



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

**“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES SECTOR
RESTAURANTES DE MARISCOS EN EL DISTRITO LA
CRUZ - TUMBES, 2018”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

AUTORA:

BACH. LEYDI MELISSA BECERRA GARCIA

ASESOR:

CPCC. VILELA RODRIGUEZ OSCAR ANDRES

TUMBES – PERÚ

2018

TITULO:

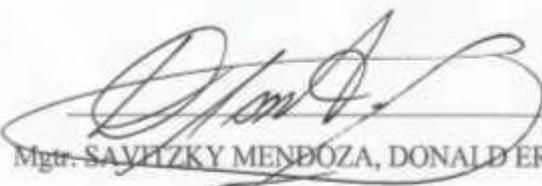
“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES SECTOR RESTAURANTES DE MARISCOS EN EL DISTRITO LA CRUZ - TUMBES, 2018”

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

PRESIDENTE :


Mgtr. CORDOVA PURIZAGA, CHRISTIAN IVAN

INTEGRANTE :


Mgtr. SAVITZKY MENDOZA, DONALD ERROL

INTEGRANTE :


Mgtr. RETO GOMEZ, JANNYNA

ASESOR :


Mgtr. OSCAR ANDRÉS VILELA RODRÍGUEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su amor e infinita misericordia, por estar a mi lado siempre, haberme permitido llegar a este momento tan importante en mi vida, creyendo en él todo es posible.

A mis padres por creer en mí, por su apoyo incondicional y todo el cariño que me impulsa a ser mejor día a día. A mis hermanos por sus consejos, por darme ánimos y porque siempre encuentran la manera de hacerme reír.

A mi tutor por sus enseñanzas y asesoramiento en la realización del presente Informe. Así mismo a todas aquellas personas que hicieron posible la realización y culminación de este proyecto.

L.Melissa Becerra García.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, por todo el apoyo que me han brindado, que con su amor puro hicieron que día a día me impulse a seguir adelante, alcanzar la primera meta en mi vida, superar las adversidades y los retos de la vida diaria.

A mis hermanos por ser siempre esas voces alentadoras, por sus consejos, y porque siempre encuentran la manera de hacerme reír. Dios me los bendiga y me los guarde siempre. Gracias.

L. Melissa Becerra García.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Restaurantes De Mariscos En El Distrito De La Cruz- Tumbes, 2018” estableció como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz –Tumbes,2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 14 restaurantes, por ende teniendo una población conformada por 14 dueños/ gerentes a quienes se les aplicó el cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: Respecto a las características de las Mypes: El 100% de las Mypes en estudio tienen posicionamiento en el mercado, el 100% indican estar inscritos en registro único contribuyente (RUC).Respecto al financiamiento: El 57.14% financia su actividad productiva con recursos propios, el 100% indica que si han requerido financiamiento, 57.14% el monto solicitado fue entre S/. 1,000 -3,000. Respecto a la rentabilidad: Del 100% (14) de los encuestados, el 64.29% (9) de los representantes indico que su empresa es rentable un 50%, el 64.29% de las Mypes manifestaron que el problema que afecta la rentabilidad de su negocio son ventas bajas, la competencia; por ello se propone una propuesta para mejora de la rentabilidad de las Mypes.

Palabras claves: Financiamiento, Rentabilidad, Mypes.

ABSTRACT

The present research work entitled "CHARACTERIZATION OF THE FINANCING AND PROFITABILITY OF THE MYPES OF THE SEAFOOD RESTAURANT SECTOR IN THE DISTRICT OF LA CRUZ- TUMBES, 2018"

established as a general objective: Describe the main characteristics of the financing and the profitability of the Mypes of the sector seafood restaurants in the district la Cruz - Tumbes, 2018. The research was quantitative, descriptive level and non-experimental design. In order to carry it out, a sample of 14 restaurants was chosen, thus having a population made up of 14 owners /managers to whom the structured questionnaire was applied. Of the technique of the survey. Obtaining the following results: Regarding the characteristics of Mypes: 100% Mypes under study have market positioning, 100% indicate that they are registered in the single taxpayer registry (RUC). Regarding financing: 57.14% finances their activity productive with own resources, 100% indicates that if they have required financing, 57.14% the requested amount was between S /. 1,000 -3,000.Regarding profitability: Of the 100% (14) of the respondents, 64.29% (9) of the representatives indicated that their company is profitable 50%, 64.29% of the Mypes said that the problem that affects the profitability of their business are low sales, competition; Therefore, a proposal is proposed to improve the profitability of Mypes.

Keywords: Financing, Profitability, Mypes

ÍNDICE DE CONTENIDO

TITULO:	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Internacionales:	6
2.1.2 Nacionales:	9
2.1.3 Regionales:	11
2.2. Bases Teóricas y Conceptuales	13
2.2.1. Financiamiento	13
2.2.2. Rentabilidad.....	16
2.2.3 Definición de micro y pequeña empresa	20
2.2.4. Los Restaurantes.....	22
III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	24
IV. METODOLOGÍA.....	25
4.1. Tipo de Investigación	25
4.2. Nivel de Investigación.....	25
4.3. Diseño de la Investigación.....	25
4.4. Población y Muestra	26
4.5. Definición y operacionalización de las variables:	28
4.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	35

4.7. Plan de análisis de investigación	35
4.8. Principios Éticos.....	36
4.9. Matriz de Consistencia	37
V. RESULTADOS.....	38
5.1. Resultados de tablas	38
5.2. Análisis de los resultados	58
VI. CONCLUSIONES	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS.....	68
Anexo N°01: Carta SUNAT.....	69
Anexo N° 02: Solicitud Presentada a la Municipalidad de Distrito de la Cruz	70
Anexo N°03: Cuestionario	71
Anexo N°04: Cronograma de Actividades.....	74
Anexo N°05: Álbum de fotografía.....	75
Anexo N° 06: Cuadro comparativo (Instituciones Bancarias, No Bancarias)	78
Anexo N°07: Estado de Ganancias y Pérdidas por Función.....	80
Anexo N°08: Propuesta de Mejora.....	82
PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL (PAG. FACEBOOK) PARA LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES SECTOR RESTAURANTES DE MARISCOS EN EL DISTRITO DE LA CRUZ- TUMBES, 2018.	82

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES	
Tabla 1: Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype	38
Tabla 2: Cuenta Ud. con RUC.....	39
Tabla 3: En qué régimen tributario se encuentra la Mype.....	40
Tabla 4: El local de la empresa.....	41
Tabla 5: Cuántos trabajadores laboran en su empresa.....	42
Tabla 6: Motivo de formación de la empresa	43
CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO	
Tabla 7: Cómo Financia su actividad productiva.....	44
Tabla 8: La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento	45
Tabla 9: A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos.....	46
Tabla 10: El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado	47
Tabla 11: Monto del préstamo solicitado	48
Tabla 12 : Tasa de interés que se le asignó pagar.....	49
Tabla 13: Plazo de pagos de sus créditos	50
Tabla 14: En que invirtió el financiamiento obtenido	51
Tabla 15: Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero.....	52
CARACTERÍSTICAS DE LA RENTABILIDAD	
Tabla 16: Ventas mensuales	53
Tabla 17: Qué porcentaje es su costo de ventas	54
Tabla 18: Activos fijos	55
Tabla 19: El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual	56
Tabla 20: Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype	57

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype	38
Figura 2: Cuenta Ud. con RUC	39
Figura 3: En qué régimen tributario se encuentra la Mype	40
Figura 4: El local de la empresa	41
Figura 5: Cuántos trabajadores laboran en su empresa	42
Figura 6: Motivo de formación de la empresa.....	43
Figura 7: Cómo Financia su actividad productiva.....	44
Figura 8: La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento	45
Figura 9: A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos	46
Figura 10: El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado.....	47
Figura 11: Monto del préstamo solicitado.....	48
Figura 12: Tasa de interés que se le asignó pagar	49
Figura 13: Plazo de pagos de sus créditos	50
Figura 14: En que invirtió el financiamiento obtenido.....	51
Figura 15: Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero	52
Figura 16: Ventas mensuales	53
Figura 17: Qué porcentaje es su costo de ventas	54
Figura 18: Activos fijos	55
Figura 19: El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual	56
Figura 20: Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype.....	57

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N°01: Población de la Investigación.....	26

I. INTRODUCCIÓN

EL presente trabajo de investigación, se elaboró dentro del marco de líneas de investigación de la escuela profesional, de acuerdo al campo disciplinar, el cual lleva como título: “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito La Cruz- Tumbes, 2018”. Por ende este trabajo va a contribuir desde la perspectiva de juicio académico, científico, social y también en especial en el campo empresarial.

La investigación tiende su espacio en el cercado del distrito La Cruz, uno de los seis distritos que conforman la provincia de Tumbes, La Cruz en el cercado cuenta con catorce restaurantes siendo estos: Restaurant Olaya, sol y mar, la casa de los mariscos, cabo blanco, villa del mar, antaño’ ms, sabor cruceño, la fiesta, guido’s, mi marcela, niño, la cabañita, cielo milagros, la casa del chef ; de manera que estos emprendedores además de atender a la población del mismo distrito, son un excelente facilitador para el turismo, albergan gran cantidad de turistas.

Las Mypes dedicadas a este rubro de servicio de restaurantes de mariscos, son actualmente empresas de gran transcendencia, con futuro en el mercado empresarial, en la actualidad brindan mejores beneficios por tratarse de una zona altamente turística. El distrito de la Cruz fue creada por Ley N° 14127 del 18 de junio de 1962, la cual está ubicada a 17 km de Tumbes, tiene una extensión de 65,23 km². Representado el 3.60% del total del territorio tumbesino.

El mundo avanza a una velocidad precipitada hacia la interdependencia económica, lo cual simboliza grandes retos a las naciones y a las Mypes. Las grandes empresas de hoy empezaron como pequeñas empresas del ayer, generando el incremento de las micro y pequeñas empresas, buscando así fomentar diferentes fuentes de trabajo, para la obtención de recursos económicos que les permita generar crecimiento.

En la actualidad, estas empresas han conseguido generar empleo en diferentes campos o sectores, logrando impulsar la economía del país. Es así que el financiamiento es el elemento esencial e imprescindible para el desempeño empresarial, y actualmente sigue siendo un problema poder acceder a él con facilidad.

Asimismo en Europa, existe el problema de acceso a financiamiento, debido a la falta de capacidad de las PYMES para garantizar el crédito, siendo esta una barrera para conseguir financiamiento, dificultando el crecimiento de estos pequeños negocios.

Según el ranking mundial elaborado por World Economic Forum – WEF, nuestro país se ubica en el puesto 72, lo cual representa un retroceso de 5 posiciones respecto al Informe del año pasado, estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas e incrementar su tamaño. A pesar de esta necesidad en el Perú, las acciones referidas a la adaptación de estrategias que mejoren el desarrollo y competitividad de las Mypes, aún se encuentran en la etapa de implementación. Hasta el momento, las acciones del gobierno no reflejan resultados positivos respecto a la eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, al entorno macroeconómico y sofisticación empresarial. (Informe Global de Competitividad)

Por ello en América Latina, la magnitud del financiamiento establece un elemento esencial para comprender el trayecto de estas empresas, así como su escala de rendimiento, capacidad de integración e innovación que permitan bríndales nuevas perspectivas de empleo, desarrollo y crecimiento, entre otros aspectos.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú, son de vital importancia debido a que simbolizan el dispositivo principal del motor de nuestra economía, lo cual contribuyen al crecimiento económico, y son las principales fuentes generadoras de empleo, también son consideradas como motor de riqueza y bienestar para nuestro país.

De acuerdo con Kong & Moreno (2014) añade que el nacimiento de las Mypes parte de un capital propio o ajeno al emprendedor que decida hacer empresa, las que a su vez necesitan cubrir sus principales necesidades económicas y/o expandir sus recursos, para conseguir manteniéndose, creciendo en el mercado.

Tumbes es un departamento, que está creciendo y está conformado por muchas micro y pequeñas empresas, es por eso que la dirección regional de trabajo y promoción de empleo de la ciudad de Tumbes ha empezado a establecer mecanismos adecuados de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el sector, en concordancia con la política del estado con los planes sectoriales y regionales, para apoyar a las micro y pequeñas empresas mediante capacitación y financiamiento para así generar rentabilidad y puedan determinar su margen de ganancias.

Los emprendedores son importantes agentes de desarrollo económico y desarrollo social, son quienes impulsan el desarrollo económico en la zona de Tumbes-Perú. La población es de empuje, visionarios y tienen capacidad de alto riesgo, en la actividad productiva que desempeñan, es decir, la gastronomía. Así mismo son los mayores generadores de empleo, participando activa y directamente en la mejora de la calidad de vida a las personas de Distrito de La Cruz.

El presente proyecto de investigación titulado Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz - Tumbes, 2018; busca identificar la problemática respecto a los restaurantes de mariscos. En nuestra región de Tumbes, en nuestro distrito La Cruz en la capital y toda su jurisdicción, han aparecido un sin número de establecimientos dedicados a la venta de comida y es así que este negocio se proyecta día a día como una fuente de trabajo lucrativa.

La problemática que hoy en día existe en el Distrito de La Cruz es que las micro y pequeñas empresas de restaurantes de mariscos, existe una gran competencia en el mercado, la cual afectan la rentabilidad de sus Mypes. Es decir, los restaurantes de mariscos, dado a la gran demanda que hay por las empresas perforadoras, petroleras (BPZ) se han visto en la necesidad de ofrecer menús a precio cómodos, dado que vivimos en una sociedad en donde los gustos, preferencias y actitudes de las personas no siempre son las mismas, si no que varían, Así mismo para mantener una cartera de clientes fieles.

Sin embargo, se desconoce si estas Mypes tienen o no tienen acceso al financiamiento y si es así; cuánto de interés pagan por el crédito y mediante qué sistema financiero obtuvieron el crédito. Asimismo se desconoce sobre la rentabilidad de dichas Mypes, es decir, si ha mejorado o ha empeorado en el periodo, por todo ello, entre otros aspectos, se plantea el enunciado del problema de investigación a manera de pregunta interrogativa visionando solución, por ello la pregunta siguiente:

¿Cuáles son las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del sector restaurantes de mariscos en el distrito La Cruz - Tumbes, 2018?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz - Tumbes, 2018.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características del financiamiento de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz.

- Describir las principales características de la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz.
- Elaborar una propuesta de mejora en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas.

Finalmente la investigación se justifica porque el estudio es de importancia debido a que va a permitir identificar y clasificar los diversos tipos de financiamiento a los cuales han recurrido o tienen acceso las empresas de nuestro medio denominadas Mypes; así mismo los efectos que se han generado producto de este financiamiento, es decir, si como consecuencia de dicho financiamiento se ha logrado incrementar los beneficios anhelados por sus propietarios.

Asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes de Contabilidad de nuestra Universidad. Finalmente, la presente investigación se justifica porque desde el punto de vista práctico, permitirá contar con datos estadísticos concretos sobre las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del ámbito de estudio. También porque se elaborara la propuesta de mejora, es decir, una solución al problema planteado de las Mypes estudiadas, y para otras que tengan el mismo problema.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

En el transcurso de los tiempos se realizaron conceptos y definiciones de acuerdo al tema del sector servicios, teniendo en cuenta que se utilizaron como aporte para la realización del presente trabajo de investigación, por lo tanto se analizaron temas estudiados y así se pueda tener una perspectiva hacia donde nos dirigimos en la investigación.

2.1. Antecedentes

En los antecedentes encontramos Internacionales, Nacionales y Regionales.

2.1.1. Internacionales:

Según Saavedra & León (2014) en su investigación titulada: *“Alternativas de financiamiento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Latinoamericana”*. Tuvo objetivo realizar un diagnóstico de la situación actual del financiamiento de la Pyme en Latinoamérica, ya que existen indicios que aunque hay instituciones que las apoyan financieramente, pocas son las oportunidades que tienen de ser sujetos de crédito y la gran parte de ellas empiezan a operar sin capital suficiente, para asegurar un crecimiento adecuado y sostenido, que permita permanecer en el mercado. Asimismo deduce que la principal fuente de financiamiento de este sector son los recursos propios y los préstamos de instituciones financieras no bancarias son la última fuente de financiamiento para capital de trabajo, esto significaría altas tasas de interés que cobran estas empresas del sector financiero.

