



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO: RUBRO
POLLERIAS, UBICADAS EN LA AVENIDA
CHAMPAÑAT, DE LA PROVINCIA DE SULLANA,
PERIODO 2015.**

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

AUTOR:

BACHILLER FIDEL DE JESÚS RIVERA VERA

ASESOR:

Magister. CPC. ADOLFO ANTENOR JURADO ROSAS

SULLANA– PERU

2015

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mg. CPC. Donald Errol Savitzky Mendoza
Presidente

Mg. CPC. Mauro Antón Nunura
Secretario

Mg. CPC. Pedro Mino Morales
Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por permitirme llegar hasta estas instancias, en donde estoy culminado una etapa más en el ciclo de vida.

También hacer un agradecimiento a los docentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, especialmente a los de la Facultad Ciencias Contables y Financieras, quienes nos ofrecieron sus conocimientos teóricos prácticos y que nos permite irnos formando con miras a ser profesionales responsables y útiles a la sociedad.

FIDEL RIVERA

DEDICATORIA

Dedicada a los seres que me dieron la vida, a mis padres quienes me guían por el sendero del bien y me han formado para ser la persona que soy yo.

A mis compañeros de clase quienes compartieron muchos momentos durante el transcurso de formación profesional, por su amistad, apoyo incondicional y trabajo en grupo.

FIDEL RIVERA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías ubicadas en la avenida Champagnat de la provincia de Sullana en el año 2015. La investigación de tipo descriptiva; presenta un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental; teniendo como enunciado del problema ¿Cuáles son las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 5 Micro y Pequeñas Empresas dedicadas al rubro pollerías, a quienes se les aplicó un cuestionario de 11 preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados: el 80% de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas obtienen financiamiento del sistema no bancario, el 20% lo obtienen en sistema bancario, en cuanto a la inversión del crédito el 80% invirtió en infraestructura y 20 % en adquisición de bienes. Asimismo mayoría utiliza el internet como estrategia de publicidad para obtener mayor rentabilidad en un

Palabras claves: Financiamiento; Rentabilidad y MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

ABSTRACT

This research aimed to determine the characteristics of the financing and profitability of the Micro and Small Companies category poultry shop service industry located in the Champagnat Avenue Sullana province in 2015. The descriptive research; It presents a quantitative approach with a non-experimental design; having as a statement of the problem What are the characteristics of the financing and profitability of the Micro and Small Business Service Sector category poultry shop, for the gathering of information was chosen a sample of 5 Micro and Small Enterprises dedicated to the category poultry shop as directed, who were applied a questionnaire of 13 closed questions. With the following results: 80% of micro and small businesses surveyed obtained financing non-banking system, 20% obtained in the banking system, in terms of investment credit 80% invested in infrastructure and 20% in acquisition goods. Most also uses the Internet as advertising strategy for increased profitability.

Keywords: Financing; Profitability and MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Contenido	
JURADO EVALUADOR DE TESIS	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INDICE DE TABLA.....	viii
INDICE DE GRÁFICOS.....	ix
INDICE DE CUADROS	x
CAPITULO I.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO II.....	4
2.1 REVISIÓN DE LA LITERATURA	4
2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES	4
2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES	6
2.2. FINANCIAMIENTO.....	13
2.2.1. TIPOS DE FINANCIAMIENTO.....	13
2.2.1. FUENTE DE FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO.....	14
2.2.2. FUENTE DE FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO.....	15
2.2. RENTABILIDAD.....	17
2.3.1 ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD	21
2.4. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS)	23
2.4.1. FORMALIZACION Y CONSTITUCION	25
2.5. HIPOTESIS.....	27
2.5.1 HIPOTESIS GENERAL.....	27
2.5.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS.....	27
3.1 METODOLOGÍA.....	28
3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	28
3.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.1.1 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	28
3.1.2 PLAN DE ANÁLISIS.....	29

3.1.3	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	29
3.1.4	CUESTIONARIO	29
3.2	ANÁLISIS DE DATOS.....	29
3.3	RESULTADOS	30
3.4.	PRINCIPIOS ETICOS.....	35
CAPITULO IV.....		36
4.1.	RESULTADOS DE ENCUESTAS	36
4.1	ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	47
CAPITULO V.....		49
5.1	. CONCLUSIONES	49
5.2	ANEXOS.....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		53

INDICE DE TABLA

TABLA N° 1	Edad de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	35
TABLA N° 2	Sexo de los representantes legales de Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías.	36
TABLA N° 3	Nivel de educación de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	37
TABLA N° 4	Realización de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	38
TABLA N° 5	Monto aprobado de Crédito	39
TABLA N° 6	Fuente de financiamiento donde solicita crédito	40
TABLA N° 7	Tipos de créditos que accede	41
TABLA N° 8	Forma de invertir el crédito	42
TABLA N° 9	Mejoramiento de la rentabilidad	43
TABLA N° 10	Mejoramiento de la rentabilidad por el financiamiento recibido	44
TABLA N° 11	Estrategias para obtener rentabilidad	45

INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1	Edad de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	35
GRAFICO N° 2	Sexo de los representantes legales de Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías.	36
GRAFICO N° 3	Nivel de educación de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	37
GRAFICO N° 4	Realización de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	38
GRAFICO N° 5	Monto aprobado de Crédito	39
GRAFICO N° 6	Fuente de financiamiento donde solicita crédito	40
GRAFICO N° 7	Tipos de créditos que accede	41
GRAFICO N° 8	Forma de invertir el crédito	42
GRAFICO N° 9	Mejoramiento de la rentabilidad	43
GRAFICO N° 10	Mejoramiento de la rentabilidad por el financiamiento recibido	44
GRAFICO N° 11	Estrategias para obtener rentabilidad	45
GRAFICO N° 12	Diagrama de Gant	49

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1	Matriz de Consistencia	31
CUADRO N° 2	Matriz de Operacionalidad	32
CUADRO N° 3	Programación de actividades	49
CUADRO N° 4	Presupuesto	50
CUADRO N° 5	Encuesta	51

CAPITULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Nuestro país avanza a una velocidad acelerada hacia un proceso de intercambio económico, tecnológico, social y cultural que consiste en la creciente comunicación, intercambio de distintos factores a través de países del mundo uniendo sus mercados, este proceso se refiere a la globalización, día a día crece, con ello también crece de la economía, la cultura y esta situación trae consigo grandes retos al país y a las Micro y Pequeñas Empresas en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento del país.

La globalización abre nuevas rutas, nuevos mercados, nuevas fuentes de inversión, generado empleos, demanda de bienes y servicios; permite el crecimiento de empresas peruanas en general, en particular las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS; así como hay empresas en crecimiento también hay por ejemplo empresas limitadas por falta de capital, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las Micro y Pequeñas Empresas en el país., la falta de motivación e ingresos hacen que los empresarios se encuentren atrapados en un afán de querer progresar pero no pueden debido a que no poseen recursos suficientes.

El proyecto de investigación está orientado a la caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio: rubro pollerías, ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana periodo 2015 con el fin de determinar su importancia en la gestión financiera.

Las pollerías ubicadas en la avenida Champañat, ofrecen el servicio de pollo al brasa acompañado de papas fritas, ensaladas, cremas y gaseosas, los horarios de atención son los siete días de la semana, los locales están abierto desde las dos o tres de la tarde y se cierran a la una o dos de la mañana.

Hay que recordar que el pollo a la brasa es uno de los platos típicos de la gastronomía peruana y uno de los de mayor consumo en Perú, las Micro y Pequeñas Empresas deben contar con personal capacitado para la preparación del pollo a la brasa, tener indumentaria adecuada, cubiertos, platos, cocinas, hornos, es decir necesitan de un capital de trabajo es por ello que recurren a créditos para poder financiar su negocio. Ante esta necesidad observada en las Micro y Pequeñas Empresas se ha planteado el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las características del financiamiento y rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías ubicados en la avenida Champañat de la provincial de Sullana, periodo 2015? Para dar respuesta al enunciado del problema se ha planteado el siguiente objetivo general:

- ✓ Describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio: pollerías ubicadas en la avenida Champañat de provincia de Sullana, Año 2015.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Describir el perfil de un empresario del sector servicio en el rubro pollerías, ubicadas pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, Año 2015.
- ✓ Describir las principales características del financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio en el rubro pollerías, ubicadas pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, Año 2015.
- ✓ Describir las principales características de la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio en el rubro pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, Año 2015.

