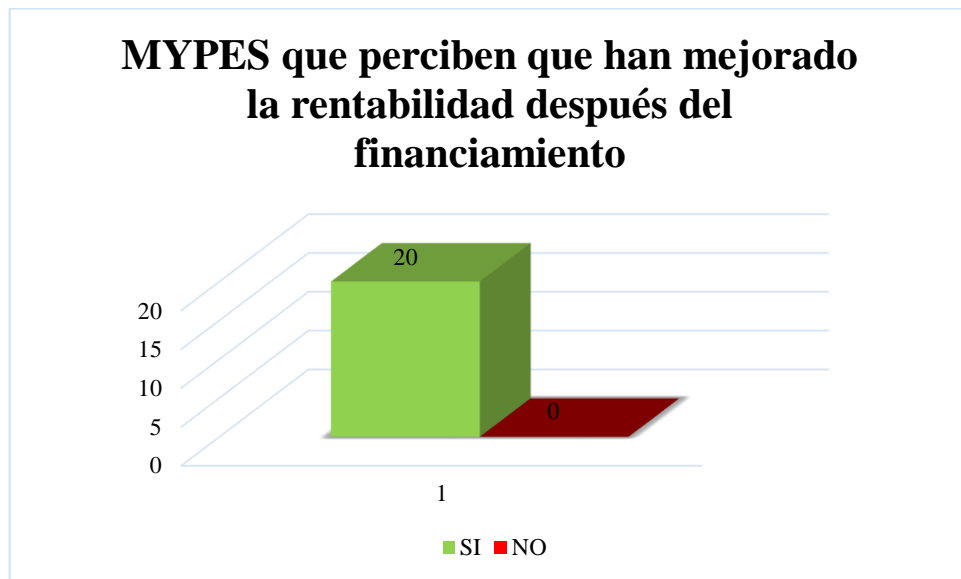


Figura 22. MYPES que perciben que han mejorado la rentabilidad después del financiamiento.
 Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.

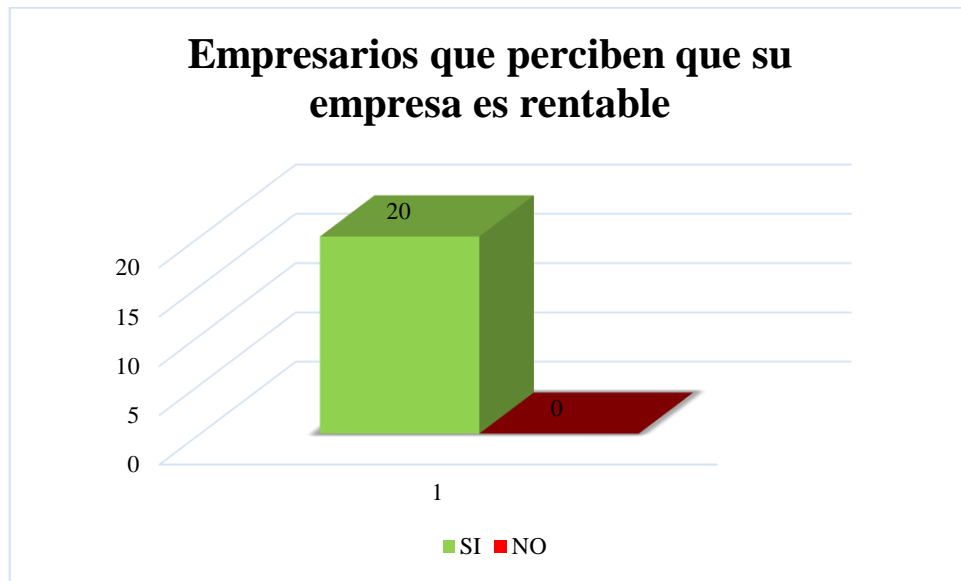


Figura 23. Empresarios que perciben que su empresa es rentable.
Fuente. Cuestionario aplicado a microempresarios que participaron en la investigación, 2015.