Por otra parte, Gonzáles (2013) en su tesis previa a la obtención del grado de Maestro en Administración, la cual lleva por título: *“El impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las Mi Pymes del sector comercio en el municipio de Querétaro (México)”*. Realizado en la Universidad Autónoma de Querétaro, obteniendo como conclusión que la problemática actual que viven las Mi

Pymes deriva de múltiples factores extremos e internos, señalando principalmente a la escasez de financiamiento y el bajo nivel de rentabilidad, teniendo como resultado lo siguiente: Nueve de cada diez encuestados manifestaron que el financiamiento a largo plazo contribuye la rentabilidad.

De otro lado Bustos (2013) realizó una investigación denominada “Fuentes de financiamiento y capacitación en el Distrito Federal - México para el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas”. Realizado en la Universidad Nacional Autónoma de México, llegó a las siguientes conclusiones: Las Mypes requiere analizar la estructura organizacional que conforman las pequeñas empresas para obtener así una visibilidad productiva que les permita ser punto de interés para las empresas públicas o privadas encargadas de otorgar créditos dentro de los mercados financieros. Las acotaciones que se han incluido indican una preponderancia hacia el sector proveedores como fuentes de financiamiento de las Mypes, seguido de la Banca Comercial y Banca de Desarrollo; el sector bancario comercial suele establecer una serie de requerimientos que obligan al micro empresario cumplir para tener la posibilidad de acceder a un financiamiento.

Por ello Velecela (2013) en su trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en Gestión y Dirección de Empresas, “Análisis de las fuentes de financiamiento para las MYPES realizado en Cuenca – Ecuador”. Obteniendo como conclusión que en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las Mypes, pero sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, lo cual consideran que sus procesos son tediosos y generalmente buscan la opción más cara pero que finalmente termina siendo lo más rápida, el caso de los prestamistas informales.

Asimismo Domingo , Salvador, & Martínez (2011) en su investigación titulada “*Contabilidad de costos y rentabilidad en la PYME, México*”. Tienen como propósito

analizar las características de las empresas que tienen implementado un sistema de contabilidad de costos para la gestión, el tipo de investigación fue cuantitativa con diseño descriptiva no experimental y se utilizaron como la técnica para recopilar la información fue una encuesta personal realizada por personal calificado del proyecto en la sede de la Pyme, se utilizó como soporte un cuestionario auto administrado dirigido al gerente de la empresa. El diseño general de la muestra se basó en los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas. La población de empresas, para los efectos del diseño de la muestra, ha sido segmentada de acuerdo con tres criterios: región, actividad y tamaño. Asimismo realiza un estudio empírico con 1,425 MYPE. Las cuales se caracterizan por ser empresa medianas, maduras, no familiares y dirigidas por gerentes con formación universitaria. Asimismo, se trata de empresas muy innovadoras, con una tecnología avanzada y que disponen de certificación de calidad. Adicionalmente, los resultados muestran que la implantación de un sistema de costos ejerce una influencia positiva sobre la rentabilidad de la PYME.

Por lo tanto Aladro, Ceroni, & Montero (2011) en su trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial Mención Administración, titulado: *“Problemas de Financiamiento en las MIPyMES”*. Obteniendo como conclusión que en los últimos años el acceso al financiamiento de las Mipymes ha aumentado notoriamente, sin embargo, es importante mejorar las condiciones de créditos para las empresas de menor tamaño. Si bien, el acceso al financiamiento ha mejorado, incluso un gran porcentaje de microempresas no logran obtener crédito debido a las altas tasas de interés y el plazo otorgado.

De igual manera Rocha (2011) en su investigación denominada: *“Estrategias de financiamiento de las Pymes de la industria de alimentos, subsector panadero de Valledupar, Colombia”*. Asimismo concluyendo que las Pymes panaderas de Valledupar

Colombia se caracterizan por utilizar como principales fuentes de financiamiento, los ahorros personales, los créditos comerciales, préstamos de bancos comerciales, préstamos con proveedores y préstamos de amigos y parientes (todos en corto plazo), son negocios familiares, almacenan materia prima buscando algunas veces contrarrestar un aumento desproporcionado en estas materias primas.

2.1.2 Nacionales:

Por ello Vilca Quispe (2018) en investigación titulada: “Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017”. Tuvo como objetivo determinar las características de financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Lampa, Puno 2017. Llego a las siguientes conclusiones: Con respecto al financiamiento el 80% si obtuvieron préstamos, el 60% mencionan que la fuente de su financiamiento fue personal, el 70% el crédito lo invirtieron en la compra de insumos, el 90% indican que el monto del crédito fue de 1000 a 2500 soles, el 60% pagaron el préstamo solicitado en 12 meses, el 80% no tuvieron inconvenientes en la solicitud del préstamo para su negocio. En tanto en la rentabilidad, el 90% mencionan que si mejoro la rentabilidad, que su empresa es rentable, se considera al financiamiento una fuente de suma importancia para el desarrollo de las empresas dedicadas a este rubro.

Por otro lado, Gallozo Huerta (2017) en su trabajo de investigación previo a la obtención del título profesional de Contador Público, lo cual lleva por título: “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016*”. Tiene como propósito describir el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo

2016; donde se obtuvo los siguientes resultados: un 78% tiene financiamiento propio, el 47% afirmaron que fue para el pago de trabajadores, el 55% indica que obtuvo capacitación al adquirir el crédito financiero, el 36% menciona que recibió una capacitación, el 67% afirma que la capacitación es relevante, el 53% cree que el financiamiento otorgado si mejoro la rentabilidad, el 57% cree que la capacitación si mejora su rentabilidad y el 66% menciona que la rentabilidad mejoro en los últimos dos años, concluyendo que el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en la Mypes del sector servicios, rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016; tienen una relación significativa de acuerdo a la revisión literatura, con los resultados empíricos obtenidos de la muestra mediante los instrumentos de medición.

De igual manera, Carrillo (2016) en su de investigación denominada: “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”. 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, periodo 2014-2015. Por lo tanto concluye que las Mypes en estudio han realizado financiamiento, se han capacitado y son rentables.

Por otra parte Diaz (2016) en su trabajo de investigación titulado: “Caracterización de Capacitación y Rentabilidad de las Mype Rubro Restaurantes de la Urb. Angamos de la Ciudad de Piura, Año 2016”. Su objetivo fue: Identificar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de los restaurantes de la Urb. Angamos, año 2016. Se concluyó que las Mype necesitan conocer la motivación de los empleados con el fin de incrementar la productividad del conjunto.

Finalmente Anaya (2015) en su trabajo de investigación denominado: “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Huarney, 2014”. Tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del Sector servicio – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del caso urbano de Huarney, año 2014. Asimismo concluye que el 100% de las micro y pequeñas empresas han conseguido crédito financiero, en la rentabilidad el 90% de las Mypes percibe que su negocio es rentable; y el 50% asegura que el factor determinante de rentabilidad es por el incremento de precios; en conclusión: las Mypes están personas que conocen el rubro, financian su actividad comercial, a pesar de no utilizar los indicadores sostienen que la rentabilidad ha disminuido y eso se debe mayormente al incremento de precios en el mercado.

2.1.3 Regionales:

Según Pintado (2018) en su investigación titulada: “Caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las Mypes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes de distrito de Pampas de hospital – Tumbes, 2017”. Con el objetivo de determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las Mypes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital - Tumbes, 2017, dando a percibir mediante la revisión literaria las definiciones correspondientes a las variables de calidad del servicio al cliente y rentabilidad, con diseño de investigación descriptiva-cualitativa, ya que se describirán realidades, hechos y características de datos sin ser manipulados ni alterados y en un solo momento, concluyendo que los servicios brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital son buenos, tienen buena capacidad de respuesta en la atención

y entrega de pedidos, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; asimismo cuenta con un buen sistema de seguridad, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

Por otra parte Barrientos (2018) en su trabajo de investigación denominado: “Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017”. Considero como objetivo general: Determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. Se llegó a las siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención al cliente es de nivel alto y positivo, buscan mantener satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar anticipadamente las necesidades, gustos y preferencias de sus clientes.

Seguidamente Lupu (2016) en su investigación titulada: “*Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de Mype Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes-2016*”. Con el objetivo de describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio, rubro restaurant del distrito de Tumbes año 2016. Concluyendo que las micro y pequeñas empresas antes de afirmar un financiamiento es necesario que analicen y estudien las condiciones predispuestas por el empresario, es decir cuánto se pagara demás, intereses aplicables, monto a financiar, etc. Asimismo se describe que las Mypes mayormente tienden acceder a un financiamiento por parte de un agente bancario y/o financiero, con la finalidad de mejorar su establecimiento, afirman que el Financiamiento que percibieron las Mypes, un 53.84% obtuvieron crédito de terceros, el 53.85% de las Mypes que

recibieron crédito invirtieron dicho crédito en mejoramiento y/o ampliación de sus locales, el 53.84% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron que el microcrédito financiero si contribuyo al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas.

2.2. Bases Teóricas y Conceptuales

Teorías del Financiamiento

Según Gomez Jacinto (2008) La teoría del pecking order, tiene sus orígenes en los trabajos de (Myers y Majluf, 1984) sostiene que las empresas tienen un orden de prioridad al momento de decidir financiar una inversión, también llamada teoría de la jerarquía (Pecking Order) establece una ordenación a la hora de obtener financiación para nuevas inversiones. Esta jerarquía consiste básicamente en que las empresas optan preferentemente por la financiación interna, es decir, beneficios retenidos y amortización y, en caso de tener que recurrir a financiación externa optan, en primer lugar, por deuda y en último lugar, por ampliaciones de capital.

2.2.1. Financiamiento

2.2.1.1. Definición:

Desde el punto de vista teórico, el financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirido bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

Por ello, Ccaccya Bautista (2015) entiende por financiamiento a todos aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre una empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero, es decir, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo

una actividad económica, lo cual son sumas de dinero que llegan a manos de empresas que sirven para completar los recursos propios.

2.2.1.2. Fuentes de Financiamiento

Son los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen llegar recursos financieros en sus procesos de operación, creación o expansión, asimismo como hacer frente al pago de los gastos corrientes originados por la misma. Para las micro y pequeñas empresas la obtención de financiamiento no ha sido una labor fácil, sin embargo, se puede tener accesos a diferentes fuentes de financiamiento y así utilizar cada una de ellas, con base en las ventajas y desventajas de estas.(Kong ,2014).

2.2.1.3. Tipos de Fuentes de Financiamiento

Según Ccaccya (2015) las fuentes de financiamiento entre las más comunes se clasifican según diversos criterios:

- a) **Según el origen de financiación:** En este criterio las fuentes de financiación pueden dividirse en función de si los recursos han sido generados al interior de la empresa o que han sido adquiridos del exterior.
 - Financiación interna.- Son proporcionadas o creadas por la propia operación de la empresa como resultado de la práctica comercial, entre las principales formas que se tienen son: Capitalización de Utilidades, Aportaciones de los accionistas o socios, Ahorros personales.
 - Financiación externa.- Son las que proporcionan recursos económicos que provienen de personas, o entidades ajenas a la organización. Así mismo hay diferentes modalidades, la más común es la que proviene de instituciones financieras, es la banca comercial o múltiple.

b) Según la propiedad:

- Propio: Lo constituyen aquellos recursos financieros que son propiedad de la empresa; es decir, son capital social o recursos aportados por los socios y reservas.
- Ajeno: Lo constituye aquellos recursos externos, lo cual generan una deuda u obligación para la empresa. Estos recursos provienen de acreedores e instituciones financieras a corto y largo plazo, por lo tanto, recursos que deben ser devueltos en un periodo corto o largo.

c) **Según el plazo de devolución:** Las fuentes de financiamiento pueden clasificarse según el tiempo que pasa hasta la devolución del capital obtenido; bajo esta perspectiva tenemos dos tipos:

- Financiamiento a corto plazo: En este caso, el plazo para devolver los fondos obtenidos es igual o menor a un año.
- Financiamiento a largo plazo: En este caso, el plazo para la devolución de los fondos obtenidos es mayor a un año.

2.2.1.4. Herramientas del financiamiento

- Factoring: Es una herramienta financiera de corto plazo para convertir las cuentas por cobrar (facturas, recibos, letra) en dinero en efectivo. Esto permite a la empresa enfrentar los imprevistos o necesidades que surgen, es decir, una empresa puede obtener liquidez transfiriendo a un tercero créditos a cobrar derivados de su actividad comercial.
- Arrendamiento financiero o Leasing: Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le

permite el uso de esos bienes durante un periodo determinado y mediante el pago de una renta específica.

Clasificación de Fuentes Financiamiento

Reguladas por la SBS	Bancos	Bancas múltiple, Banco de la Nación, Banco Agropecuario.
	Entidades no bancarias	CRAC, CMAC, Caja Metropolitana, EDPYME, Cooperativas de Ahorro y crédito autorizadas a captar depósitos del público y empresa financieras.
No reguladas por la SBS	Privado	ONG, Casa Comercial, Agroindustria, Empresas comercializadoras entre otras.
	Público	Bancos de Materiales (BANMAT)
	Prestamistas	Transportistas, proveedores, familiares, amigos, vecino entre otros.

Fuente: Propyme Estadística de la Mype

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Definición

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

Según Ccaccya Bautista (2015) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener resultados. Bajo esta perspectiva, se puede evaluar la rentabilidad de una empresa, es decir comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios.

Sin embargo, la capacidad para generar utilidades dependerá de los activos que tiene la empresa en la ejecución de sus operaciones, financiados por medio de recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas), que implican algún costo de oportunidad, por el principio de escasez de recursos, lo cual se toma en cuenta para su evaluación.

Asimismo Brun, Elvira & Puig (2012) consideran que: “La rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un determinado tiempo. La variación se expresa en porcentaje, la cual puede ser positiva o negativa” (pág.47).

2.2.2.2. Tipos de Rentabilidad

El estudio de la rentabilidad según Ccaccya Bautista (2015) , se realiza en dos niveles:

a) Rentabilidad Económica:

La rentabilidad económica o de la inversión, es una medida de rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación, dado en un determinado tiempo. La cual se constituye como un indicador básico para juzgar la eficiencia empresarial, es decir, la rentabilidad económica reflejaría la tasa en la que se remunera la totalidad de los recursos utilizados.

Los ratios más utilizados en su medición, relacionan cuatro variables de gestión, son las siguientes: Ventas, Activos, Capital y Resultados (Utilidades).

b) Rentabilidad Financiera:

La rentabilidad financiera, es una medida referida a un determinado tiempo del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución de los resultados. Así mismo, puede considerarse como una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios.

2.2.2.3. Ratios de Rentabilidad

Por ello, Ccaccya (2015) opina que los ratios de rentabilidad son un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si la empresa genera ingresos, para cubrir sus costos, asimismo remunerar a sus propietarios. Entre los principales tenemos:

a) Rentabilidad sobre la inversión (ROA):

Consiste en analizar la rentabilidad de la estructura económica (activo), para ello se relaciona el resultado neto de explotación con las inversiones totales realizadas en el activo. Indicando la productividad con la que ha sido utilizados los activos totales de la empresa sin considerar los efectos del financiamiento.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta} + \text{Intereses}}{\text{Activo Total}}$$

b) Rentabilidad operativa del activo: Es el indicador que mide el éxito empresarial, considerando los factores que inciden favorable o desfavorablemente.

$$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Activos de operación}}$$

- c) **Margen Comercial:** Determina la rentabilidad sobre las ventas de la empresa considerando solo los costos de producción.

$$\frac{\text{Utilidad neta} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas Netas}}$$

- d) **Rentabilidad Neta de las Ventas:** Es la medida de la rentabilidad neta sobre las ventas, donde se consideran los gastos financieros, tributarios, operacionales y laborales de la entidad. Este ratio debe encontrarse o ser mayor a 0.04.

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

- e) **Rotación de activos:** Consiste en reflejar la capacidad de la empresa, para generar ingresos respecto de un volumen determinado de activos, es decir, mide la efectividad con la que se utilizan los activos en la empresa.

$$\frac{\text{Total de Ventas}}{\text{Total de Activos}}$$

- f) **Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE):** Determina la rentabilidad obtenida por los propietarios de la empresa y es conocida como la rentabilidad financiera; lo cual para los accionistas este es el indicador más importante, ya que les revela cómo será remunerado su aporte de capital. Este ratio debe ser igual o mayor a 0.07.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

2.2.2.4. Importancia de la Rentabilidad

La importancia de la medición de la rentabilidad en una empresa radica en que de los resultados obtenidos dependerá mucho en que los empresarios decidan reinvertir o por lo contrario, tomen la decisión de retirar sus fondos y/o desistir del negocio (Larroudé, 2012)

2.2.2.5. Factores determinantes de la rentabilidad

Las principales estrategias que considerarían a obtener mayores utilidades, y con ello generaría mayor rentabilidad en la empresa:

- a) Reducción de costos promedio.
- b) Mayor calidad relativa.
- c) Mayor participación en el mercado según el giro del negocio.