El presente trabajo de investigación fue descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio, fue cuantitativa, se usó la recolección de datos, la presentación de los resultados se utilizó el Excel como herramienta de procedimientos estadísticos, tomando una muestra de 5 pollerías de la provincia de Sullana en la avenida Champañat.

Finalmente la investigación se justifica, porque el estudio realizado permitirá conocer y describir la relación del financiamiento y la rentabilidad Micro y Pequeñas Empresas en el sector servicio – rubro pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana,;

Así mismo, la investigación también se justifica porque permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la rentabilidad en las micros y pequeñas empresas del sector en estudio y que si las Micro y Pequeñas Empresas se llegan a formalizar ayudarían a la región a contribuir con el crecimiento económico del país.

CAPITULO II

2.1 REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para dar inicio a los antecedentes bibliográficos se han tomado en cuenta las siguientes referencias internacionales y nacionales.

2.1.1 ANTEDECENTES INTERNACIONALES

La segmentación de los mercados financieros es uno de los aspectos que prevalecen, en mayor medida, en las economías latinoamericanas. La aplicación de diferenciales en las tasas de interés de los préstamos según el tamaño de empresa, la escasa participación de las Micro y Pequeñas Empresas en el crédito al sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital de giro o llevar a cabo inversiones son elementos que denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito para este tipo de agentes.

El primer autor (Fuentes, 2010) en su investigación denominada “Causas de la falta de acceso a financiamiento para el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas” llega a la conclusión de que la principal causa de no poder acceder a un financiamiento es la informalidad, también describe en su trabajo de investigación que se está implantando mecanismos que incentiven a la formalización y así exista mayor igualdad en el acceso al financiamiento, este es uno de los planteos de que la CEPAL ha fundamentado ante los gobiernos de los países miembros de la Comisión, en la reunión de Brasilia en 2010.

Según (Flores, 2004), en su investigación denominada “El financiamiento como herramienta de crecimiento en las Micro y Pequeñas Empresas” La pequeña empresa es una en crecimiento que requiere inversión mínima, una adecuada organización, su característica principal es que tienen gran flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno. De los diferentes países de Sudamérica las empresas han florecido gracias al apoyo de empresas financieras.

Sin embargo para el autor (Rigolini, 2014) considera en su estudio denominado “El emprendimiento en América Latina respecto a las Micro y Pequeñas Empresas” llega la conclusión que existen muchas empresas y que muy pocas de ellas innovan, afirma que es un síntoma de desequilibrio que existan tantas microempresas con poco potencial de crecimiento y que no generan empleo de calidad. Uno de cada tres emprendedores no contrata empleados y pueden pasar décadas sin crecer.

Los empresarios desempeñan un rol importante dentro del mundo de los negocios, para ello se tiene que tener en cuenta aspectos que determinan el caminar de la empresa.

Con respecto al perfil de los empresarios según (CAÑIZARES & SANDRA SÁNCHEZ, 2010) , en un estudio realizado denominado “Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género, ciudad de Córdoba de Argentina año 2010” llega a la conclusión que la incorporación del análisis del perfil emprendedor teniendo en cuenta el género, como variable capaz de originar diferencias significativas, debe servir de base a las actuaciones en el ámbito de la política laboral. Se ha confirmado en cuanto a la influencia de factores demográficos como el sexo en la propensión a crear empresas.

Llegó a la conclusión que los empresarios juegan un papel muy importante ya que de acuerdo a su perfil, experiencia, edad, genero, habilidades y destrezas logran sacar un negocio adelante, los empresarios que se inician en el mundo del negocio tiene que saber ser líder de una empresa de esta magnitud saben que arriesgan todo en dicha inversión, por lo que convierten sus objetivos empresariales en objetivos personales y como tales no existiría la posibilidad del cierre de este modo de vida.

La gran diversidad de mercados y el crecimiento de grandes empresas aceleradamente hacen que pequeñas y medianas estén marginadas a sectores de mercados específicos, en donde para poder crecer necesitan de financiamiento de empresas bancarias/no bancarias, las cuales fijan las tasas de interés de los préstamos según el tamaño de empresa, la escasa participación de las Micro y Pequeñas Empresas en el crédito al sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital de giro o llevar a cabo inversiones son elementos que denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito para este tipo de agentes.

2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES

Citando al primer autor (Vargas, 2012) en su tesis denominada “Los factores que afectan el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana año 2012”, evaluó sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades. Los empresarios que inician su trabajando liderando una empresa de esta magnitud saben que arriesgan todo en dicha inversión, por lo que convierten sus objetivos empresariales en objetivos personales.

Hablar de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú es referirse, sin duda, a un tema de enorme relevancia para la economía del país. Más del 98% de las empresas en el país son micro y pequeñas. (Micro y Pequeñas Empresas EN PERU, 2014) Aportan más del 50% del producto bruto interno y son las principales generadoras de empleo en la economía.(PBI DEPARTAMENTAL, 2008)

Sin embargo, alrededor del 74% opera en la informalidad y todas ellas formales e informales se desarrollan con evidentes limitaciones que condicionan su desarrollo. (PBI DEPARTAMENTAL, 2008)

Una de las características principales de la empresa tiene como elemento clave del éxito al empresario es decir, aquella persona con un alto espíritu emprendedor, capaz de llevar adelante un sueño sobre la base de un plan previamente establecido y por eso, la importancia de conocer las características fundamentales que contribuirán con el desarrollo del espíritu emprendedor de la empresa exitosa en el Perú lo describe así(Weinberger, 2009), en su trabajo de investigación ,

“Informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas y su evidente limitación de crecimiento”

Otra referencia encontrada acerca de financiamiento y rentabilidad en las (PBI DEPARTAMENTAL, 2008) tenemos (BAZAN, 2011), en su trabajo de investigación titulado “Demanda de crédito en las (PBI DEPARTAMENTAL, 2008)e incidencia en su rentabilidad de la ciudad de Leoncio Prado” durante el año 2011” La demanda de créditos con las variables de estudio rentabilidad del micro y pequeño empresario, en el cual el modelo presento un coeficiente de determinación del 83.64% es decir las variaciones en la demanda de créditos es explicada principalmente por la rentabilidad del inversionista.

Un aspecto a tener en cuenta es que Las Micro y Pequeñas Empresas generan más del 70% de la mano de obra nacional (POBLACION ECONOMICA ACTIVA POR DEPARTAMENTOS), pero son las más excluidas de la economía; pues, estas empresas cuentan con infraestructura tecnológica deficiente, tecnología no muy avanzada, por tal motivo la tendencia a tener productividad en menor cantidad y aprovechando los recursos del entorno adecuadamente brindando al mercado sector servicio no tan competitivos y, por esa razón, su participación del PBI es menos del 40% y sigue en descenso, pese a que el 95% de las empresas del Perú son Micro y Pequeñas Empresas, “Por una parte se exige a las empresas que se formalicen; pero, por otra parte, las legislación laboral y tributaria es muy rígida. No hay ninguna promoción para que este sector tenga un mercado estable y pueda cumplir con las obligaciones de una empresa formal.

Debemos trabajar por el desarrollo de la pequeña y micro empresa, y los gremios estamos dando un primer paso para lograr este objetivo” (Juliano, 2014) en su tesis denominada “La formalización de las Micro y Pequeñas Empresas y afectos en su rentabilidad”

Por otro lado (Sagastegui, 2012) en un estudio en el sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote en el año 2012, llega a las siguientes conclusiones:

Respecto a los empresarios:

a) La edad promedio de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados es de 41.67 años

b) El 66.7% de los representantes legales encuestados es del sexo femenino.

c) El 33.3% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria y universitaria respectivamente.

Respecto al financiamiento:

d) El 33.4% de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2008; en cambio en el año 2009 sólo el 16.7% recibieron crédito.

e) El 33.4 % de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario.

f) La tasa de interés que cobró la Caja Municipal fue 8.38% mensual.

g) El 100% de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales y el 50% dijeron que invirtieron en activos fijos y capital de trabajo, respectivamente y que al hacerlo atrajo a más clientes y por consecuencia mayor ventas.

h) El 33.3% de los 17 representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 66.7% no respondieron.

i) El 16.3% de los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas mejoro en 5% y 15% respectivamente.

Respecto a la rentabilidad empresarial:

a) El 83% de los encuestados que fueron representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas dijeron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 17% dijeron que no.

b) El 100% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró.

c) El 100% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados dijeron que la de sus empresas no disminuyeron.