2.2.3 Definición de micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa (Mype) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial completada en la legalización vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley N° 28015) Base legal: artículos 4 y 6 D. C. F., TUO Ley MYPE (D. S. N. ° 007-2008-TR de 30-09-08).

Es importante resaltar 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.

2.2.3.1. Objeto de la ley

Según la LEY N°30056 “Ley que modifican diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, tiene por objetivo establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general, la creación de instrumentos de apoyo y promoción, incentivando así la inversión privada, la producción y el acceso a los mercados internos y externos, permitiendo la mejora de la organización empresarial.

2.2.3.2. Características de las Mypes

Según Ludmin (2008) las Mypes deben reunir las siguientes características:

CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
Microempresa	De 1 hasta 10	El Monto Máximo de 150 UIT
Pequeña Empresa	De 1 hasta 100	El Monto Máximo de 1,700 UIT

2.2.3.3. Importancia de las Mypes

De acuerdo con, Sánchez Barraza la importancia de las micro y pequeñas empresas radica en que simboliza un componente muy importantes para nuestra economía, toda vez que, brindan empleo al 80% de la población económicamente activa, generando así el 40% del Producto Bruto Interno (PBI), contribuyendo de algún modo a mermar la necesidad de empleo existente en nuestro país, pese a no brindarse las condiciones adecuadas para el crecimiento personal.

Toda micro y pequeña empresa dedicada al servicio de las personas de manera directa, como son los restaurantes, el consumidor tiene la oportunidad de constatar si la atención la cual se le brinda satisface su condición de consumidor, si los productos son de su agrado, es decir si satisface sus necesidades. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es el órgano regulador de todos los servicios que tienen relación directa como facilitadores al turismo, por ende entran a tallar la categoría de los restaurantes del Distrito la Cruz.

2.2.4. Los Restaurantes

El origen del nombre tiene que ver con la idea de “restauración” de las fuerzas y energía que uno necesita a partir del consumo de alimento. Entendemos por restaurante aquel establecimiento o comercio, que tiene como objetivo principal proveer a los clientes un servicio alimenticio, para la satisfacción de una de sus principales necesidades básicas, a cambio de un sacrificio monetario.

Es menester precisar, que mediante el DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR (s.f.) los restaurantes son aquellos establecimientos que venden comida y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio buenas condiciones y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

Tipos de establecimientos

- Restaurantes de alta cocina (gourmet).- Los alimentos son de gran calidad y se sirven a la mesa. El pedido es “a la carta” o se elige de un menú, por lo que los alimentos se cocinan en el momento. El costo depende del servicio y de la calidad de los platos que se consumen, existen mozos o camareros.

- Restaurantes bares.- Consiste en servir comida y bebida, por lo general no se requiere consumir alimentos para poder pedir bebidas alcohólicas, parecidos a cantinas.
- Restaurantes temáticos.- Se clasifican por el tipo de comida ofrecida, los más comunes dependen del origen de la cocina, los mas conocidos son: la cocina criolla, cocina italiana, cocina china.
- Restaurantes de comida rápida.- Son aquellos restaurantes informales, donde se consumen alimentos simples y de rapida preparación, como patatas fritas, pizzas, hamburguesas y pollo entre otros.
- Restaurante de especialidad.- Se clasifican porque ofrece una variedad limitada de estilos de cocina, teniendo diferente platillos en su menú, de acuerdo al tipo de comida: Vegetarianos y macrobióticos, De pescados y mariscos, Carnes rojas y Aves.

III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Según Tamayo (2007) la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su respectiva caracterización. Debido a que es una investigación descriptiva no es necesario establecer hipótesis de investigación, ya que se busca describir situaciones o acontecimientos, es decir se trata de enumerar las características de las respectivas variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es descriptivo. (Sánchez Carlessi & Reyes Meza, 2015) manifiesta que tiene como objetivo la descripción de los fenómenos a investigar, tal como es y utiliza la observación como método descriptivo. Del mismo modo como se manifiesta en el presente trabajo de investigación a realizarse.

4.2. Nivel de Investigación

El nivel es cuantitativo porque se evaluara mediante gráficos y estadísticas, por ende nos permitirá obtener resultados de los puntos más resaltantes a evaluar.

4.3. Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño de la Investigación es Cuantitativa – No experimental – Descriptiva.

M \Rightarrow **O**

Donde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

O = Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.

- No experimental: Será porque se realizó sin manipular deliberadamente las Variables, se observara el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.
- Descriptiva: Será descriptiva porque el estudio se limitará a describir las principales características de las variables complementarias y principal.

4.4. Población y Muestra

4.4.1. Población: La población de nuestro estudio está conformada por 14 dueños /gerentes de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz.

Cuadro N°1. Población de la investigación

ORDE N	NOMBRE	PROPIETARIO	PERSONAL	
			GERENTE	N° TRABAJADORES
1	RESTAURANT "SOL Y MAR"	ORTEGA CRUZ ALFONSO	1	2
2	RESTAURANT "OLAYA"	OLAYA MOGOLLON LUPERIO	1	5
3	RESTAURANT "LA CASA DE LOS MARISCOS"	RUIZ GUEVARA VILMA FIORELLA	1	2
4	RESTAURANT "CABO BLANCO"	MARCHAN MOGOLLON ANGEL ULISES	1	2
5	RESTAURANT- CEVICHERIA "NI NO"	PEÑA ZARATE DE CAVERO MARGARITA DEL PILAR	1	3
6	RESTAURANT "SABOR CRUCEÑO"	HIDALGO RUIZ CLARITA CECILIA	1	2
7	RESTAURANT "VILLA DEL MAR"	FLORES RUIZ GLADYS YESSICA	1	2
8	RESTAURANTE PICANTERIA "MI MARCELA "	SALDARRIAGA CRUZ JAIME SANTIAGO	1	4
9	RESTAURANT - CEVICHERIA "L A FIESTA"	MOGOLLON QUISPE YENNYFFER GRISELL	1	2
10	CEVICHERIA "GUIDO'S"	GUERRERO RAMIREZ GUIDO	1	2
11	RESTAURANT "ANTAÑO MS"	PORRAS OLIVOS LOLI ROSAURA	1	3
12	RESTAURANT - CEVICHERIA "LA CABAÑITA "	ZAPATA PRECIADO SAUL	1	2

13	CIELO MILAGROS	RIOS ARCA REYNA ISABEL	1	2
14	LA CASA DEL CHEFF - NADIJ E.I.R.L	MANUEL SILVA IPANAQUE	1	4
TOTAL			14	37

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Muestra:

Para este estudio la muestra está conformada por 14 dueños /gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector restaurantes en el distrito la Cruz, es decir para ambas variables de investigación.

4.5. Definición y operacionalización de las variables:

VARIABLE COMPLEMENTARIA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ÍTEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
Perfil de las Mypes	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.	Tiempo (Años)	¿Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype?	<p>Razón:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1-2 años • 3-6 años • 7 -10 años • Más de 10 años
		Régimen tributario	¿Cuenta con RUC?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
			¿En qué régimen tributario se encuentra la Mype?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevo Régimen Único Simplificado • Régimen Especial de Impuesto a la Renta • Régimen Mype Tributario • Régimen General
		Local	¿El local de la empresa es?	<p>Razón:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propio • Alquilado
		Número de trabajadores	¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?	<p>Razón:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 trabajador • 2 trabajadores • 3 trabajadores • Más de 3 trabajadores

VARIABLES INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ÍTEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
FINANCIAMIENTO	Consiste en la obtención de recursos financieros, de cualquier forma, permitiendo así al pequeño empresario conseguir el capital necesario para llevar a cabo sus operaciones, por lo tanto logran mejorar la situación de su empresa.	Solicito algún crédito	¿Cómo Financia su actividad productiva?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos Propio • Financiamiento con terceros
			¿La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		Entidades financieras	¿A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bancos • Cajas de ahorro y crédito • Cooperativas • Otros

		Tiempo (Plazo)	¿El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado?	Nominal:
				<ul style="list-style-type: none"> • A corto plazo • A largo plazo
			¿Cuál es el plazo de pagos de sus créditos?	Nominal:
				<ul style="list-style-type: none"> ▪ 06 meses ▪ 12 meses ▪ 24 meses ▪ 36 meses ▪ Otros
		Monto de crédito	¿Cuál es el Monto del préstamo solicitado?	Nominal:
				<ul style="list-style-type: none"> ▪ S/. 1,000 - S/.3,000 ▪ S/. 3,000 - S/.5,000 ▪ S/. 5,000 -10,000 ▪ S/. 10,000-S/.15,000 ▪ S/. 15,000-S/. 20,000 ▪ 20,000 a Más

				Nominal:
		Tasa de interés	¿Cuál fue la tasa de interés que se le asignó pagar?	<ul style="list-style-type: none"> • 10% - 20% • 21% - 30% • 31% - 36% • 36% - 42% • 42% a más
				Nominal:
		Interno	¿En que invirtió el financiamiento obtenido?	<ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo • Mejoramiento y/o ampliación de local • Muebles y enseres

		Externo	¿Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ninguno • Tasa de interés alta • Exigencias (Garantías) • Plazos muy cortos • Mucho requisitos • Monto insuficientes
VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ÍTEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
RENTABILIDAD	Es un ratio económico que compara los beneficios que proporciona una	Ventas	¿Cuánto ascienden sus Ventas mensuales?	<p>Nominal:</p> <p>a) S/. 1,000 -S/. 5,000 b) S/. 5,000 -S/. 8,000 c) S/. 10,000 -S/.20,000 d) 20,000 a más.</p>

<p>determinada operación, inversión o el esfuerzo que se ha hecho, con relación a los recursos propios de la empresa, es decir, la obtención de más ganancias que pérdidas</p>	Costo de Ventas	¿Qué porcentaje es su costo de ventas mensual?	<p>Nominal:</p> <p>a) 10%</p> <p>b) 30%</p> <p>c) 50%</p> <p>d) 70%</p> <p>e) 90%</p>
	Activos Fijos	¿Cuánto gasto en activos fijos?	<p>Nominal:</p> <p>a) S/. 1,000</p> <p>b) S/. 3,000</p> <p>c) S/. 5,000</p> <p>d) S/. 10,000</p> <p>e) e) S/. 15,000 a más</p>
	Utilidad anual	¿El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual?	<p>Nominal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10% • 20% • 30% • 40% • 50% • 70%

		Externo	¿Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype?	Nominal:
				<ul style="list-style-type: none"> a) Ventas bajas b) Competencia c) Tasas de interés elevadas d) Costo de productos e) Regulaciones gubernamentales f) Uso y costumbres

4.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

4.6.1. Técnicas:

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizara la técnica de la encuesta, en lo cual se aplicara un cuestionario que consta de 20 preguntas, nuestro propósito es conocer estados de opiniones, características y hechos específicos.

4.6.2. Instrumentos:

Para el recojo de la información se utilizara un cuestionario, será aplicado a propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector restaurantes de mariscos.

4.7. Plan de análisis de investigación

El plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables de estudio, es decir la forma como serán presentadas, el presente trabajo de investigación se realizará a través de la recopilación de datos haciendo uso de técnicas estadísticas.

Descripción de programas y software utilizado para realizar el proyecto investigación de tesis:

- **Microsoft Word:** Es un software que permite crear documentos en un equipo de trabajo (hardware). Se puede utilizar para crear textos e así poderle añadir imágenes, variar colores, poner fondo, cambiar letras, añadir diseños, tablas cuadros, etc. Se ha considerado este tipo de programa ya que en ello se realizará el trabajo de investigación de una manera más estructurada y planteada en un proceso paso a paso de la investigación para que sea presentado ante los representantes y tutores e así quedara como base para nuevas investigaciones, ya que nos brinda un buen nivel de confianza.

- **Microsoft Excel:** Excel permite a los usuarios elaborar tablas y formatos que incluyan cálculos matemáticos mediante fórmulas; las cuales pueden usar “operadores matemáticos” como son: + (suma), - (resta), * (multiplicación), / (división) y ^ (potenciación); además de poder utilizar elementos denominados “funciones” (especie de fórmulas, pre-configuradas) como por ejemplo: Suma, Promedio, Buscar, etc. Es útil para realizar desde simples sumas hasta cálculos estadísticos.
- **Software:** Es el conjunto de los programas de cómputo, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados, que forman parte de la investigación para obtener formulas y resultados precisos que ayudan en la realización del proyecto de investigación.
- **Microsoft Office PowerPoint:** Permitirá la presentación del presente trabajo de investigación, mediante diapositivas, en las cuales se puede considerar la inclusión de textos, imágenes, animaciones, audios y videos.

4.8. Principios Éticos

El presente trabajo de investigación está basada en los principios éticos, como bien sabemos son los niveles de conducta aceptables, por lo tanto nuestro estudio de investigación se ha realizado con total transparencia en todo momento, siempre han primado valores éticos. Además, se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de los cuestionarios aplicados fueron de carácter imparcial, estricto e íntegro al momento de realizar los análisis y así también se respetaron las normas APA para la elaboración de artículos e informe científicos.

4.9. Matriz de Consistencia

Título: Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Restaurantes de Mariscos En El Distrito La Cruz - Tumbes, 2018.					
PROBLEMA	VARIABLES	DIMENSIONES	OBJETIVO	METODOLOGÍA	TÉCNICAS
¿Cuáles son las Principales Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las MYPES del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz - Tumbes, 2018?	FINANCIAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Solicito algún crédito • Monto de crédito • Tasa de interés • Tiempo (plazo) • Entidades que otorgan mayores facilidades • Dificultades 	Objetivo General	TIPO DE INVESTIGACIÓN	Se utilizara la técnica de la encuesta.
			Describir la principales Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz - Tumbes, 2018.	Cuantitativa	INSTRUMENTO
			Objetivos Específicos	DISEÑO	
	RENTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales • Costo de ventas mensual • Margen de utilidad anual. • Activos fijos • Problemas que afectan la rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Describir las principales características del financiamiento de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz. • Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz. • Elaborar una propuesta de mejora en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. 	No experimental	Para el recojo de la información se utilizara un cuestionario, será aplicado a los propietarios de las Mypes en estudio.
			POBLACIÓN	MUESTRA	
			La población de nuestro estudio está conformada por 14 dueños /gerentes de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz.	Para este estudio la muestra está conformada por 14 dueños /gerentes de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz.	

Fuente: Elaboración propia

V. RESULTADOS

5.1. Resultados de tablas

VARIABLE COMPLEMENTARIA: LAS MYPES

Tabla n° 01		
Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1-2 años	5	35.71%
3-6 años	4	28.57%
7-10 años	4	28.57%
Más de 10 años	1	7.14%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 1: Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype

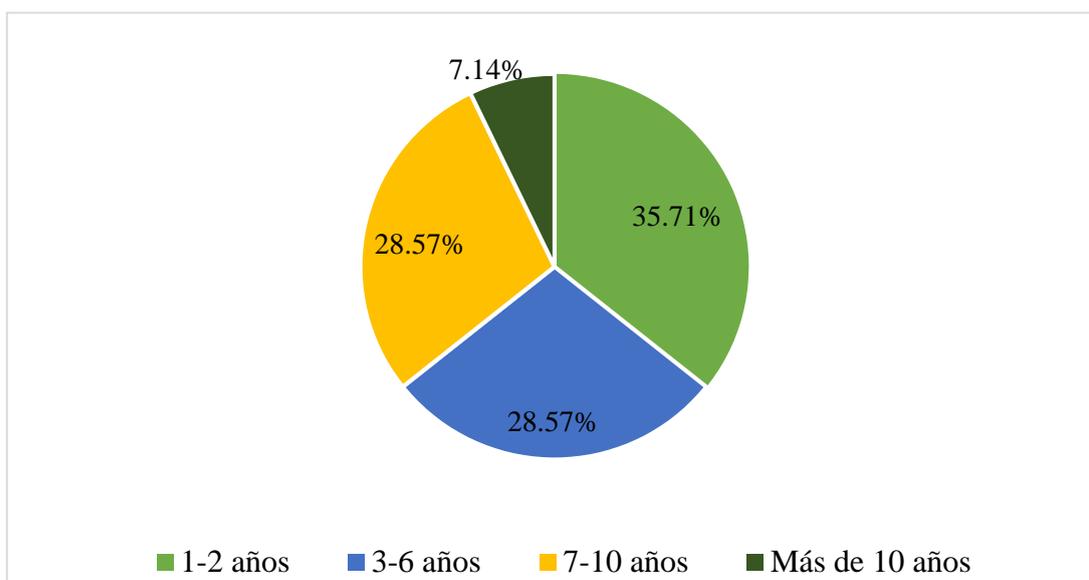


Figura 1: Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype

Interpretación: Del 100% (14) de los representantes, el 35.71% (5) manifestaron que llevan 2 años dedicándose a esta actividad, el 28.57% (4)

tienen 6 años dedicándose a este mismo rubro, asimismo el 28.57% (4) tienen aproximadamente cerca de 10 años y otro 7.14% (1) más de 10 años.

Tabla n° 02		
Cuenta Ud. con RUC		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100.00%
No	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 2: Cuenta Ud. con RUC

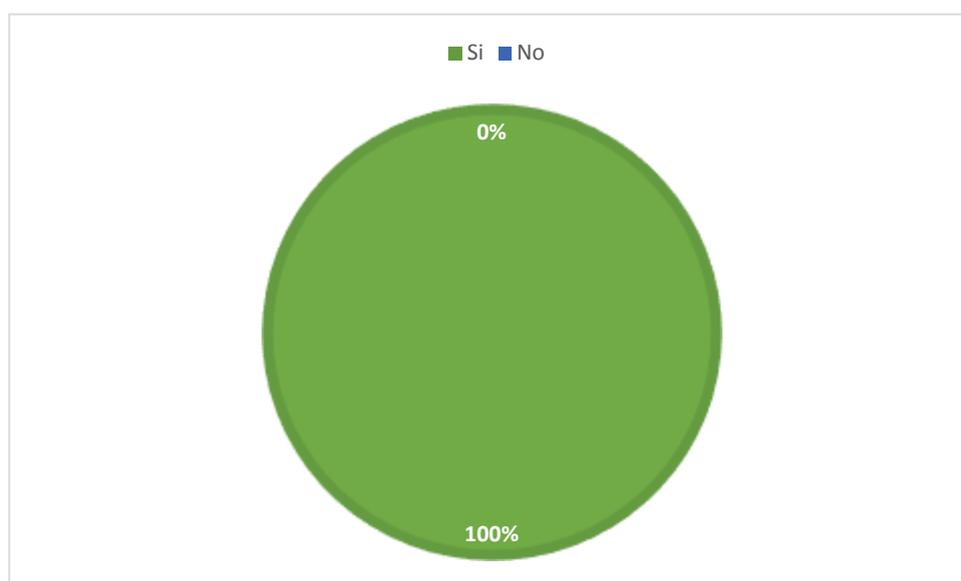


Figura 2: Cuenta Ud. con RUC

Fuente Propia: Tabla n°02

Interpretación: Del 100% (14) de los representantes manifestaron que si se encuentran inscritos en el registro único de contribuyente (RUC).

Tabla n° 03		
En qué régimen tributario se encuentra la Mype		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nuevo Régimen Único Simplificado	12	86.00%
Régimen Especial de Impuesto a la Renta	2	14.00%
Régimen Mype Tributario	0	0.00%
Régimen General	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 3: En qué régimen tributario se encuentra la Mype

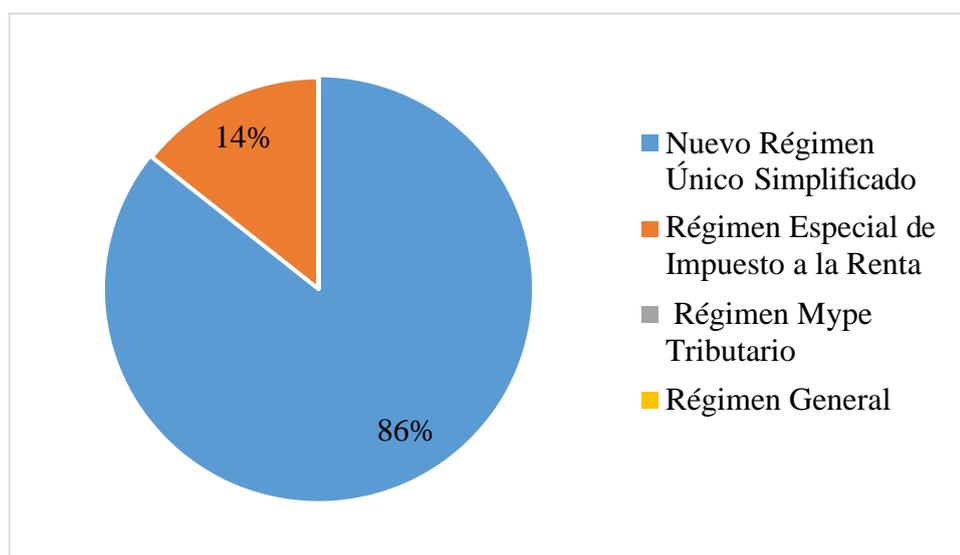


Figura 3: En qué régimen tributario se encuentra la Mype

Fuente Propia: Tabla n°03

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 86% (12) manifestaron que se encuentran en el nuevo régimen único simplificado (NRUS) y el otro 14% (2) manifestaron que están en el régimen especial del impuesto a la renta (RER).

Tabla n° 04		
El local de la empresa		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Propio	10	71.00%
Alquilo	4	29.00%
SUMAS	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 4: El local de la empresa



Figura 4: El local de la empresa

Fuente Propia: Tabla n°04

Interpretación: Del 100% (14) de los representantes, el 71% (10) manifestaron que el local de su empresa era propio, y el otro 29% (4) manifestaron que el local era alquilado.

Tabla n° 05		
Cuántos trabajadores laboran en su empresa		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1 trabajador	0	0%
2 trabajadores	9	64%
3 trabajadores	2	14%
Más de 3 trabajadores	3	21%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los gerentes de los restaurantes en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 5: Cuántos trabajadores laboran en su empresa

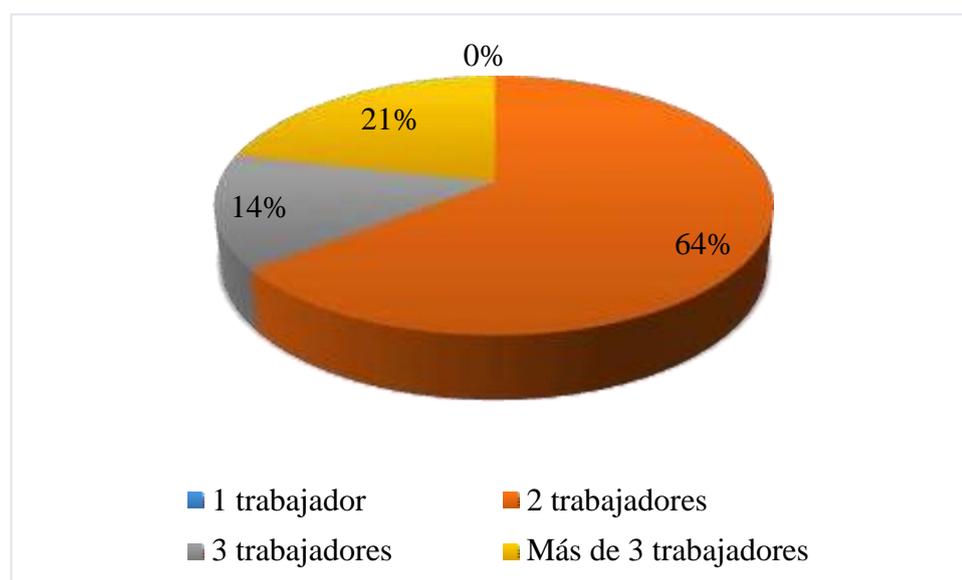


Figura 5: Cuántos trabajadores laboran en su empresa

Fuente Propia: Tabla n°05

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 64% (9) manifestaron que cuentan con dos trabajadores en su empresa, el 21% (3) tiene más de tres trabajadores, es decir, laboran cinco en su empresa y el otro 14% (2) solo laboran tres trabajadores.

Tabla n° 06		
Motivo de formación de la empresa		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Maximizar ingresos	2	14.00%
Generar empleo familiar	12	86.00%
Subsistir	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 6: Motivo de formación de la empresa

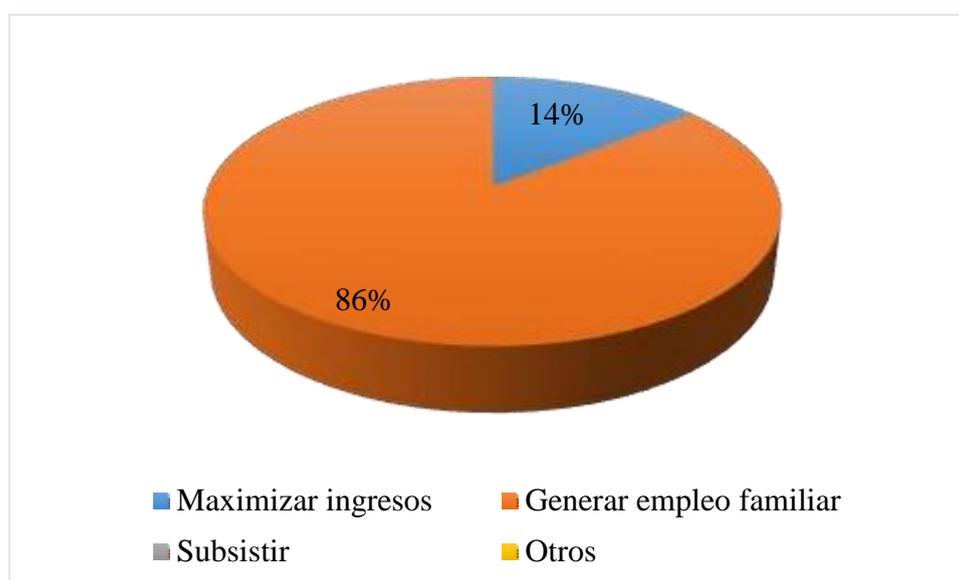


Figura 6: Motivo de formación de la empresa

Fuente Propia: Tabla n°06

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 86% (12) manifestaron que el motivo de formación la micro y pequeña empresa fue para generar empleo familiar y el otro 14% (2) manifestaron que es para maximizar ingresos.

VARIABLE PRINCIPAL: FINANCIAMIENTO

Tabla n° 07		
Cómo Financia su actividad productiva		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Recursos propios	8	57.14%
Financiamiento de terceros	6	42.86%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 7: Cómo Financia su actividad productiva

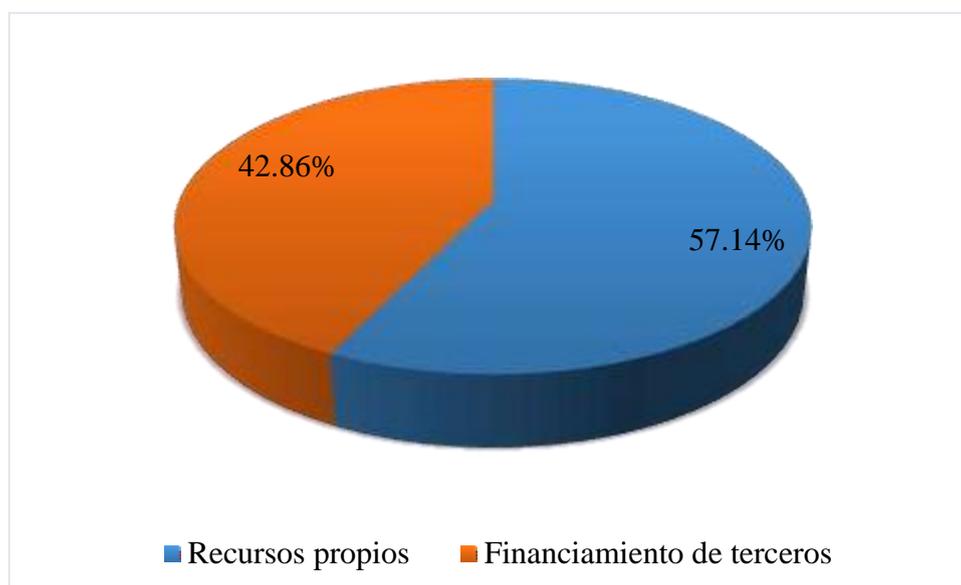


Figura 7: Cómo Financia su actividad productiva
Fuente Propia: Tabla n°07

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 57.14% (8) manifestaron que al inicio de sus operaciones financiaron con recursos propios y el otro 42.86% (6) manifestaron que necesitaron de financiamiento de terceros.

Tabla n° 08		
La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100.00%
No	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 8: La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento



Figura 8: La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento
Fuente Propia: Tabla n°08

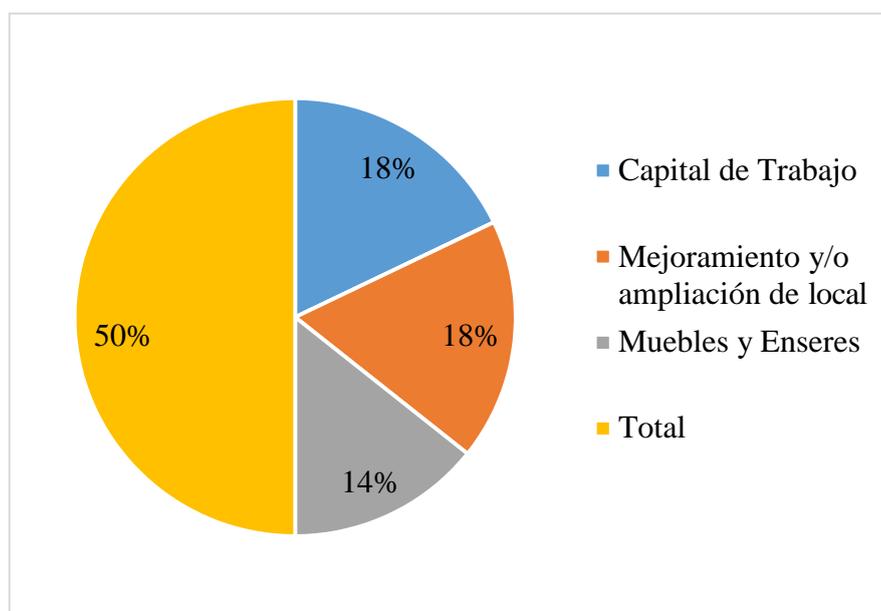
Interpretación: Del 100% (14) de encuestados manifestaron que si han necesitado requerir financiamiento de terceros para su empresa.

Tabla n° 09		
A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bancos	7	50.00%
Cajas de ahorro y crédito	7	50.00%
Cooperativas	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración Propia

Tabla 9: A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos



créditos

Fuente Propia: Tabla n°09

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 50% (7) manifestaron que recurren a cajas de ahorro y crédito (Caja Sullana) para obtención de préstamos y el otro 50% (7) manifestaron que prefieren recurrir a los bancos.

Tabla n° 10		
El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A corto plazo	10	71.43%
A largo plazo	4	28.57%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 10: El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado.

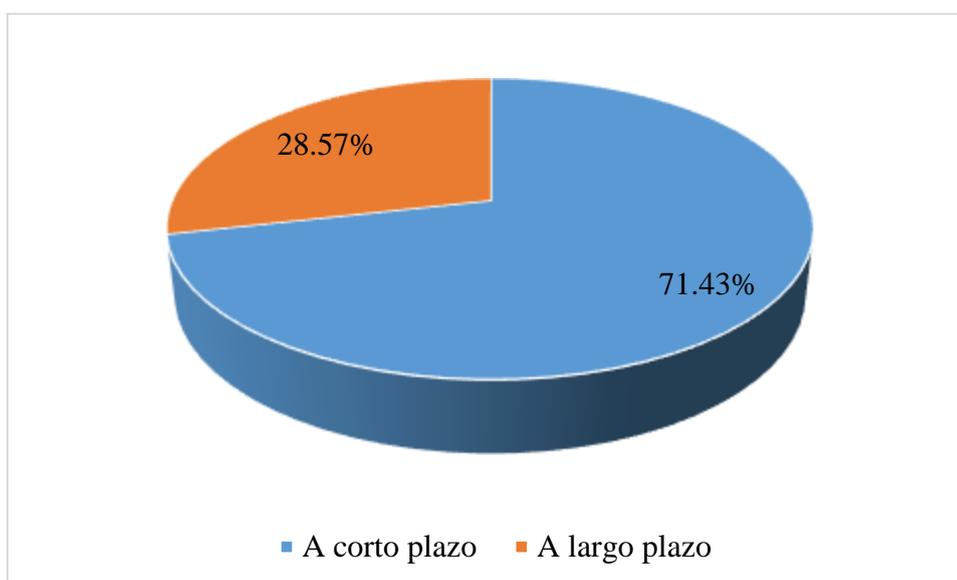


Figura 10: El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado

Fuente Propia: Tabla n°10

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 71.43% (10) manifestaron que el financiamiento solicitado fue a corto plazo y el otro 28.57% (4) ha requerido un crédito a largo plazo.