Por años los emprendimientos de subsistencia en el Perú, iniciados para cubrir necesidades básicas ante la falta de empleo remunerado, hicieron que los programas del gobierno tengan como fondo la solución de la pobreza con la promoción de pequeños negocios, pero sin apuntar del todo a la formalización.

Otra referencia podemos citar al (Gleiser, 2014), nos describe sobre factores de fracaso por falta de financiamiento para lograr la rentabilidad.

A nivel nacional, existe una tasa muy alta de cierre de negocios de reciente nacimiento. Esto sucede principalmente porque el emprendedor no tiene un perfil adecuado y además no evalúa lo suficiente los aspectos claves de su negocio.

Los factores de un fracaso se dar por:

- Falta de conocimiento, de visión de mercado estudio de segmentos por tal motivo se llega a una gestión inadecuada. La mayoría de los emprendedores Micro y Pequeñas Empresas, siguen una gestión en poner un negocio para “probar”, es decir invierten en algo no seguro.

Es problema es que no poseen conocimientos básicos en los temas de comercialización, finanzas, organización, etc. y no dan relevancia a la formación o capacitación en estos temas, simplemente se arriesgan invertir sin tener un estudio detallad.

También nos dice que hay que tener en cuenta que se puede tener capital, se puede invertir pero si no se hace adecuadamente de acuerdo a necesidades del mercado la empresa no prospera, así de simple.

Otro factor que considero es:

- Falta de cultura empresarial en cuanto a la responsabilidad de los créditos pendiente que la empresa posee, a veces los empresarios mezclan los gastos personales con gastos de la empresa hay un momento en que la empresa no tiene los fondos suficientes para realizar sus operaciones además por falta de esta cultural empresarial es si como se va formando un record crediticio, el cual es importante para la obtención de créditos que nos permitan crecer como empresa

-

No se puede dejar de mencionar un aspecto muy importante el cual es:

- Informalidad. Implica incumplimiento tanto para estar realizando actividades empresariales como al incumplimiento o mal manejo de la empresa. Por ejemplo la empresa puede ser formal, realiza sus actividades de acuerdo a lo implantado por un estado, paga impuestos pero es informal en cuanto al incumplimiento de ofrecer servicio de calidad al cliente, tener las condiciones necesarias de operar internamente, buen trato a los trabajadores, informalidad no solo se menciona por no cumplir leyes establecidas, también por no cumplir con ciertos puntos dado que no indica la ley pero que son importante para el crecimiento en la empresas, por ejemplo no hay ley alguna que diga que en la pollerías no se debe brindar servicio en cuanto a la ingestión de alimentos retenidos, (comida calentada

que ha sobrado de un día para otro), quizás esto se dé, al hacerlo no se está incumpliendo ley alguna pero es informal debido a que podría ocasionar consecuencias y poner en riesgo la salud del cliente.

-

Otro factor a tomar en cuenta es que si se quiere crecer se necesita inversión pero esa tiene que saberse administrar, es decir se tiene que saber endeudar para poder cumplir el objetivo, el problema es que los dueños del negocio no saben endeudarse, no evalúan las tasas de interés

Sabemos que las tasas de interés para este sector en el Perú son bastante altas, y muchas veces el empresario Micro y Pequeñas Empresas se endeuda sin analizar si lo que va a pagar, va a poder ser absorbido por la operación de la empresa.

Un total de 62 530 empresas formales a nivel nacional son Micro y Pequeñas Empresas, esto según la base de datos(MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERU, 2013) actualizada de la Dirección de MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS y Cooperativas de la Dirección Regional de la Producción (DIREPRO) Piura.

En la región Piura existen MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS dedicadas al rubro de agricultura, ganadería, servicio, pesquería, energía y minas, agroindustria, industria manufacturera, construcción, comercio al por mayor y menor, comercio de restaurantes y hoteles, transporte, almacenamiento y comunicaciones, telecomunicaciones, establecimientos financieros, inmobiliarias, entre otras, es decir las Micro y Pequeñas Empresas están en todos los rubros las cuales ayudan al crecimiento económico de la región, la posibilidad de atraer nuevas inversiones, que apoyen este crecimiento.

También hay que tener en cuenta el nivel de informalidad en las Micro y Pequeñas Empresas en la cual ha llegado a niveles muy altos y seguirá creciendo debido a las nuevas modificatorias y reformas tributarias que no brindan beneficios o no convencen a estas empresas que siendo formales les ira mejor podrán acceder a financiamiento y obtener rentabilidad, el nivel de informalidad ha llegado al tan solo un total de empresas que se registra en la región Piura, 2376 empresas son formales distribuidas en diferentes sectores, de un total de 62530 Micro y Pequeñas Empresas el 3.8% representa a la región Piura. Según referencia (SECTOR MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, 2012)

El principal problema radica en la informalidad, en la aplicación de leyes de estado que solo buscan recaudar sin dar beneficios a aquellas empresas que son las que mueven la economía de la región, las empresas no son formales debido a que sienten que acogiéndose a la ley no les brindan beneficios, por otra parte también radica el problema en la cultura de los dueños de las empresas sector evaluado.

“Un informal cuando no está tan comprometido con su negocio sale a la calle y vende, pero queremos darle muchos parámetros para que puedan proyectar su negocio de forma más sostenible en el tiempo.

Se sabe que para cualquier empresa es de suma importancia contar con capital adecuado en el momento preciso, pues de otra forma no se producirá un aumento.

En cuanto a planteamiento estratégico financiero, la cual se traduce en el empleo de formas de financiación concretas.

En este sentido(Aguirre, 2002), En su estudio denominado “El financiamiento comorecurso de crecimiento necesario para la Micro y Pequeñas Empresas y agentes facilitadores””, llega a la conclusión de que la financiación es un recursos que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines y su crecimiento.

Según nos Plantea (Vera, 2001), que la forma como están distribuidas las diferentes fuentes de financiamiento de la empresa se denomina estructura financiera.

Otra definición de estructura de financiamiento es la manera de cómo una empresa puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

El capital necesario para comenzar una empresa, o para establecer el diseño inicial de lo que será en el futuro, se llama capital, las empresas cuentan en su mayoría con acceso a fuentes de financiamiento tradicionales, entre las que se encuentra principalmente la banca comercial.

2.2. FINANCIAMIENTO

Según (Castillo, 2007) en su estudio denominado “Efectos del financiamiento en las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS” describe el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

2.2.1. TIPOS DE FINANCIAMIENTO.

Para establecer los tipos de fuentes de financiamiento los autores estudiados tienen en cuenta las siguientes clasificaciones:

- Según su nivel de exigibilidad.
- Según su procedencia.

Según su procedencia los recursos financieros pueden ser propios o ajenos.

Los primeros son los que fueron puestos a disposición de la empresa cuando se constituyó la misma y en principio este no tiene que ser reembolsado, los segundos son los fondos prestados por elementos exteriores a la empresa. Estas técnicas se han desarrollado como resultado de tácticas desesperadas para lograr mantener a flote a una empresa, mientras esta se recupera de cualquier falla en el flujo de capital.

Según su nivel de exigibilidad estos pueden ser a corto o largo plazo sobre los que se prestará mayor atención.

2.2.1. FUENTE DE FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO

La empresa tiene la necesidad del financiamiento a corto plazo para el desarrollo y cumplimiento de sus actividades operativas.

El financiamiento a corto plazo consiste en obligaciones que se espera que venzan en menos de un año y que son necesarias para sostener gran parte de los activos circulantes de la empresa, que incluye el descuento comercial en la empresa, pues es la entrega de los efectos a pagar (letras) por sus clientes al banco, donde el banco le anticipa el valor actual de los efectos entregados, descontándole una cantidad determinada en concepto de intereses y comisiones pactadas. Asimismo, otro producto a corto plazo que conceden las empresas de crédito es la línea de crédito según el autor nos comenta (Amat, 1998) en su estudio denominado “Factoring como herramienta de rentabilidad” Nos describe que es de producto a corto plazo en el cual hay financiación similar al descuento de letras en el que además, la compañía de factor, puede asumir el riesgo de crédito en caso que el cliente no pague sus deudas al vencimiento.

2.2.2. FUENTE DE FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO

Las fuentes de financiamiento a largo plazo, incluye las deudas a largo plazo y el capital.

Una deuda a largo plazo es usualmente un acuerdo formal para proveer fondos por más de un año y la mayoría nos a entender (Gomez, 2014) otras referencias según los autores (Samuelson & R & Myers , La deuda a largo plaza financiada beneficiara y aumentara la rentabilidad, 2001)alguna mejora que beneficiará a la compañía y aumentará las ganancias. Los préstamos a largo plazo usualmente son pagados de las ganancias.