Tabla n° 11		
Monto del préstamo solicitado		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
S/. 1,000 – S/.3,000	8	57.14%
S/. 3,000 – S/.5,000	2	14.29%
S/. 5,000 – S/.10,000	1	7.14%
S/. 10,000 – S/.15,000	2	14.29%
S/. 15,000 – S/.20,000	1	7.14%
S/. 20,000 a Más	0	0.00%
SUMAS	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 11: Monto del préstamo solicitado.

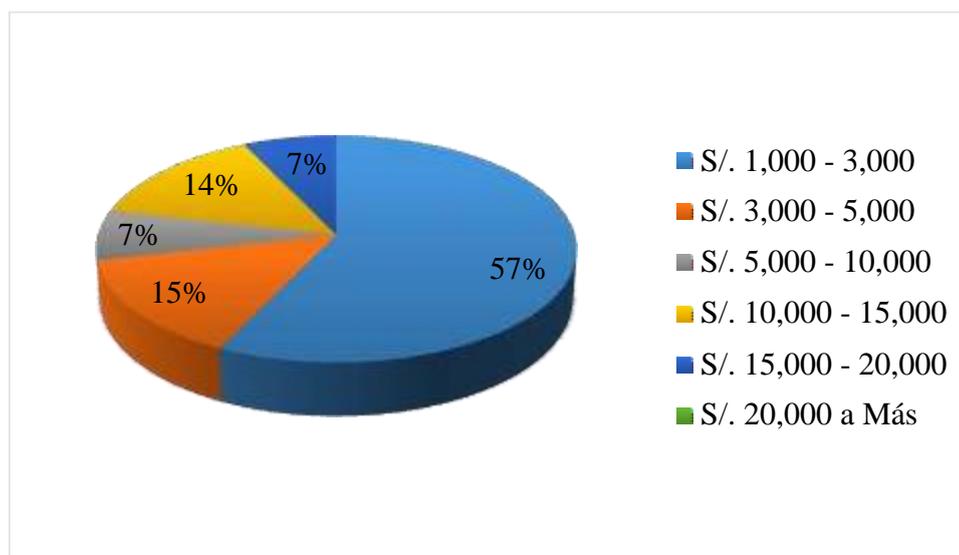


Figura 11: Monto del préstamo solicitado

Fuente Propia: Tabla n°11

Interpretación: Del 100% (14) de representantes, el 57.14% (8) manifestaron que el monto solicitado es de S/. 1,000 a S/.3, 000, el 14.29% (2) su monto de préstamo solicitado es de S/. 3, 000 a S/.5, 000, un 7.14% (1) manifestó que el monto solicitado es de S/. 5,000 a S/.10, 000, el 14.29% (2) manifestaron que el monto de su crédito solicitado es de S/. 10,000 a S/.15, 000,

y el otro 7.14% (1) manifestó que el monto de su préstamo solicitado es de S/. 15,000 a S/.20, 000.

Tabla n° 12		
Tasa de interés que se le asignó pagar		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10% - 20%	7	50%
21% -30%	7	50%
31% -36%	0	0%
36% -42%	0	0%
42% a más	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 12 : Tasa de interés que se le asignó pagar.

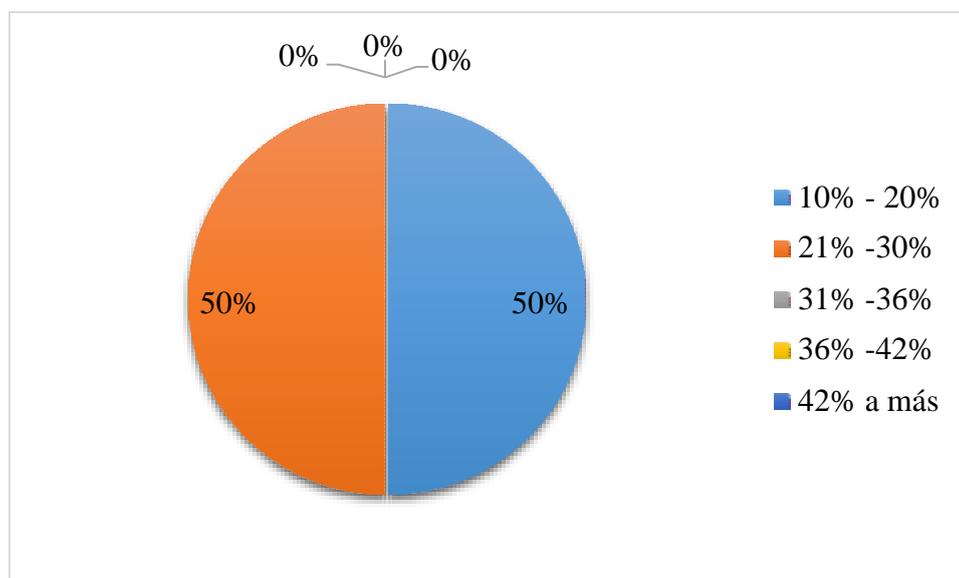


Figura 12: Tasa de interés que se le asignó pagar

Fuente Propia: Tabla n°12

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 50% (7) manifestaron que tasa de interés anual que pagaron por sus créditos solicitados es de 10% - 20% y el otro 50% (7) manifestaron que la tasa de interés que pagaron por el crédito solicitado es de 21% -30% .

Tabla n° 13		
Plazo de pagos de sus créditos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
06 meses	10	71.43%
12 meses	1	7.14%
24 meses	3	21.43%
36 meses	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 13: Plazo de pagos de sus créditos.

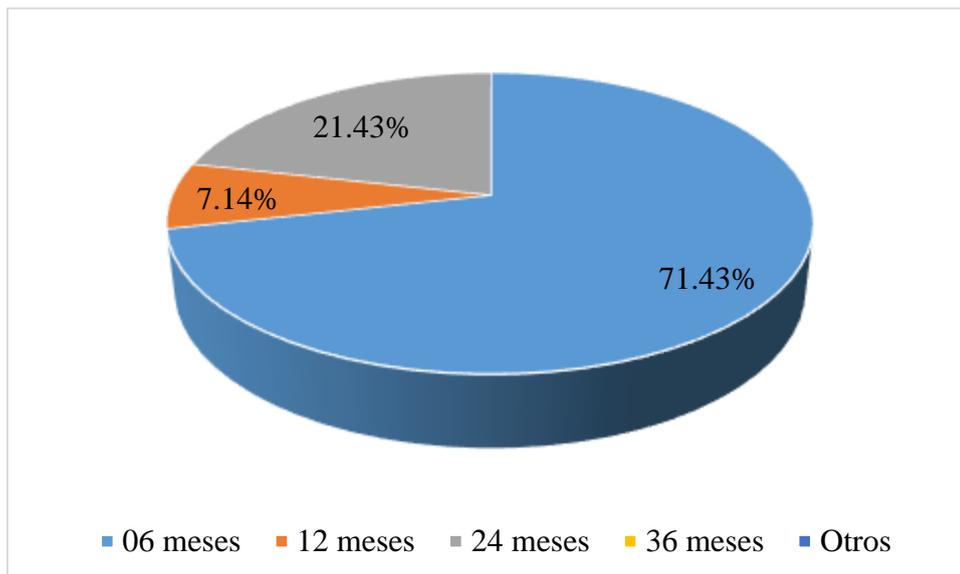


Figura 13: Plazo de pagos de sus créditos

Fuente Propia: Tabla n°13

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 71.43% (10) manifestaron que el plazo de sus pagos es de 06 meses (corto plazo), el 21.43% (3) manifestaron que el plazo de pagos es 24 meses y el otro 7.14 (1) manifestó que el plazo a pagar su crédito es en 12 meses.

Tabla n° 14		
En que invirtió el financiamiento obtenido		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Capital de Trabajo	5	35.71%
Mejoramiento y/o ampliación de local	5	35.71%
Muebles y Enseres	4	28.57%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 14: En que invirtió el financiamiento obtenido

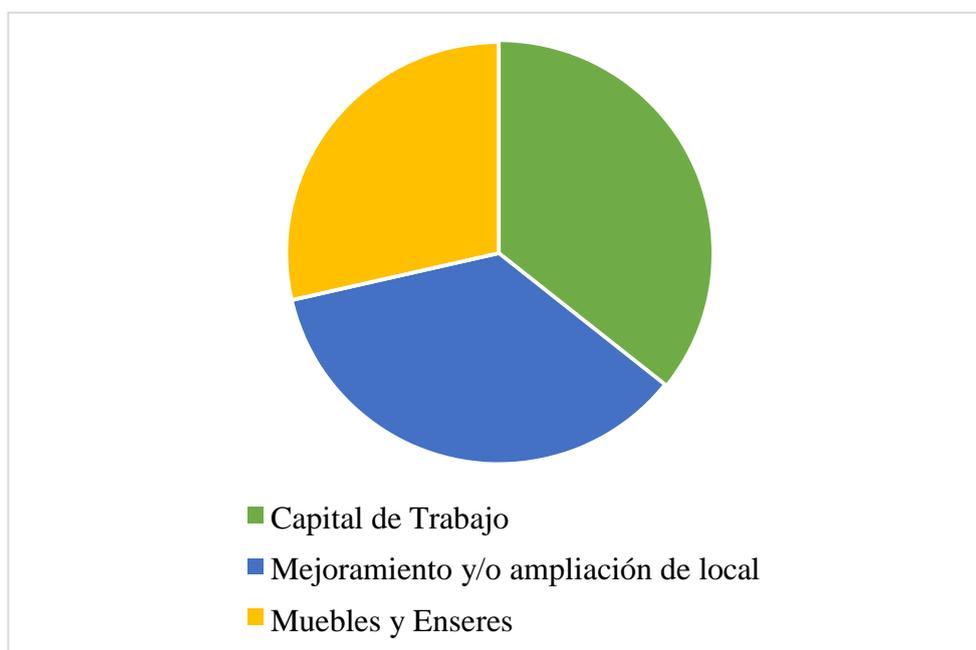


Figura 14: En que invirtió el financiamiento obtenido

Fuente Propia: Tabla n°14

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 35.71% (5) manifestaron que el financiamiento obtenido lo invirtieron en capital de trabajo, el 35.71% (5) manifestaron que invirtieron en mejoramiento y/o ampliación del local, y el otro 28.57% (4) lo invirtieron en la compra de muebles y enseres.

Tabla n° 15		
Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	13	93%
Tasa de interés alta	0	0%
Exigencias (Garantías)	1	7%
Plazo muy cortos	0	0%
Mucho requisitos	0	0%
Monto insuficientes	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 15: Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero.

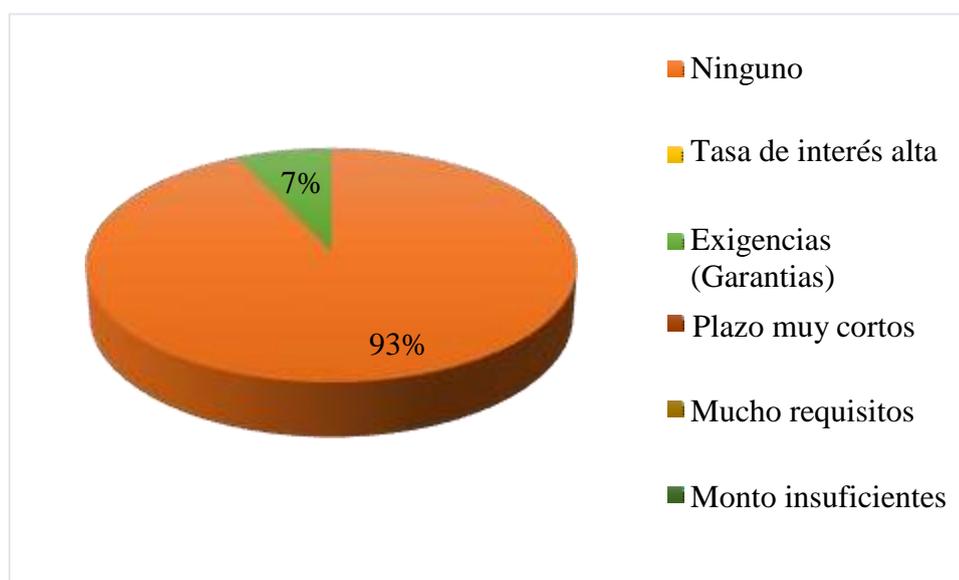


Figura 15: Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero

Fuente Propia: Tabla n°15

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 93% (13) manifestaron que no tuvieron ningún tipo de dificultades para obtener su crédito financiero y el otro 7% (1) considera que las exigencias (garantías) dificultan para la obtención de préstamo.

VARIABLE PRINCIPAL: RENTABILIDAD

Tabla n° 16		
Ventas mensuales		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
S/. 1,000 – S/.5,000	11	78.57%
S/. 5,000 – S/.8,000	3	21.43%
S/. 10,000 – S/.20,000	0	0.00%
S/. 20,000 a Más	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 16: Ventas mensuales.

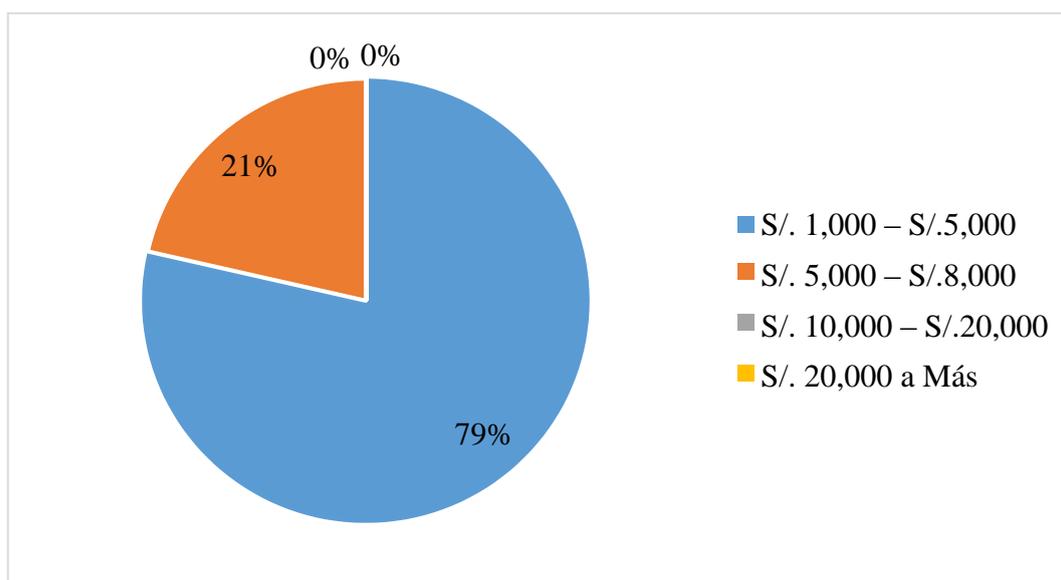


Figura 16: Ventas mensuales

Fuente Propia: Tabla n°16

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 78.57% (11) manifestaron que sus ventas mensuales es de S/. 1,000 a S/. 5,000 y el otro 21.43% (3) manifestaron que sus ventas mensuales es de S/. 5,000 a S/.8, 000.

Tabla n° 17		
Qué porcentaje es su costo de ventas		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10%	0	0.00%
30%	0	0.00%
50%	9	64.29%
70%	5	35.71%
90%	0	0.00%
Total	14	100.00%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 17: Qué porcentaje es su costo de ventas

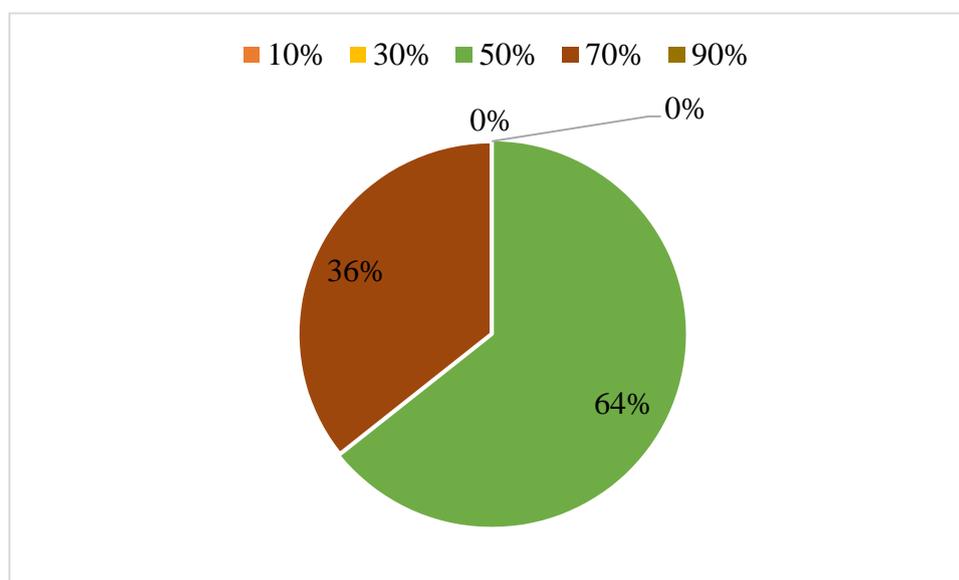


Figura 17: Qué porcentaje es su costo de ventas mensual
Fuente Propia: Tabla n°17

Interpretación: Del 100% (14) de encuestados, el 64.29% (9) manifestaron que su costo ventas es de 50%, y el otro 35.71% (5) manifestaron que su costo de ventas es de 70%.

Tabla n° 18		
Activos fijos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
S/. 1,000	9	64%
S/. 3,000	0	0%
S/. 5,000	5	36%
S/. 10,000	0	0%
S/.15,000 a más	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 18: Activos fijos.

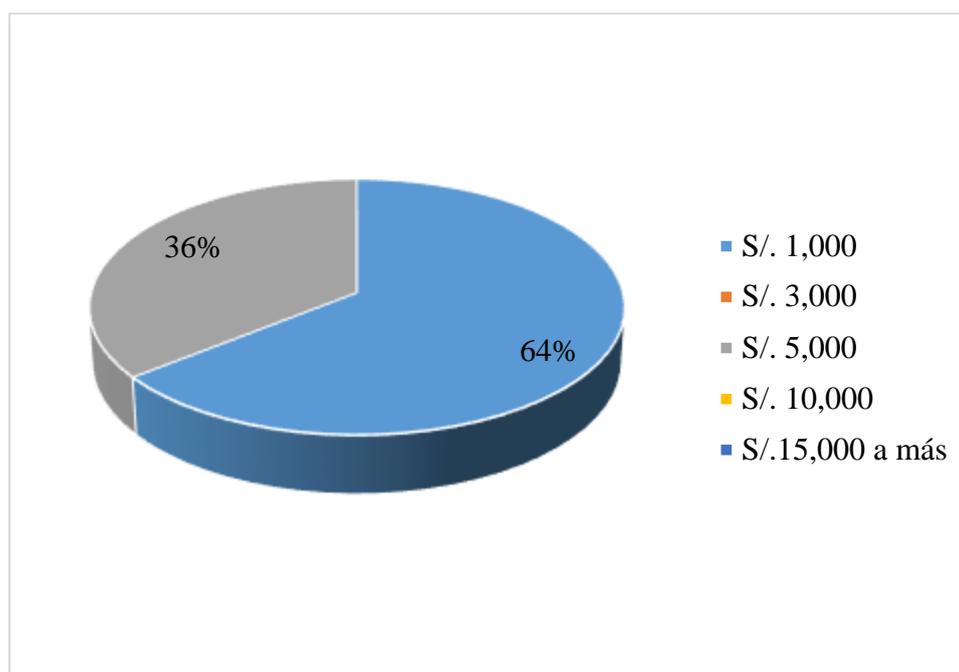


Figura 18: Activos fijos
Fuente Propia: Tabla n° 18

Interpretación: Del 100% (14) de los encuestados, el 64% (9) manifestaron que su gasto en activo fijo es de S/. 1,000, y el otro 36% (5) manifestaron que su gasto en activos fijos de S/. 5, 000.

Tabla n° 19		
El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10%	0	0.00%
20%	0	0.00%
30%	5	35.71%
40%	0	0.00%
50%	9	64.29%
70%	0	0.00%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia.

Tabla 19: El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual.

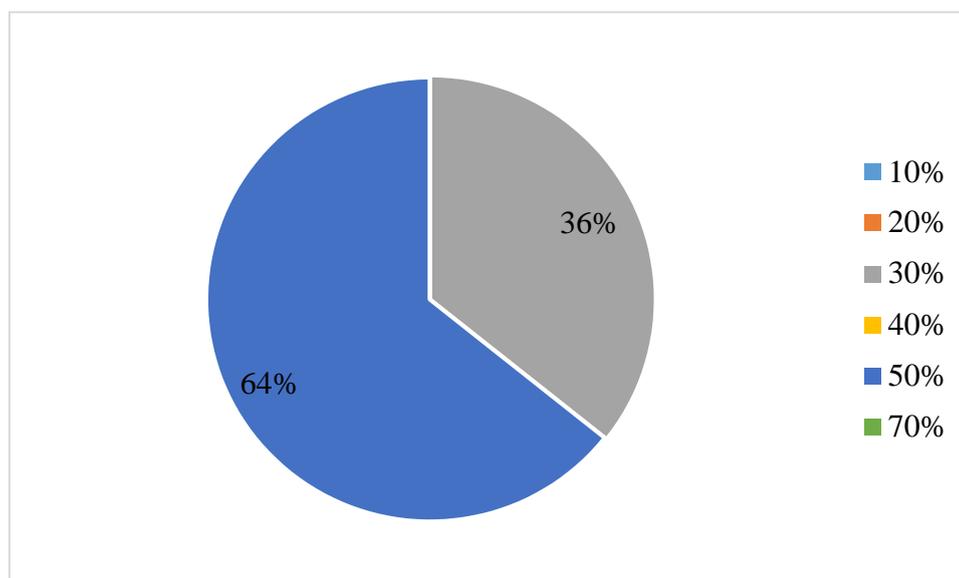


Figura 19: El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual
Fuente Propia: Tabla n°19

Interpretación: Del 100% (14) de representantes, el 64.29% (9) manifestaron el negocio es rentable un 50% anual, el 35.71% (5) manifestaron que su empresa es rentable un 30%.

Tabla n° 20		
Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ventas bajas	9	64.29%
Competencia	5	35.71%
Tasa de interés elevadas	0	0.00%
Costo de productos	0	0.00%
Regulaciones gubernamentales	0	0.00%
Uso y costumbres	0	0.00%
Total	14	100%

Fuente: Cuestionario que se aplico a los dueños /gerentes de los restaurantes de mariscos en el Distrito de la Cruz- Tumbes

Elaboración propia

Tabla 20: Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype.

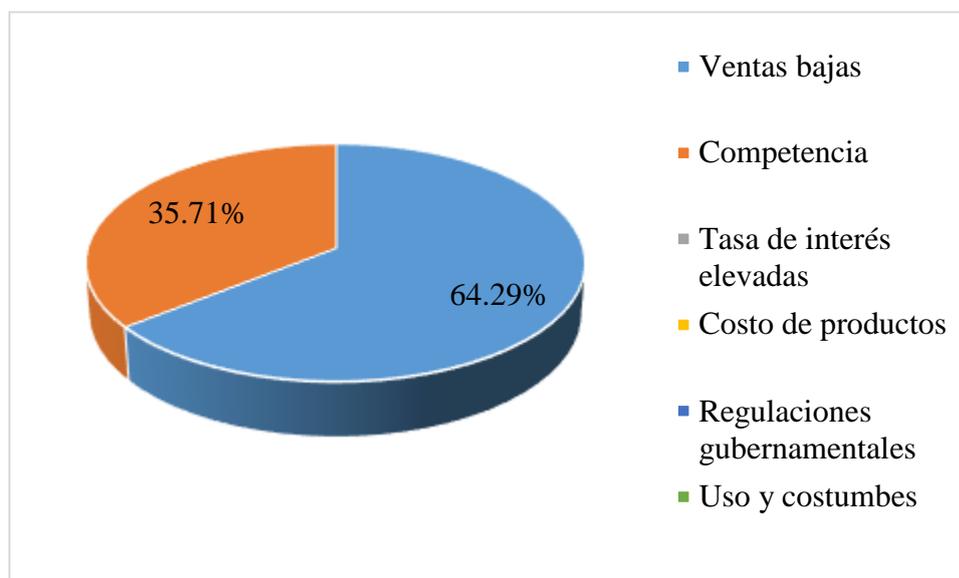


Figura 20: Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype
Fuente Propia: Tabla n°20

Interpretación: Del 100% (14) de representantes, el 64.29% (9) manifestaron que el problema que afecta la rentabilidad de su micro y pequeña empresa es de que las ventas son bajas, y el 35.71% (5) manifestaron que el problema que afecta su rentabilidad es la competencia.

5.2. Análisis de los resultados

Respecto a las características de las Mypes

De información que se muestra en la tabla n°01, se puede observar que del 100% (14) de representantes, el 35.71% (5) manifestaron que llevan 2 años dedicándose a esta actividad, el 28.57% (4) manifestaron que tienen 6 años dedicándose a este mismo rubro, asimismo el 28.57% (4) de representantes manifestaron que tienen aproximadamente cerca de 10 años y otro 7.14% (1) manifestó que tienen más de 10 años. Asimismo estos resultados son similares a lo que determina Diaz (2016) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de Capacitación y Rentabilidad de las Mype Rubro Restaurantes de la Urb. Angamos de la Ciudad de Piura, Año 2016”, llegó a la conclusión que tienen menos de 9 años en el negocio, es decir, dedicándose a este rubro.

Observan los resultados de la aplicación del instrumento, podemos apreciar en la tabla n°02 del 100% (14) de los encuestados manifestaron que si se encuentran inscritos en el registro único de contribuyente (RUC). Por lo tanto estos resultados podemos decir que se asemejan a lo que determino Carrillo (2016) en su de investigación denominada: “*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”, lo cual llego al siguiente resultado que el 100% tienen RUC y así mismo licencia de funcionamiento.

Respecto a las características del financiamiento

De la información que se muestra en la tabla n° 07, podemos apreciar que de los resultados obtenidos del 100% (14) de los encuestados, el 57.14% (8) indican que su actividad productiva la financian con recursos propios, mientras que el 42.86% (6) realizan financiamiento de terceros; estos resultados son algo parecidos a lo que determino Saavedra & León (2014) en su investigación titulada “Alternativas de financiamiento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Latinoamericana”, donde deduce que la principal fuente de financiamiento de este sector son los recursos propios y que los préstamos de instituciones financieras no bancarias son la última fuente de financiamiento para capital de trabajo, esto significaría altas tasas de interés que cobran estas empresas del sector financiero.

Observan los resultados de la aplicación del instrumento, podemos apreciar en la tabla n°10 del 100% (14) de los encuestados, 71.43% (10) manifestaron que financiamiento solicitado fue a corto plazo y el otro 28.57% (4) manifestaron que han requerido créditos a largo plazo. Estos resultados son similares a lo que determino Barrientos (2018) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San

Jacinto, 2017”, donde llego a la conclusión que el financiamiento de dinero es a corto plazo.

De la información que se muestra en la tabla n°15, podemos apreciar que del 100% (14) de encuestados, 93% (13) manifestaron que no tuvieron ningún tipo de dificultades para obtener su crédito financiero y el otro 7% (1) consideran que las exigencias (garantías) son dificultades/ inconvenientes para la obtención de un préstamo. Estos resultados son algo parecidos a lo que determina Vilca (2018) en su investigación titulada “Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mype del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017”, llegando a la conclusión que el 80% no tuvieron ningún tipo de inconveniente al momento de solicitar préstamo para su negocio.

Respecto a las características de la Rentabilidad

De la información obtenida en la tabla n° 19, del 100% (14) de representantes, el 64.29% (9 propietarios) manifestaron que su empresa es rentable un 50%, el 35.71% (5 propietarios) manifestaron que su rentabilidad es de un 30%. Asimismo estos resultados son algo parecidos a lo que determino Anaya (2015) en su trabajo de investigación titulado “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Huarmey, 2014*”, lo cual concluye que la rentabilidad que perciben en su negocio los dueños /gerentes es rentable, es decir, la rentabilidad un 90%.

VI. CONCLUSIONES

Objetivo específico 1: Principales Características del Financiamiento.

1. Con respecto a las principales características del financiamiento de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz, objeto del estudio, el 57.14% (8) de encuestados manifestaron que al inicio de sus operaciones financiaron su actividad productiva con recursos propios, y el otro 42.86% (6) de encuestados manifestaron que necesitaron de financiamiento de terceros.
2. El 100% (14) de representantes, al aplicar el instrumento de investigación, indicaron que en el presente año, el 50% (7) de representantes indicaron que recurren a bancos (Banco de Crédito) para la obtención de préstamos, el otro 50% (7) indicaron que recurren a cajas de ahorro y crédito (Caja Sullana).
3. El 71.43% (10) de representantes manifestaron que el crédito solicitado fue otorgado a corto plazo (06 meses) y el otro 28.57% (4) ha creído conveniente que sea otorgado a largo plazo (24 meses).
4. El 57.14% (8) de representantes manifestaron que el monto solicitado es de S/. 1,000 a S/. 3,000, el 14.29% (2) manifestaron que el monto de préstamo solicitado es de S/. 3,000 a S/. 5,000, un 7.14% (1) manifestó el monto solicitado es de S/. 5,000 a S/. 10,000, el 14.29% (2) manifestaron que el monto del crédito solicitado es de S/. 10,000 a S/. 15,000, y el otro 7.14% (1) manifestó que el monto solicitado es de S/. 15,000 a S/.20,000.
5. El 50% (7) de representantes manifestaron que la tasa de interés anual que pagaron por sus créditos solicitados a cajas de ahorro y crédito es de 10%

- a 20% y otro el 50% (7) de representantes manifestaron que la tasa de interés que pagaron por créditos solicitados a bancos es de 21% a 30%.
6. El 35.71% (5) de representantes manifestaron que invirtieron el préstamo en capital de trabajo (compras de materia prima e insumos, pago de personal), el 35.71% (5) de representantes manifestaron que lo invirtieron en mejoramiento y/o ampliación de local, y el otro 28.57% (4) manifestaron que lo invirtieron en muebles y enseres (Mesas, sillas, utensilios de cocina).
 7. Asimismo el 93% (13) de representantes manifestaron que no tuvieron ningún tipo de dificultad para la obtención de crédito, el otro 7% (1) manifestó que las exigencias (garantías) dificultan la gestión para obtener un préstamo.

Objetivo específico 2: Principales Características de la Rentabilidad.

1. Del 100% (14) de encuestados, el 78.57% (11) manifestaron que el promedio mensual de ventas es de S/. 1,000 a S/. 5,000 y el otro 21.43% (3) indican que el promedio mensual de sus ventas es de S/. 5,000 a S/.8, 000.
2. El 64.29% (9) de encuestados manifestaron que su costo de ventas es de un 50%, y el 35.71% (5) de encuestados manifestaron que su costo de ventas es de 70%.
3. El 64.29% (9) de encuestados indicaron que su empresa es rentable un 50%, el 35.71% (5) de encuestados indicaron que su rentabilidad es de un 30%.

4. Asimismo el 64.29% (9) de encuestados indicaron que el problema que afecta la rentabilidad de su micro y pequeña empresa se debe a que los ingresos de sus ventas han disminuido, debido a la situación económica que habido en nuestro país y el 35.71% (5) manifestaron que se debe a que hay muchos competidores.

Objetivo específico 3: Propuesta de Mejora.

Con respecto a elaborar una propuesta de mejora en la rentabilidad de las Mypes del sector restaurantes de mariscos en el distrito la Cruz, teniendo como resultados que el 64.29% (9) de representantes manifestaron que el problema que afecta la rentabilidad de su micro y pequeña empresa se debe a que los ingresos de sus ventas han disminuido, debido a la situación económica que habido en el país y el 35.71% (5) manifestaron que se debe a que hay muchos competidores.