El proceso que debe seguirse en las decisiones de crédito para este tipo de financiamiento, implica basarse en el análisis y evaluación de las condiciones económicas de los diferentes mercados, lo que permitirá definir la viabilidad económica y financiera de los proyectos. El destino de los financiamientos a largo plazo debe corresponder a inversiones que tengan ese mismo carácter.

Según la línea de crédito ofrecida al empresario y según la garantía ofrecida se puede describir tipos de créditos:

- ✓ Crédito Refaccionario: Es una operación de crédito por medio de la cual una institución facultada para hacerla, otorga un financiamiento a una persona dedicada a actividades de tipo industrial y agrario, para robustecer o acrecentar el activo fijo de su empresa, con el fin de elevar o mejorar la producción.

✓ Crédito Hipotecario: Son pasivos contratados con instituciones de crédito, para ser aplicados en proyectos de inversión en los que involucra el crecimiento, la expansión de capacidad productiva, reubicaciones modernizaciones de plantas o proyectos para nuevos productos.

✓

Por otra parte (Samuelson, 2001), quien en su tesis “Capital como factor principal de crecimiento ” llega a la conclusión siguiente el capital consiste en que los dos factores originarios de la producción en una empresa son la tierra y el trabajo, pero hay que añadir una nueva categoría que enmarca el nuevo sistema productivo global, los bienes de capital que son producidos por el sistema económico y empleándolos en la producción de bienes de consumo u otros de producción, y de servicio.

Estos bienes de capital pueden ser de corto o largo plazo ya que pueden arrendarse o enajenarse en el mercado, al igual que la tierra y el trabajo a cambio de un pago proporcional al tiempo y al servicio que se preste.

Las estructuras de financiamiento responden a las estrategias financieras, las cuales son planes funcionales que apoya las estrategias globales de la firma, previendo suficientes recursos monetarios y creando una apropiada estructura financiera(Gitman, 1990)

2.2. RENTABILIDAD

Rentabilidad

Veamos algunas definiciones sobre el concepto de rentabilidad.

Según(J G. , 1992),en su tesis denominada “Rentabilidad d las empresas del sector servicio rubro hospedajes en cuanto a su inversión en el departamento de Piura”, “la rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad”

De acuerdo con(Baca, 2007), “desde el punto de vista de la inversión de capital, la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto...”.

Por otra parte, (Guiltinan, 2005), en su estudio denominado “La rentabilidad como herramienta de medir la gerencia y el impacto en la rentabilidad” lo plantea desde el enfoque de Marketing, que “la rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión, de la empresa”.

Así como la rentabilidad, ese esencial e imprescindible para toda organización que persigue fines de lucro, resulta cada día más difícil no solo poderla obtener, sino también lo que es más complejo, mantenerla en el tiempo.

Sin una estrategia válida, el negocio no solo podrá crecer, sino que también será inevitable la destrucción progresiva del valor de la empresa. La complejidad de los contextos en los cuales debe interactuarse y las nuevas economías de todo tipo (economía de alcance, economía del tiempo, economía de la atención, economía de redes, entre otras), existe sin duda más y mejor estrategia, así nos comenta el autor (Rico, 2006) en su tesis denominada “Factores de la rentabilidad: Economía, alcance, tiempo”

Medición de rentabilidad

Se realiza mediante indicadores financieros, según

(R, 2002). Se puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad de la empresa, porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales.

Con relación al cálculo de la rentabilidad,

(Brealey & Myers, 1998), describen que los analistas financieros utilizan índices de rentabilidad para juzgar cuán eficientes son las empresas en el uso de sus activos.

En su expresión analítica, de su artículo de revista denominado “La rentabilidad representada en indicadores financieros: ratios” concluye que va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto, según(Sanchez, 2002), es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones según su revista denominada “Formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad” Llega a establecer un significado:

Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.

Para encontrar la rentabilidad, se hace uso de indicadores, índices, ratios o razones de rentabilidad, de los cuales, los principales son los siguientes:

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)

El índice de retorno sobre patrimonio (ROE = ReturnonEquity) mide rentabilidad de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado. Se determina mediante la relación entre la utilidad neta, después de impuestos y el patrimonio promedio.

$$\text{ROE} = (\text{Utilidades} / \text{Patrimonio}) \times 100$$

Por ejemplo, si una empresa genera utilidades de 4 000, y cuenta con un patrimonio de 60 000, aplicando la fórmula del ROE:

$$ROE = (4\ 000 / 60\ 000) \times 100$$

Nos da un ROE de 6.6%, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 6.6% con respecto al patrimonio que posee. O, en otras palabras, la empresa utiliza el 6.6% de su patrimonio en la generación de utilidades.

Rendimiento sobre los activos (ROA)

El índice de retorno sobre activos (ROA = Return on Assets) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. El ROA nos da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades.

$$ROA = (Utilidades / Activos) \times 100$$

Por ejemplo, si una empresa genera utilidades de 4 000, y cuenta con un total de activos de 30 000, aplicando la fórmula del ROA:

$$ROA = (4\ 000 / 30\ 000) \times 100$$

Nos da un ROA de 13.3%, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 13.3% con respecto a los activos que posee. O, en otras palabras, la empresa utiliza el 13.3% del total de sus activos en la generación de utilidades.

Rentabilidad sobre ventas

El índice de rentabilidad sobre ventas mide la rentabilidad de una empresa con respecto a las ventas que genera.

La fórmula del índice de rentabilidad sobre ventas es:

$$Rentabilidad\ sobre\ ventas = (Utilidades / Ventas) \times 100$$

Por ejemplo, si una empresa genera utilidades de 4 000, y en el mismo periodo obtiene ventas netas por 20 000, aplicando la fórmula de la rentabilidad sobre ventas:

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = (4\ 000 / 20\ 000) \times 100$$

Nos da una rentabilidad sobre ventas de 20%, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 20% con respecto a las ventas. O, en otras palabras, las utilidades representan el 20% del total de las ventas.

2.3.1 ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD

Estrategias para mejorar la rentabilidad

Procurar un estricto control de los gastos: implica tener en cuenta que las empresas viven de lo que producen, no de lo que ahorran. Esta alternativa permite optimizar los ingresos.

Mejorar los márgenes por producto: requiere la sensibilidad para medir de manera constante lo que ocurre en el mercado. Esta es la alternativa ideal, pero no hay que olvidar que la competitividad actual hace que las posibilidades para mejorar los márgenes sean cada vez menores.

Aumentar la frecuencia de ventas: significa vender más, en el mismo tiempo, con la misma estructura y la misma inversión.

Según encuesta aplicada por (T, 2000) en su estudios denominado: "Los medios de comunicación como estrategia para mejorar rentabilidad de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS en el sector Huamachuco, provincia de Trujillo departamento de la Libertad año 2000 "El 35% de los dueños de la MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS utilizan como estrategia de rentabilidad el internet , otro 30% creen que una mejor estrategia de rentabilidad es la promoción a través de televisión y un 25 % en radio y otro 10% en revistas de periódicos.

Por otra parte, (Guajardo, 2002) dice que el estado de resultados es el principal medio para medir la rentabilidad de una empresa a través de un periodo, ya sea de un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de ganancias y pérdidas debe mostrarse en etapas, ya que al restar a los ingresos los costos y gastos del periodo se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta.

Esto no quiere decir que se excluirá el balance general a la hora de hacer un análisis financiero, puesto que para evaluar la operación de un negocio es necesario analizar conjuntamente los aspectos de rentabilidad y liquidez, por lo que es necesario elaborar tanto el estado de resultados como el estado de cambios en la posición financiera o balance general.

En nuestra opinión, tanto el Estado de resultados como el Balance General son necesarios para construir indicadores de rentabilidad, ya que no sólo se requiere de información relacionada con resultados, ingresos o ventas, sino también es necesario disponer de información relacionada con la estructura financiera, básicamente con los activos y el capital invertido.

Todos los índices de rentabilidad que se construyan a partir de los Estados Financieros ya mencionados, permitirán medir la eficiencia con que se ha manejado la empresa en sus operaciones, principalmente en el manejo del capital invertido por los inversionistas. El numerador de los índices incluye la rentabilidad del período y el denominador representa una base de la inversión representativa.

2.4. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS)

El crecimiento económico del país se debe a la recaudación de tributos, pero estos deben ser recaudados a través de contribuyentes, entre ellos tenemos MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

Micro y pequeña empresa (MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS)

Definición

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 esta Ley se hace mención a la sigla MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley.

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las Micro y Pequeñas Empresas las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

IMPORTANCIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI).

En resumidas cuentas la importancia de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

IMPORTANCIA DE LA ECONOMIA NACIONAL

Los intentos de los últimos gobiernos por lograr desarrollar y formalizar a la micro y pequeña empresas (MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS) del país no han dado los resultados que se esperaban. Un proyecto que propone una “Ley de Fomento y de Promoción de la Empresa Inclusiva”, que es impulsado desde el Ministerio de la Producción (Produce) y también la Comisión de Producción del Congreso de la República, propone otorgar a estas empresas facilidades y beneficios, entre ellos, incentivos tributarios para facilitar su acceso y permanencia en el mercado.

El proyecto también plantea beneficios laborales, mediante un régimen que permitirá a las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS otorgar beneficios sociales a sus trabajadores, menores a los del régimen general y similares a los que ya otorga la Ley Micro y Pequeñas Empresas vigente (50% de gratificaciones y CTS, y 15 días de vacaciones por año)

2.4.1. FORMALIZACION Y CONSTITUCION

El Estado fomenta la formalización de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley.

En el caso de que las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

Elige ser persona natural o jurídica:

Ventajas y desventajas de ser persona natural:

Ventajas

- ✓ Para emprender un negocio este en su creación y su liquidación son sencillas.
- ✓ El control y administración del negocio dependen única y exclusivamente de la persona natural.
- ✓ Las normas regulatorias a las que se encuentra sometida son mínimas.

Desventajas

- ✓ La responsabilidad es ilimitada, lo que quiere decir que si existen obligaciones pendientes, responde la persona natural con todo su patrimonio.
- ✓ El capital de la empresa se encuentra limitado a las disponibilidades de la persona natural. Consecuentemente, el crecimiento y las posibilidades de obtener créditos resultan restringidos.
- ✓ Cualquier impedimento de la persona natural afecta directamente al negocio, y puede incluso interrumpir sus operaciones.

Las ventajas de ser una persona jurídica son las siguientes:

- ✓ Su responsabilidad ante terceros se encuentra limitada a la sociedad, es decir, a la empresa.
- ✓ Pueden participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedores de bienes y servicio.
- ✓ Pueden realizar negocios con otras personas jurídicas del país y del extranjero.

- ✓ Tienen mayor facilidad para obtener créditos y pueden ampliar su negocio incrementando su capital, abriendo locales comerciales

2.5. HIPOTESIS

La hipótesis es una idea la cual puede ser verdad o puede ser falsa en el tema de estudio fue planteado de acuerdo al enunciado del problema ante la falta de conocimiento sobre financiamiento y rentabilidad en las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio del departamento de Piura, provincia de Sullana, se ha planteado la siguiente hipótesis ¿Obteniendo un adecuado conocimiento del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio: rubro pollerías ubicadas en departamento de Piura, provincia de Sullana, en la avenida Champañat, periodo 2015 mejorará su financiamiento y rentabilidad de la empresa?

Analizando el enunciado podemos afirmar o negar una relación entre financiamiento y rentabilidad.

Por lo cual tenemos:

2.5.1 HIPOTESIS GENERAL

Existe relación entre financiamiento y rentabilidad en el sector servicio: rubro pollerías, ubicadas en la provincia de Sullana, avenida Champañat región Piura, año 2015.

A la vez se determinó las siguientes hipótesis específicas.

2.5.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS

¿Existen factores que determinan las modalidades de financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas en la avenida Champañat provincia de Sullana, rubro pollerías de la provincia de Sullana del año 2015?

¿El financiamiento ayuda a la mejora de la economía en las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS del departamento de Piura, provincia de Sullana, rubro pollerías en la avenida Champañat ¿Departamento de Pirra. Año 2015?

CAPITULO III

3.1 METODOLOGÍA

3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación fue cuantitativa, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e con ayuda de Excel como herramienta de trabajo.

El nivel de la investigación fue descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

3.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño que se utilizó en esta investigación fue descriptivo, utilizando:

M = Muestra conformada por las pollerías encuestadas.

O = Observación de las variables: Financiamiento y rentabilidad.

3.1.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estará constituida por 20 pollerías dedicadas al sector y rubro en estudio.

Se tomó una muestra al total de la población, por conveniencia de 5 empresas del sector servicio.

Tenemos las siguientes pollerías en estudio

- ☐ Pio Rico
- ☐ Nuevo amanecer
- ☐ Don Oscar Don
- ☐ Carlos Pollería la
- ☐ esquina

3.1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Se utilizó técnica de la encuesta. Para el recojo de la información se realizó un cuestionario estructurado de 11 preguntas.

3.1.2 PLAN DE ANÁLISIS.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizara como soporte el programa Excel.

3.1.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Definición y Operacionalización de las variables.

A. Variables:

- Financiamiento
- Rentabilidad

Definición operativa de variables e indicadores.

Variable

Características del perfil de un empresario

Características del financiamiento

Características de la rentabilidad.

3.1.4 CUESTIONARIO

El propósito del cuestionario es recabar información necesaria para su posterior análisis, de las PYMES Sector Servicio en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat, cuál es la cultura de los empresarios en cuanto a la rentabilidad financiera y a su vez analizar qué variables la impactan.

3.2 ANÁLISIS DE DATOS

Análisis descriptivo. Se realizara un análisis de una muestra representativa de PYMES Sector Servicio en el departamento de Piura, la provincia de Sullana, en la avenida Champañat año 2015.

3.3 RESULTADOS

Una vez realizado el análisis de datos se constata si la evidencia de los datos permitía comprobar la hipótesis del estudio.

OPERATIVIDAD DE VARIABLES

Definición de variables:

- ✓ Financiamiento
- ✓ Rentabilidad

Relación entre financiamiento y rentabilidad

- ✓ Todo financiamiento busca obtener rentabilidad
- ✓ Si no hay financiamiento no se puede pensar en rentabilidad

Cuadro N° 1: MATRIS DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA INVESTIGACION	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	RECOLECCION DE INFORMACION	RESULTADOS
<p>CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO: RUBRO POLLERIAS, UBICADAS EN DEPARTAMENTO DE PIURA, PROVINCIA DE SULLANA, EN LA AVENIDA CHAMPAÑAT PERIODO 2015.</p>	<p>Los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS del sector servicio rubro pollerías ubicados el departamento de Piura, provincial de Sullana, 'al tener un mayor conocimiento sobre financiamiento y rentabilidad mejorar su situación económica.</p>	<p>Determinar y describir las fuentes del financiamiento y la rentabilidad de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS del sector servicio: pollerías ubicadas en el departamento de Piura, Provincia de Sullana, en la avenida Champañat Año 2015.</p>	<p>Evaluar el perfil de un empresario del sector servicio en el rubro pollerías, ubicadas en el departamento de Piura, Provincia de Sullana, en la avenida Champañat periodo 2015</p>	<p>Investigación</p>	<p>Análisis del problema de Investigación realizada.</p>
			<p>Determinar las principales características del financiamiento de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS del sector servicio en el rubro pollerías, ubicadas en el departamento de Piura, Provincia de Sullana, en la avenida Champañat, periodo 2015</p>	<p>Bibliográfica y Documental</p>	
			<p>Describir las principales características de la rentabilidad de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS del sector servicio en el rubro pollerías en el departamento de Piura, Provincia de Sullana, en la avenida Champañat Región Piura periodo 2015.</p>	<p>Encuesta Entrevista. Revisión Documentaria.</p>	<p>Verificar si la al aplicar dichas formas de control de control dio el resultado que esperaba.</p>

Cuadro N° 2: MATRIS DE OPERACIONALIDAD

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	INDICADOR/PREGUNTAS		RESULTADOS
Describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio: pollerías ubicadas	Describir el perfil de un empresario del sector servicio en el rubro pollerías, ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, Año 2015	1	Edad de los representantes legales de las Mypes del sector turismo - rubro pollerías	En la tabla y gráfico 01 se observó que, el 60% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas su edad fluctúa entre 31 y 50 años, y el 20% tienen entre 18 a 30 años el otro 20% su edad fluctúa entre los 51 a más años.
		2	Sexo de los representantes legales de las Mypes del sector servicio - rubro pollerías.	En la tabla y gráfico 02 se observó que, en los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados predomina el sexo masculino con 80% y el 20% femenino.
		3	Nivel de educación de los representantes legales de las Mypes del sector servicio rubro pollerías.	En la tabla y gráfico 03 se observó que un 80% del total de encuestados tiene una educación universitaria completa y el 20% tiene educación secundaria completa.
	Describir las principales características del	4	Realización de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías	En la tabla y gráfico 04 los representantes legales del sector servicio, rubro pollerías, ubicadas en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat, se obtuvo que el 100% de realizaron un financiamiento.