Por ello he creído conveniente darle solución al problema encontrado, es decir, empezar un plan de implementación de marketing digital (pág. Facebook) en las Mypes del sector restaurantes, con una perspectiva social y empresarial ligada a las oportunidades del mercado, es decir, el marketing digital va influir de manera significativa en la rentabilidad económica de las Mypes.

El marketing digital, también conocido como marketing online, es una importante herramienta estratégica para las empresas, por la gran oportunidad de crecimiento, difusión, y posicionamiento en el mercado. Las estrategias de marketing digital son de costo más bajo que la mayoría de las estrategias del marketing tradicional (radio o televisión).

El objetivo principal de marketing digital es promover a las marcas, crear preferencia e incrementar las ventas.

Facebook es una red social, en la cual se pretende dar a conocer los productos, servicios que ofrecen las Mypes del sector restaurantes. Ya que hoy en día es la que tiene mayor interés en la población, Facebook es un canal que te permite llegar a más gente que potencialmente se animarían ir a degustar de un rico ceviche, chicharrón, tiradito, parihuela, entre otros platillos al gusto y preferencia del cliente. Para mejor comprensión: Anexo N°8 “Propuesta de mejora en la rentabilidad de las Mypes”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

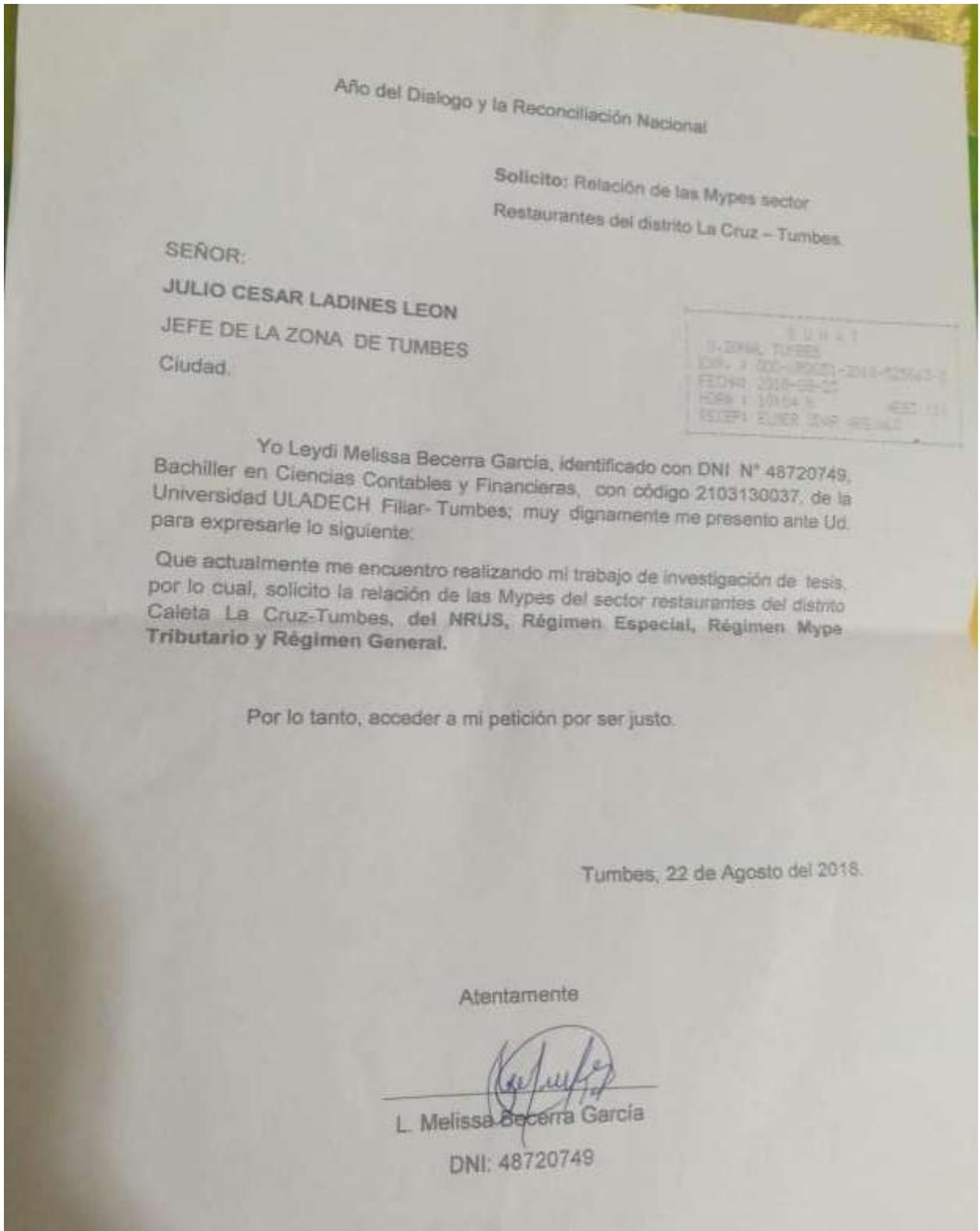
- Aladro Vargas, S. I., Ceroni Valenzuela, C. A., & Montero Booth, E. M. (2011). *Problemas de Financiamiento en las MIPyMES*. Santiago-Chile: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-aladro_v/pdfAmont/ec-aladro_v.pdf.
- Anaya Amancio, R. L. (2015). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Huarney, año 2014*. Huarney : <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/891?show=full>.
- Barrientos Pizarro, F. A. (2018). *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017*. Tumbes : http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_BARRIENTOS_PIZARRO_FELIX_ARMANDO%20.pdf?sequence=1.
- Brun Lozano, X., Elvira Benito, O., & Puig Pla, X. (2012). *Matemática financiera y estadística básica*. Profit.
- Bustos, J. (2013). *Fuentes de Financiamiento y Capacitación en el Distrito Federal - México para el desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas*. . Mexico: <http://metodologiadeltrabajointelectual.blogspot.com/2010/07/tesis-tesina-y-monografia.html>.
- Carrillo Baylón, J. A. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios-rubro restaurantes, del distrito de Surquillo Cercado, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015*. Lima : http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/577/CARRILLO_BAYLON_JORGE_ALBERTO_FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_MYPE_RESTAURANTES.pdf?sequence=1.
- Ccaccya Bautista, D. (2015). Análisis de rentabilidad de una empresa. *Actualidad Empresarial*, http://aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCBAWUTXOEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf.
- Ccaccya Bautista, D. (2015). Fuentes de financiamiento. *Actualidad Empresarial*, http://aempresarial.com/servicios/revista/339_9_UFHZRTNZQWJZPHADSAPNARFCEDUUQUULZCKQWXQMUALJHLMZLB.pdf.
- Ccaccya Bautista, D. (2015). Fuentes de financiamiento empresarial. *Actualidad Empresarial*, http://aempresarial.com/servicios/revista/339_9_UFHZRTNZQWJZPHADSAPNARFCEDUUQUULZCKQWXQMUALJHLMZLB.pdf.
- Competitividad, I. G. (2018). <http://www.cdi.org.pe/informeglobaldecompetitividad/index.html>. Obtenido de <http://www.cdi.org.pe/informeglobaldecompetitividad/index.html>

- DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR. (s.f.). Obtenido de https://www.cenfotur.edu.pe/documentos/regl_restaurantes2004.pdf
- Díaz Guerrero, C. O. (2016). *Caracterización de capacitación y rentabilidad de las mype rubro restaurantes de la urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016*. Piura : <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1017>.
- Domingo García, P., Salvador Marín, H., & Martínez García, F. (2011). *Contabilidad de Costos y Rentabilidad en la PYME, México*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39521803>.
- Gallozo Huerta, D. (2017). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1189/MYPE_FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_GALLOZO_HUERTA_DIONEE.pdf?sequence=1.
- GOMEZ JACINTO, L. (2008). *Actualidad Empresarial, N° 169 -Segunda Quincena de Octubre 2008*. Obtenido de http://aempresarial.com/web/revitem/9_8674_72018.pdf
- González Vasquez, N. (08 de 2013). *El impacto del financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las MiPymes del sector comercio en el municipio de Querétaro*. Querétaro - México: <http://ri.uaq.mx/xmlui/handle/123456789/1842>. Obtenido de <http://hdl.handle.net/123456789/1842>
- Kong Ramos , J. A., & Moreno Quilcate, J. M. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José, Lambayeque en el periodo 2010-2012*. Lambayeque: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/88>.
- Larroudé, B. &. (2012). La importancia de medir la rentabilidad. *RePro*, <http://www.barrerolarroude.com.ar/articulo/La-importancia-de-medir-la-rentabilidad/101>.
- LEYN°30056. (02 de 06 de 2013). *Ley N°30056 que modifican la actual Ley Mype*. Obtenido de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Ludmin, J. C. (2008). Régimen Laboral de las MYPES. *Actualidad Empresarial N°164*, http://www.aempresarial.com/web/revitem/4_8383_31502.pdf.
- Lupu Atoche, E. J. (2016). *Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de Mype Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, 2016*. Tumbes : http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1231/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_LUPU_ATOACHE_ERICK_JOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Pintado Alberca, D. (2018). *Caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las Mypes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes de*

- distrito de Pampas de hospital-Tumbes, 2017.* Tumbes:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD_DEL_SERVICIO_AL_CLIENTE_RENTABILIDAD_PINTADO_ALBERCA_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Rocha Lengua, A. (2011). *Estrategias de Financiamiento de las Pymes de la industria de alimentos, subsector panadero de Valledupar, Colombia.* Maracaibo:
<https://docplayer.es/13492090-Estrategias-de-financiamiento-de-las-pymes-de-la-industria-de-alimentos-subsector-panadero-de-valledupar-colombia.html>.
- Saavedra García, M. L., & León Vite, E. L. (15 de 12 de 2014). Alternativas de financiamiento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Latinoamericana. *Revista Universitaria*, 1. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/497-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1397-1-10-20141231.pdf:
file:///C:/Users/usuario/Downloads/497-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1397-1-10-20141231.pdf
- Sánchez Barraza, B. (s.f.). Las mypes en Perú. Su Importancia y Propuesta Tributaria.
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>.
- Sánchez Carlessi, H., & Reyes Meza, C. (Julio de 2015). *METODOLOGÍA Y DISEÑOS DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Obtenido de https://www.amazon.com/METODOLOG%C3%8DA-DISE%C3%91O-INVESTIGACI%C3%93N-CIENT%C3%8DFICA-Spanish-ebook/dp/B013PU1Z0K/ref=sr_1_1?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1538754663&sr=1-1&dpID=51udoL5rPBL&preST=_SY445_QL70_&dpSrc=srch
- Tamayo, M. (2007). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>
- Velecela Abambari, N. E. (2013). *Análisis de las fuentes de financiamiento para las MYPES realizado en la Cuenca – Ecuador.* Cuenca- Ecuador:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>.
- Vilca Quispe, F. (2018). *Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mype del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Ciudad de Lampa, Puno 2017.* Lampa-Puno:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4008/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_MYPE_VILCA_QUISPE_FILBER_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ANEXOS

Anexo N°01: Carta SUNAT



Anexo N° 02: Solicitud Presentada a la Municipalidad de Distrito de la Cruz.

Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional

Solicitó: Relación de las Mypes sector
Restaurantes del distrito La Cruz – Tumbes.

SEÑOR:

JUAN VICENTE PIZARRO SÁNCHEZ

ALCALDE DEL DISTRITO DE LA CRUZ - TUMBES

Ciudad.

MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE LA CRUZ
RECIBIDO
EXP. N° 1831 CLT RT
FECHA 28/8/18 FOLIOS 07
HORA 8 : 50 FIRMA 

Yo Leydi Melissa Becerra García, identificado con DNI N° 48720749, Bachiller en Ciencias Contables y Financieras, con código 2103130037, de la Universidad ULADECH Filiar- Tumbes; muy dignamente me presento ante Ud. para expresarle lo siguiente:

Que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de investigación de tesis, por lo cual, solicito la relación de las Mypes del sector restaurantes del distrito Caleta La Cruz-Tumbes, **del NRUS, Régimen Especial, Régimen Mype Tributario y Régimen General.**

Por lo tanto, acceder a mi petición por ser justo.

La Cruz, 28 de Agosto del 2018.

Atentamente



L. Melissa Becerra García

DNI: 48720749

Anexo N°03: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recaudar información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR RESTAURANTES EN EL DISTRITO LA CRUZ - TUMBES, 2018”

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece, por su valiosa información y colaboración. Marque con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente.

Encuestador: Fecha: / / .

I. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

1. **¿Hace cuánto tiempo que se dedica a esta actividad la Mype?**

- a) 1- 2 años
- b) 3- 6 años
- c) 7- 10 años
- d) Más de 10 años

2. **¿Cuenta con RUC?**

- a) Si
- b) No

3. **¿En qué régimen tributario se encuentra la Mype?**

- a) Nuevo Régimen Único Simplificado
- b) Régimen Especial de Impuesto a la Renta
- c) Régimen Mype Tributario
- d) Régimen General

4. **¿El local de la empresa es?**

- a) Propio
- b) Alquilado

5. **¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?**

- a) 1 trabajador
- b) 2 trabajadores
- c) 3 trabajadores
- d) Más de 3 trabajadores

Especificar:.....

6. ¿Cuál fue el motivo de formación de la empresa?

- a) Maximizar ingresos
- b) Generar empleo familiar
- b) Subsistir
- c) Otros

II. CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA:

1. ¿Cómo Financia su actividad productiva?

- a) Recursos Propio
- b) Financiamiento con terceros

2. ¿La empresa ha requerido algún tipo de financiamiento?

- a) Si
- b) No

3. ¿A qué tipo de entidades recurre para obtener los créditos?

- a) Bancos
- b) Cajas de ahorro y crédito
- b) Cooperativas
- c) Otros.

4. ¿El financiamiento solicitado en que tiempo fue otorgado?

- a) A corto plazo
- b) A largo plazo

5. ¿Cuál es el Monto del préstamo solicitado?

- a) S/. 1,000 - S/. 3,000
- b) S/. 3,000 - S/. 5,000
- c) S/. 5,000 - S/. 10,000
- d) S/. 10,000 - S/. 15,000
- e) S/. 15,000 - S/. 20,000
- f) S/. 20,000 a Más

6. ¿Cuál fue la tasa de interés que se le asignó pagar?

- a) 10% - 20%
- b) 21% - 30%
- c) 31% - 36%
- d) 36% - 42%
- e) 42% a más

7. ¿Cuál es el plazo de pagos de sus créditos?

- a) 06 meses
- b) 12 meses
- c) 24 meses
- d) 36 meses
- e) Otros

8. ¿En que invirtió el financiamiento obtenido?

- a) Capital de trabajo
- b) Mejoramiento y/o ampliación de local
- c) Muebles y Enseres

9. ¿Qué tipo de dificultades tuvo para obtener el crédito financiero?

- a) Tasa de interés alta
- b) Exigencias (Garantías)
- c) Plazos muy cortos
- d) Mucho requisitos
- e) Monto insuficientes
- f) Ninguno

2. CARACTERÍSTICAS DE LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

1. ¿Cuánto ascienden sus Ventas mensuales?

- a) S/. 1,000 - S/. 5,000
- b) S/. 5,000 - S/. 8,000
- c) S/. 10,000 - S/. 20,000
- d) 20,000 a más.

2. ¿Qué porcentaje es su costo de ventas?

- a) 10%
- b) 30%
- c) 50%
- d) 70%
- e) 90%

3. ¿Cuánto gasto en activos fijos?

- a) S/. 1,000
- b) S/. 3,000
- c) S/. 5,000
- d) S/. 10,000
- e) S/. 15,000 a más.

4. ¿El negocio es Rentable, en qué porcentaje anual?

- a) 10%
- b) 20%
- c) 30%
- d) 40%
- e) 50%
- f) 70%

5. ¿Qué problema afectan la rentabilidad de su Mype?