<p>en la financiación de avenida las Micro y Champañ Pequeñas Empresas at de del sector servicio provincia en el rubro pollerías, de ubicadas pollerías Sullana, ubicadas en la Año avenida Champañat 2015. de la provincia de Sullana, Año 2015.</p>	5	<p>Monto aprobado de Crédito de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías</p>	<p>En la tabla y gráfico 05 se obtuvo que. 53% de las personas encuestadas respondieron que su nivel de endeudamiento esta entre 15 001 a 30 000, el 27% indican que su endeudamiento esta entre 30 001 a más.</p>
	6	<p>Fuente de financiamiento donde solicita crédito de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías</p>	<p>En la tabla y grafico 06 reflejó que el 80% de las personas encuestadas respondieron que prefieren trabajar con empresas no bancarias es decir cajas municipales, tan solo el 20% de los encuestados indican prefieren trabajar con empresas bancarias.</p>
	7	<p>Tipos de créditos que accede las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías</p>	<p>La tabla y grafica 7 reflejó que el 60% del total de encuestados trabaja con créditos a corto plazo mientras que un 40% de los representantes legales trabaja con créditos largo plazo.</p>
	8	<p>Forma en que invierte el crédito las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías</p>	<p>La tabla y grafica 8 se obtuvo que el 80% de las personas encuestadas respondieron que la causa de solicitar un crédito es para invertir en infraestructura, pero el 20% de las personas indican que solicitan crédito para comprar algunos bienes muebles.</p>
	<p>Describir las principales características de la</p>	<p>9</p> <p>¿Su rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?</p>	<p>Según tabla y grafico 09 se obtuvo que un 80%, de encuestados de las pollería ubicada en la provincia de Sullana, avenida Champañat, indican que en los dos últimos años ha mejorado la rentabilidad de las empresas del rubro pollerías y un 20% no habido mejoras en rentabilidad.</p>

rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio en el rubro	10	¿Ha mejorad la rentabilidad por el financiamiento recibido?	Se observa en la gráfica N°10, que el 80% de los representantes legales si ha mejorado su rentabilidad gracias al financiamiento que les han ofrecido las empresas financieras han podido salir adelante con su negocio, mientras que el 20% no debido a que el crédito fue para poder salir de deudas.
pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, Año 2015.	11	¿Estrategias para obtener rentabilidad?	Con respecto al grafico 11 se observó que un 60% de encuestados utilizan el internet como herramienta para mejorar rentabilidad, mientras que 20% del total de encuestados utilizan el radio y la televisión como herramienta para mejorar su rentabilidad.

3.4. PRINCIPIOS ETICOS

Durante el desarrollo de esta tesis se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios jurídicos y éticos que permiten asegurar la originalidad de la investigación

Principio de autonomía. Significa que toda persona con mayoría de edad tiene derecho a determinar y conducir su vida por sí sola y de la manera que considere oportuna.

-Principio de igualdad, que establece que todos somos iguales, es decir, que contamos con los mismos derechos y también con las mismas obligaciones.

-Principio de humanización. Este viene a dejar patente que todo ser humano debe vivir, actuar y fomentar valores humanos como son la libertad, la conciencia, el sentido social o incluso la responsabilidad.

-Principio de solidaridad, que establece que todo hombre o mujer, que vive en una sociedad humana, tiene la obligación de buscar el bien común y de ser atento y servicial con las necesidades de los demás.

-Principio de Confidencialidad: Principio que indica que se debe proteger la propiedad de la información, por la que se garantiza que está accesible únicamente a personas autorizadas.

-Principio de Competencia profesional y debido cuidado: El Contador Público tiene el deber de mantener sus habilidades y conocimientos profesionales actualizados en el nivel apropiado para asegurar que el cliente o empleador reciba un servicio profesional competente basado en los desarrollos actuales de la práctica, legislación y técnicas existentes. Debe actuar diligentemente y de acuerdo a las técnicas aplicables y las normas profesionales, cuando proporciona sus servicios profesionales.

CAPITULO IV

4.1.RESULTADOS DE ENCUESTAS

TABLA N° 01: Edad de los dueños de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías de la provincia de Sullana en la avenida Champañat.

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-30	1	20%
31-50	3	60%
51-a mas	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 01

Distribución de la edad de los dueños de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías presentada en porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, ubicadas en la avenida Champañat, de la provincia de Sullana, año 2015.

Interpretación:

En la tabla y gráfico 01 se observa que, el 60% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas su edad fluctúa entre 31 y 50 años, y el 20% tienen entre 18 a 30 años, el otro 20% su edad fluctúa entre los 51 a más años.

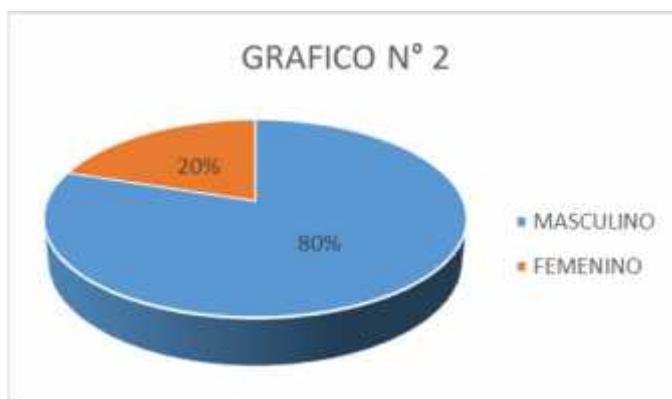
TABLA N° 02: Sexo de los dueños de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro pollerías en la provincia de Sullana de la avenida Champañat.

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	4	80%
FEMENINO	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 02

Distribución del sexo de los dueños de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías en la provincia de Sullana de la avenida Champañat.



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, sector servicio, pollerías ubicadas en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, periodo 2015.

Interpretación:

En la tabla y gráfico 02 se observa que, en los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS encuestados predomina el sexo masculino con 80% y el 20% femenino.

TABLA N° 03: Nivel de Educación de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías en la provincia de Sullana de la avenida Champañat periodo 2015.

EDUCACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRIMARIA COMPLETA	0	0%
SECUNDARIA COMPLETA	1	20%
UNIVERSITARIA COMPLETA	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 03



Distribución del nivel de educación de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías en la provincia de Sullana de la avenida Champañat.

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, pollerías en la avenida Champañat de la provincia de Sullana en el periodo 2015.

Interpretación:

En la tabla y gráfico 03 se observa que los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas tienen un nivel de educación de secundaria completa representando un 20% y el 80% tienen una educación universitaria completa.

TABLA N° 04: Realización de préstamos.

REALIZO FINANCIAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 04



Distribución de préstamos vigentes en Banco o cajas municipales.

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada a los representantes legales del sector servicio, rubro pollerías, ubicadas en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat, se obtiene que el 100% de las empresassí han realizado financiamiento

TABLA N° 05

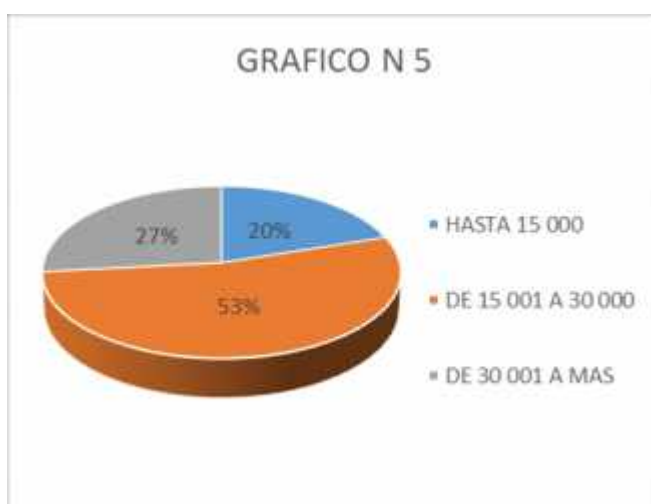
MONTO APROVADO DE CRÉDITO

MOTIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HASTA 15 000	3	20%
DE 15 001 A 30 000	8	53%
DE 30 001 A MAS	4	27%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO

N° 05



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

De lo resultados se obtiene que. 53% de las personas encuestadas respondieron que su nivel de endeudamiento esta entre 15 001 a 30 000, el 27% indican que su endeudamiento esta entre 30 001 a más.

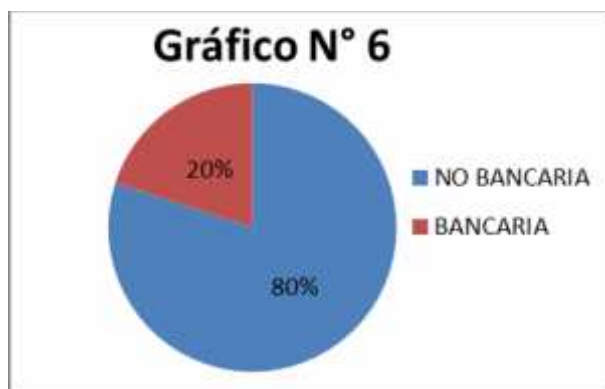
TABLA N° 06

Fuente de financiamiento donde solicita crédito

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO BANCARIA	4	80%
BANCARIA	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 06



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

De la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector servicio, rubro pollerías, ubicados en la Provincia de Sullana, avenida Champañat se aprecia que las empresas prefieren solicitar un financiamiento no bancario es decir en cajas municipales, representado un 80% del total de encuestados y el 20% opta por préstamos bancarios.

TABLA N° 07

¿Qué tipo de créditos accede?

TIPOS DE CREDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CORTO PLAZO	3	60%
LARGO PLAZO	2	40%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 07: TIPO DE CRÉDITOS



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

De la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector servicio, rubro pollerías, ubicados en la Provincia de Sullana, avenida Champañat se aprecia que el 60% de las empresas prefieren solicitar un financiamiento a corto plazo, representado un total de 3, por consiguiente el 40% que representan 2 encuestados accede a créditos a largo plazo.

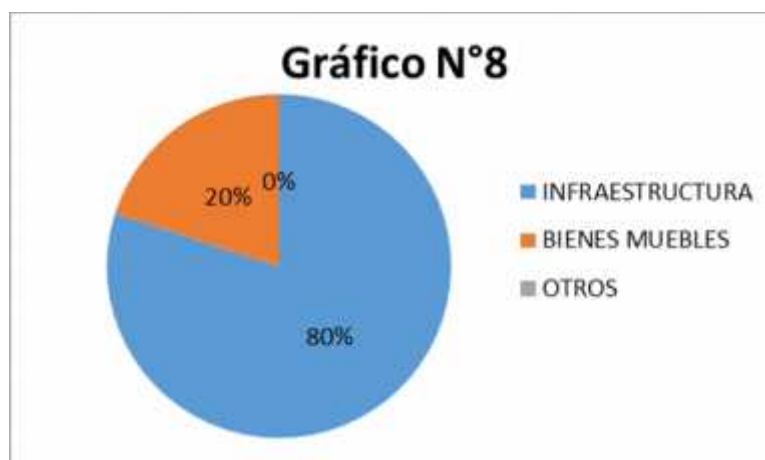
TABLA N° 08

Modo en que se ha invertido el crédito solicitado

FORMA DE INVERTIR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INFRAESTRUCTURA	4	80%
BIENES MUEBLES	1	20%
OTROS	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 08



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

La grafica refleja que el 80% de las personas encuestadas respondieron que la causa de solicitar un crédito es para invertir en infraestructura, pero el 20% de las personas indican que solicitan crédito para comprar algunos bienes muebles.

TABLA N° 09

¿Ha mejorado la rentabilidad de su empresa en los dos últimos años?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 09

¿Ha mejorado la rentabilidad de su empresa en los dos últimos años?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat

Interpretación:

De la tabla 10 y gráfico 10 podemos decir que un 80% de los encuestados afirma que en los dos últimos años ha mejorado la rentabilidad de las empresas del rubro pollerías y un 20% no habido mejoras en rentabilidad.

TABLA N° 10

¿Ha mejorad la rentabilidad por el financiamiento recibido?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 10

¿Ha mejorad o la rentabilidad por el financiamiento recibido?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

Se observa en la gráfica N°11, que el 80% de los representantes legales si ha mejorado su rentabilidad gracias al financiamiento que les han ofrecido las empresas financieras han podido salir adelante con su negocio, mientras que el 20% no debido a que el crédito fue para poder salir de deudas.

TABLA N° 11

Tiene alguna estrategia para obtener una buena rentabilidad

METODOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	3	60%
TELEVISIÒN	1	20%
RADIO	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Autoría propia

GRAFICO N° 11: Herramientas para obtener rentabilidad



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, pollerías en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat.

Interpretación:

Se observa en la gráfica N°11, que el 60 % de los representantes legales utilizan el internet para realizar su publicidad, así como el 20% utilizan el radio y la televisión para Conseguir un nivel adecuado de ventas en las pollerías de la provincia de Sullana, de la avenida Champañat.

4.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Respecto a los empresarios:

En la tabla y gráfico 01 se observó que, el 60% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas su edad fluctúa entre 31 y 50 años, y el 20% tienen entre 18 a 30 años el otro 20% su edad fluctúa entre los 51 a más años.

En la tabla y gráfico 02 se observó que, en los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados predomina el sexo masculino con 80% y el 20% femenino.

En la tabla y gráfico 03 se observó que un 80% del total de encuestados tiene una educación universitaria completa y el 20% tiene educación secundaria completa.

Respecto al financiamiento:

En la tabla y gráfico 04 los representantes legales del sector servicio, rubro pollerías, ubicadas en la provincia de Sullana, en la avenida Champañat, se obtuvo que el 100% de realizaron un financiamiento.

En la tabla y gráfico 05 se obtuvo que. 53% de las personas encuestadas respondieron que su nivel de endeudamiento está entre 15 001 a 30 000, el 27% indican que su endeudamiento está entre 30 001 a más.

En la tabla y gráfico 06 reflejó que el 80% de las personas encuestadas respondieron que prefieren trabajar con empresas no bancarias es decir cajas municipales, tan solo el 20% de los encuestados indican prefieren trabajar con empresas bancarias.

La tabla y grafica 7 reflejó que el 60% del total de encuestados trabaja con créditos a corto plazo mientras que un 40% de los representantes legales trabaja con créditos largo plazo.

La tabla y grafica 8 se obtuvo que el 80% de las personas encuestadas respondieron que la causa de solicitar un crédito es para invertir en infraestructura, pero el 20% de las personas indican que solicitan crédito para comprar algunos bienes muebles.

Respecto a la rentabilidad:

Según tabla y grafico 09 se obtuvo que un 80%, de encuestados de las pollería ubicada en la provincia de Sullana, avenida Champañat, indican que en los dos últimos años ha mejorado la rentabilidad de las empresas del rubro pollerías y un 20% no habido mejoras en rentabilidad.

Se observa en la gráfica N°10, que el 80% de los representantes legales si ha mejorado su rentabilidad gracias al financiamiento que les han ofrecido las empresas financieras han podido salir adelante con su negocio, mientras que el 20% no debido a que el crédito fue para poder salir de deudas.

Con respecto al grafico 11 se observó que un 60% de encuestados utilizan el internet como herramienta para mejorar rentabilidad, mientras que 20% del total de encuestados utilizan el radio y la televisión como herramienta para mejorar su rentabilidad.

CAPITULO V

5.1 . CONCLUSIONES

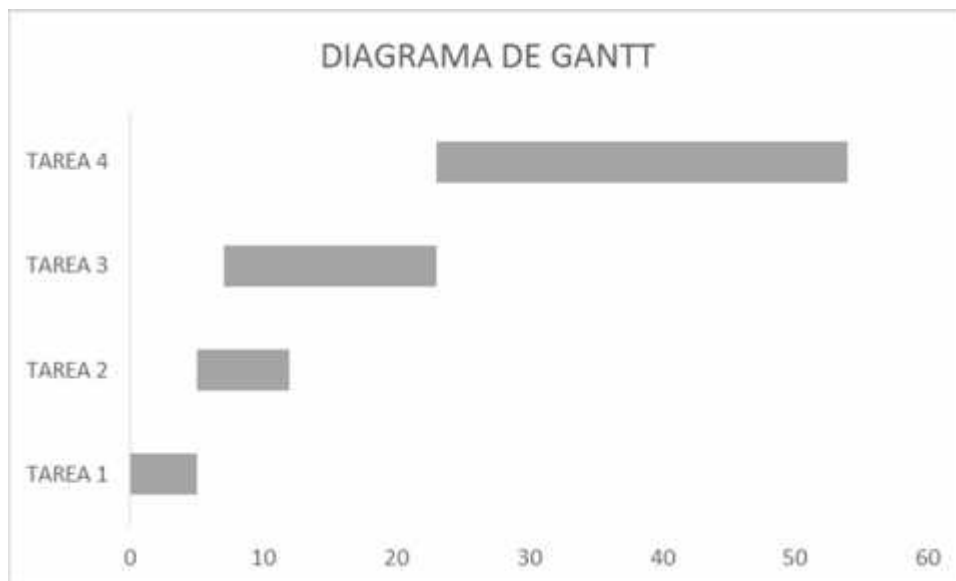
1. Con respecto al perfil empresarial de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías del periodo 2015, un 20% tienen entre 18 a 30 años, un 60% tienen entre 31 a 50 años y un 20% tienen más de 51 años; un 80% pertenecen al género masculino y un 20% al género femenino; un 80% tienen educación universitaria completa y el 20% tienen educación secundaria completa.
2. Con respecto al financiamiento las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro pollerías ubicados en la avenida Champañat Provincia de Sullana periodo 2015, el 100% realizó financiamiento, de las cuales el 80% lo realizó en sistema no bancario y el 20% lo realizó en el sistema bancario; el 60% solicitó financiamiento a corto plazo y el 40% a largo plazo; en cuanto a la inversión del financiamiento un 80% invirtió en infraestructura y un 20% en bienes muebles.
3. Con respecto a la rentabilidad de las empresas sector servicio, rubro pollerías, ubicados en la avenida Champañat, provincia de Sullana periodo 2015; un 80% afirma que ha mejorado su rentabilidad en los últimos años, el 20% afirma que su rentabilidad no mejoró en los últimos años; el 80% afirma que su rentabilidad mejoró debido al financiamiento obtenido, el 20% no mejoró su rentabilidad; el 60% utiliza el internet como herramienta de obtención de rentabilidad, un 20% la radio y un 20% la televisión.

5.2 ANEXOS

Cuadro N° 2: Programación de Actividades

ACTIVIDADES		DIAS	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	INICIO	FIN
TAREA 1	Elaboración del Proyecto de Tesis	0	5
TAREA 2	Recolección de información	5	7
TAREA 3	Elaboración del borrador del Informe de Tesis	7	16
TAREA 4	Preparación del Informe de Tesis	23	31

GRAFICO N° 13: DIAGRAMA DE GANTT



Cuadro N° 3: PRESUPUESTO

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Total
TOTAL GENERAL				S/. 328.00
BIENES Y SERVICIOS				S/. 55.00
1.1 Hojas (Encuestas e impresiones)	200	Millar	0.05	S/. 15.00
1.2 Bolígrafos y lápices	5	Unidad	2	S/. 5.00
1.4 USB	1	Unidad	35	S/. 35.00
MOVILIDADES				S/. 47.00
2.1 Pasajes Locales				S/. 15.00
Pasaje	30	Pasaje	2	S/. 20.00
Comunicaciones. Estimado.	4	Unidad	20	S/. 12.00
SERVICIOS				S/. 226.00
3.1 Fotocopias	400	Unidad	0.1	S/. 40.00
3.2 Impresiones	500	Unidad	0.3	S/. 150.00
3.3 Internet. Estimado.	72	horas	0.5	S/. 36.00



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Este trabajo de investigación tiene como finalidad el recojo de información de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías en la avenida Champañat de la provincia de Sullana, periodo 2015.

1. ¿Edad de los representantes legales de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías?
 - a) 18 a 30
 - b) 31 a 50
 - c) 51 a mas

2. ¿Sexo de los representantes legales de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías?
 - a) Masculino
 - b) Femenino

3. ¿Nivel de educación de los representantes legales de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías?
 - a) Primaria Completa
 - b) Secundaria Completa
 - c) Universitaria Completa

4. ¿Ha realizado financiamiento en los últimos años?
 - a) Si
 - b) No

5. ¿Cuál fue el monto aprobado de crédito?

- a) Hasta S/. 15 000 Nuevos soles
- b) De S/. 15 001 a S/. 30 000 Nuevos soles
- c) De S/. 30 001 a Mas Nuevos soles

6. ¿Fuente de financiamiento donde solicita crédito?

- a) Bancario
- b) No bancario

7. ¿Qué tipos de créditos accede?

- a) Corto plazo
- b) Largo plazo

8. Forma en que invierte el crédito

- a) Infraestructura
- b) Inmueble Maquinaria y equipo

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

- a) Si
- b) No

10. ¿Ha mejorad la rentabilidad por el financiamiento recibido?

- a) Si
- b) No

11. ¿Estrategias para obtener rentabilidad?

- a) Radio
- b) Internet
- c) Televisión

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre. (2002). La concecusion del dinero para financiamiento y quien ha de facilitarla.
- Amat. (1998). Fuentes de financiamiento a largo plazo.
- Baca. (2007). *El capital como tasa minima para poder invertir y obtenr rentabilidad.*
- Baca. (2007). El capital como tasa minima para poder invertir y obtenr rentabilidad.
- BAZAN. (2011). *demanda de crédito en las MYPES de la ciudad de Leoncio Prado” durante el año 2011.*
- Brealey, & Myers. (1998). Analisis financiero para evaluar la rentabilidad de una empresa.
- CAÑIZARES, F. J., & SANDRA SÁNCHEZ. (2010). Analisis del perfil emprendedor : Una perspectiva de genero.
- Castillo, M. (2007). *Efectos del financiamiento en las MYPES.*
- Copeland. (1995). Formas de financiar activos para pbtencion de rentabilidad.
- Flores. (2004). *Financiamiento como herramienta de crecimiento de las MYPES .*
- FUENTES. (2010). *Causas de la falta de acceso al financiamiento para el crecimiento de las MYPE.*
- Fuentes, S. (2010). *Causas de la falta de acceso a financiamiento para el crecimiento de las MYPE.*
- Gitman. (1990).
- Gleiser. (2014). Factores de fracaso por falta de financiamiento para obtener rentabilidad.
- Gomez. (2004). *El capital es cualquier existencia o bien de valor que permita generar rentabilidad.*
- Gomez. (2014).
- Guajardo. (2002). El estado de resultados como herramienta de medida de la rentabilidad.
- Guiltinan. (2004). La rentabilidad como herrameinta de medir la gerencia y el impacto en la rentabilidad.

- Guiltinan. (2005). *La rentabilidad como herramienta de medir la gerencia y el impacto en la rentabilidad.*
- J, G. (1992). La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas.
- J, S. (2014). La formalización de las PYMES y afectos en su rentabilidad.
- MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERU. (2013).
<http://drp.regionpiura.gob.pe/detalle.php?idpag=2&id=60&per=2012>.
- Micro y Pequeñas Empresas EN PERU. (2014).
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/importancia.htm.
- Olaya. (2006). *La rentabilidad afectada cuando la inversión se convierte en objetivo personal y no empresarial.*
- PBI DEPARTAMENTAL. (2008).
<http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/11057.pdf>.
- POBLACION ECONOMICA ACTIVA POR DEPARTAMENTOS. (s.f.).
<http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>.
- R, G. (2002). *Análisis de indicadores financiero.*
- Rico. (2006). Factores de la rentabilidad como economía, alcance, tiempo. Rigolini.
- (2014). El emprendimiento para obtener rentabilidad en las empresas. Sagastegui.
- (2012). Estudio realizado en el rubro pollerías del distrito de Chimbote.
- Samuelson. (2001). *Aprovechamiento de factores tierra y trabajo para mejorar la rentabilidad.*
- Samuelson. (2001). *Aprovechamiento de factores tierra y trabajo para mejorar la rentabilidad.*
- Samuelson, & R & Myers . (2001). La deuda a largo plazo financiada beneficiara y aumentara la rentabilidad.
- Sanchez. (2002). rentabilidad expresado en resultados a largo plazo.
- SECTOR MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. (2012).
<http://drp.regionpiura.gob.pe/detalle.php?idpag=2&id=60&per=2012>.
- T, R. (2000). Los medios de comunicación como estrategia de rentabilidad.

Terrones. (2014). La formalizacion va mas alla de cumplir obligaciones, si no es un decicion economica con beneficios directos para crecimeinto del negocio.

Vargas. (2012). *Factores que desarrollan las PYMES en Lima metropolitana* . Lima.

Vera. (2001). Estructura de financiamiento de las empresas financieras.

Weinberger. (2009). El espiritu emprendedor del empresario influyen el a rentabilidad de la empresa.