- a) Ventas bajas
- b) Competencia
- c) Tasas de interés elevadas
- d) Costo de productos
- e) Regulaciones gubernamentales
- f) Uso y costumbres

Anexo N°04: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	AGOSTO- 2018						SEPTIEMBRE - 2018						OBTUBRE- 2018				NOVIEMBRE- 2018						DICIEMBRE- 2018					
	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	0 2	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	1 2	1 3	1 4	1 5	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	3 0	3 1	1 4	1 5	1 6	
REFORMULACIÓN DE LA PROPUESTA INICIAL	■	■																										
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA			■	■																								
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA					■	■																						
ELABORACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS							■	■	■																			
TRABAJO DE CAMPO										■	■																	
ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE DATOS												■	■	■	■	■	■	■										
REDACCIÓN DEL PRIMER BORRADOR																								■	■			
COMENTARIOS Y CORRECCIONES																									■	■		
PRESENTACIÓN INFORME FINAL																											■	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°05: Álbum de fotografía

Realizando la encuesta a los dueños/ gerentes de las Mypes sector restaurantes del Distrito La Cruz- Tumbes.

Restaurant Turístico “La casa de los Mariscos”



Restaurant Turístico “Sol y Mar”



Restaurant-Picantería “Mi Marcela”



Restaurant – Cevicheria “Nino”



Restaurant “Sabor Cruceño”



Restaurant “Cabo Blanco”



Anexo N° 06: Cuadro comparativo (Instituciones Bancarias, No Bancarias)

TIPO DE CRÉDITOS (INSTITUCIONES BANCARIAS, NO BANCARIAS)

INSTITUCIONES FINANCIERAS	TIPOS DE CREDITOS	TASA DE INTERES %
Caja Sullana	Empresarial	20%
	Personal	23%
Caja Piura	Crédito personal	26.82%
Caja Trujillo	CrediAmigo	27.42%
	Capital Trabajo	30%
	Mypes	19.55%
Banco de Crédito (BCP)	Créditos Pequeña Empresa	25%
	capital de trabajo	
Banco Interbank	Capital de trabajo	29%
	Cuenta negocios	
		Efectivo

FORMULAS PAGO (AMORTIZACIÓN Y TASA DE INTERÉS)

1. PAGO (AMORTIZACIÓN)	
1.1 FORMULA MANUAL	$\text{PAGO} = P \times \frac{[(1+i)^n \cdot i]}{[(1+i)^n - 1]}$
1.2 EN EXCEL	=PAGO(TASA,NPER,VA)
2. TASA DE INTERES (TASA)	
2.1 FORMULA MANUAL	$i = \sqrt[n]{\frac{S}{P}} - 1$
2.2 EN EXCEL	=TASA(NPER,PAGO,VA)

CASO:

El banco de crédito otorga un préstamo a su cliente el 08 de Mayo del 2018, por S/. 10, 000 soles a una tasa de interés del 25% anual, durante dos años. El cliente nos pide que le entreguemos el cronograma (fechas) de pago.

CRONOGRAMA DE PAGO**BANCO DE CREDITO**

CLIENTE	LUIS ANGEL GAONA AREVALO		
DOC. IDENT.	22385781		
ESTADO	VIGENTE		
AGENCIA	TUMBES		
ENCARGADO	ABCZ		
TIEMPO	2		AÑOS
TASA DE INTERÉS ACTIVA	25%		ANUAL
FECHA DEL PRÉSTAMO	08/05/2018		
FECHA DE VENCIMIENTO	27/04/2020		
PRÉSTAMO	S/.	10,000.00	
PAGO MENSUAL	S/.	578.70	

CUOTA MENSUAL (PAGO)

Capital	S/.	10,000.00	Soles
Tasa De Interés		25%	Anual
Tiempo O Período		2	Años
Pago Mensual	S/.	578.70	Soles

TASA DE INTERÉS (TASA)

Capital	S/.	10,000.00	Soles
Tasa De Interés		25%	Anual
Tiempo O Período		2	Años
Pago Mensual	S/.	578.70	Soles

Anexo N°07: Estado de Ganancias y Pérdidas por Función.

**ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS
POR FUNCIÓN
RESTAURANTE TURISTICO "SOL Y MAR" LA CRUZ
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

Ventas	S/.	54,000.00
Costo de Ventas	S/.	27,000.00
UTILIDAD BRUTA	S/.	27,000.00
Gastos Administrativos	S/.	830.50
Gastos de Ventas	S/.	679.50
Gastos Financieros	S/.	900.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/.	24,590.00
Otros ingresos y gastos		
Otros ingresos		
Otros Egresos	S/.	500.00
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	S/.	24,090.00
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		
RESULTADO NETO	S/.	7,227.00

FORMULAS RENTABILIDAD SOBRE VENTAS

	<p>Margen de utilidad bruta o de contribución para calcular la rentabilidad sobre ventas.</p>
1	$\text{Margen de contribución} = \frac{\text{Ventas} - \text{Coste de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{54,000.00 - 27,000.00}{54,000.00} = \frac{27,000.00}{54,000.00} = 50.00\%$
	<p>Interpretación: Por lo que significa que la empresa cuenta con un margen de ganancia bruto de 50.00%</p>

Margen de utilidad neta para calcular la rentabilidad sobre ventas	
2	$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Ventas}} = \frac{7,227.00}{54,000.00} = \frac{7,227.00}{54,000.00} = 13.38\%$
<p>Interpretación: La mype por cada sol que ingresa por ventas tiene una utilidad de 13.38% Una vez descontados los gastos e impuestos.</p>	

MYPE SECTOR RESTAURANT MARISCOS

Hoja de Trabajo:

VENTAS MENSUALES : S/. 4500 X (12 Meses) **S/. 54,000.00**

C.V = IIM + COMPRAS + IFM		
C.V =	50%	S/. 27,000.00

GASTO FINANCIERO:
 INTERES = 3000 X 30% S/. 900.00

SERVICIOS		
Agua	S/.	300.00
Luz	S/.	360.00
Telefonía	S/.	300.00
Internet	S/.	300.00
Total Servicios	S/.	1,260.00

DEPRECIACIÓN 10%	
Una Maquinaria	S/. 2,500.00
DEPRECIACIÓN =	S/. 250.00

Gasto total = Depreciación + servicios
 Gato total = 1260 +250

S/. 1,510.00

G. ADMINISTRATIVOS =55%		S/. 830.50
G. VENTAS = 45%		S/. 679.50
TOTAL		S/. 1,510.00

Anexo N°08: Propuesta de Mejora

TITULO:

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL (PAG. FACEBOOK) PARA LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES SECTOR RESTAURANTES DE MARISCOS EN EL DISTRITO DE LA CRUZ-TUMBES, 2018.

AUTORA:

BACH: LEYDI MELISSA BECERRA GARCIA

TUMBES- PERÚ

2018

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es dar a conocer una Propuesta de Implementación de Marketing Digital (Facebook) para la mejora de la Rentabilidad de las Mypes sector restaurantes de mariscos en el distrito de La Cruz- Tumbes, 2018. Cuya finalidad es que las micro, pequeñas empresas nos permitan implementar las herramientas adecuadas para contribuir a la sostenibilidad en el tiempo de dichos negocios.

Por lo tanto en la actualidad, muchas empresas están prácticamente obligadas a la implementación de estrategias de marketing digital dentro de sus modelos de negocios. Situación que en mi particular ha realzado a mi interés por empezar un plan de implementación de marketing digital en las Mypes del sector restaurantes, con una perspectiva social y empresarial ligada a las oportunidades del mercado, maximizando así como es las ventas, es decir, el marketing digital va influir de manera significativa en la rentabilidad económica de las Mypes.

Palabras Clave: Rentabilidad, Marketing Digital, Mypes

I. INTRODUCCIÓN

Las lógicas y los escenarios que rigen al Marketing han cambiado sustancialmente con la irrupción del desarrollo digital. Hoy en día, dicha disciplina, junto con sus constitutivos, está afrontando una redefinición de sus paradigmas y mecanismos instrumentales, con el objeto de acordarse a los desafíos que encarnan las audiencias contemporáneas, caracterizadas por conductas, es decir por el uso recurrente de dispositivos móviles, las cuales influyen de forma significativa en la distribución y recepción de mensajes comunicativos por parte de estas nuevas generaciones, en concreto aquellas nacidas después de 1990.

Actualmente todos los textos y otros expertos del marketing, han evolucionado el concepto del mismo apuntando hacia un vértice donde se menciona que es una “herramienta” eficaz para captar mercados y que gracias a la tecnología ha volcado la mayoría de sus esfuerzos a la comprensión especializada para cada consumidor/ cliente.

Esta herramienta se ha convertido con el pasar de los años en la protagonista de los cambios tecnológicos y en la principal fuente de ingresos de empresas que han logrado integrar sus diferentes áreas funcionales con una plataforma digital avanzada, que de manera visible ha contribuido al desarrollo de las empresas y en general de la economía internacional.

Las estrategias de marketing digital son de costo más bajo que la mayoría de las estrategias del marketing tradicional, lo que las vuelve accesibles a pequeñas y medianas empresas. Asimismo permite probar tácticas y ajustar las estrategias a tiempo real para optimizar los resultados. Ya que el marketing digital utiliza internet y las redes sociales como canal, logrando así un gran impacto en el alcance, creando una comunidad que interactúe con el producto, con el servicio, es decir, creando un enlace emocional y posicionamiento de con aquello.

La problemática que hoy en día existe en el Distrito de La Cruz es que las micro y pequeñas empresas de restaurantes de mariscos, suele ser poco los cliente/ consumidores, por ende son bajas sus ventas, lo cual esto estaría afectando su rentabilidad. Ya que existen empresas, negocios que aún no utilizan el Internet para atraer clientes, como el uso de redes sociales, marketing digital.

Es por ello, que se pretende proporcionar una propuesta de implementación para la mejora de la rentabilidad, en medida que se conozcan los principales factores del marketing digital, lo cual influye en la rentabilidad económica de las Mypes de LaCruz – Tumbes.

Formulación del problema: ¿De qué manera se pueden implementar Marketing Digital (Facebook) las Mypes, que contribuya de manera significativa al desarrollo, crecimiento y fortalecimientos de ellas mismas, en el área de comercialización de productos y en los servicios de ventas?

En un mundo globalizado, debido al creciente auge de los medios de comunicación e información en la sociedad, se hace necesario buscar el aprovechamiento de estos medios digitales y de comercio en beneficio de la empresa, en especial las Mypes; Uno de los factores que se pretende solucionar, es la baja capacidad de consumidores/clientes, en las Mypes sector restaurantes en el distrito de la cruz-tumbes, para así alcanzar de manera de eficiente los mercados, alcanzar un crecimiento sostenido y lograr un desempeño sobresaliente en materia de atención postventa.

Teniendo en cuenta el auge de las tecnologías de información, tales como el internet, se ha visto una oportunidad clara a través de la implementación de marketing digital eficiente, pretendiendo llegar a esos potenciales de mercados, asimismo dando a conocer la variedad de platos a degustar, permitiendo atraer y captar clientes potenciales

y fidelizar los clientes actuales. Ya que es un factor crítico para potenciar las ventas y posicionamiento en el mundo.

También podemos decir que esta investigación se justifica porque gracias a la información que se recate y se derive de este estudio, se lograra concientizar a los dueños de Mypes, a lectores que deben optar por la utilización de medios digitales en sus empresas y el empleo de estrategias tecnológicas para afianzar la relación con el consumidor, así como la importancia de invertir en emprendimientos que contengan herramientas ligadas a las tecnologías de información y la comunicación (TIC).

II. BASES TEORICAS Y MARCO TEORICO

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Antecedentes

Según Gomez Burgos (2013) en su trabajo de investigación denominado *“El marketing digital y las estrategias online de las microempresas colombianas”*, presenta los conceptos mas importantes sobre E-Marketing así como también, todo lo referente a la tendencia de los medios digitales en Colombia. Asimismo hace un énfasis en la parte de Marketing Digital, tomando como eje central el comportamiento del consumidor en la actualidad, y la tendencia de consumo a través de medios digitales.

Por otra parte Diaz (2016) en su trabajo de investigación titulado: *“Caracterización de Capacitación y Rentabilidad de las Mypes Rubro Restaurantes de la Urb. Angamos de la Ciudad de Piura, Año 2016”*. Su objetivo fue: Identificar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de los restaurantes de la Urb. Angamos, año 2016. Se concluyó que las Mypes necesitan conocer la motivación de los empleados con el fin de incrementar la productividad del conjunto.

Por otra parte Barrientos (2018) en su trabajo de investigación denominado: *“Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017”*. Considero como objetivo general: Determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. Se llegó a las siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención

al cliente es de nivel alto y positivo, buscan mantener satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar anticipadamente las necesidades, gustos y preferencias de sus clientes.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Definición de micro y pequeña empresa (Mypes)

La Mype es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial completada en la legalización vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley N° 28015) Base legal: artículos 4 y 6 D. C. F., TUO Ley MYPE (D. S. N. ° 007-2008-TR de 30-09-08)

Las Mypes dedicadas a este rubro de servicio de restaurantes de mariscos, son actualmente empresas de gran trascendencia, con futuro en el mercado empresarial, en la actualidad brindan mejores beneficios por tratarse de una zona altamente turística. El distrito de la Cruz fue creada por Ley N° 14127 del 18 de junio de 1962, la cual está ubicada a 17 km de Tumbes, tiene una extensión de 65,23 km². Representado el 3.60% del total del territorio tumbesino.

2.2.2. Definición de Rentabilidad

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

Asimismo Brun, Elvira & Puig (2012) consideran que: “La rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un determinado tiempo. La variación se expresa en porcentaje, la cual puede ser positiva o negativa” (pág.47).

Según Ccaccya Bautista (2015) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener resultados. Bajo esta perspectiva, se puede evaluar la rentabilidad de una empresa, es decir comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios.

Factores determinantes de la rentabilidad

Las principales estrategias que considerarían a obtener mayores utilidades, y con ello generaría mayor rentabilidad en la empresa:

- a) Reducción de costos promedio.
- b) Mayor calidad relativa.
- c) Mayor participación en el mercado según el giro del negocio.

2.2.3. Definición de Ventas

El termino venta es de origen latín “vendita”, participio pasado de venderé, sinónimo que se pueden emplear en relación a esta palabra negocio. Podemos decir que venta es toda acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero; las cuales hoy en día en un mundo globalizado, pueden ser por vía personal, por correo, por teléfono, entre otros medios.

Tipos de venta

Existen diferentes tipos de venta como la venta directa o domicilio, la venta personal, la venta online, la venta cruzada, venta al detal, entre otras.

- **Venta online o tienda virtual:** consiste en exponer los productos o servicios de una empresa en una página web, con el fin de que los usuarios los conozcan y, en el caso de estar interesados, realicen la compra vía online pagando, bien sea a través de tarjeta de crédito o débito. Luego, una vez realizada la compra, el

cliente solo se debe esperar por la entrega de la mercancía en el lugar pautado entre ambos.

- **Venta directa o domicilio:** consiste en la comercialización de bienes y servicios directamente a los consumidores a través del contacto personal con un representante de la empresa. Esta venta consiste en que el vendedor se acerque al lugar combinado con el comprador, para demostrar las características del producto y cerrar la negociación.
- **Venta personal:** es una herramienta poderosa debido a que permite persuadir al cliente, aclarar dudas y concretar o cerrar la venta del producto o servicio.
- **Ventas cruzadas:** Las ventas al mayor consisten en la compra de bienes en grandes cantidades al proveedor, con el fin de ser revendidos por un precio más elevado y obtener un beneficio en la venta. A su vez, las ventas minoristas, conocidas como ventas al detal, consisten en la venta de servicios y productos a los consumidores finales para su uso personal.
- **Ventas al detal:** consisten en que se llevan a cabo en todas las tiendas o comercios que se encuentran en los centros urbanos vendiendo bienes o servicios directamente al público, por ejemplo, supermercados, ferreterías, farmacias, entre otros.

Elementos importantes del concepto en un negocio alimenticio

- Menú y estilo de cocina
- Diseño (elementos visuales, ambientales)
- Ambiente (atmósfera)
- Música y sonidos ambientales
- Iluminación
- Mobiliario

- Aromas
- Y por supuesto, el nombre del negocio.

2.2.4. Marketing Digital

Marketing es la ciencia y arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado, un objetivo con lucro. Asimismo identifica necesidades y deseos no realizados, define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.

Según la American Marketing Association, el marketing es una actividad, un conjunto de instituciones que se encarga de crear, comunicar, entregar y cambiar ofertas que tengan valor para los consumidores, clientes, asociados, es decir, a un público en general.

Marketing Digital: El contexto que teníamos del marketing tradicional al pasar los años, por medio de la evolución de la web 2.0 todo cambio drásticamente transformándose en un dependiente de las redes y los usuarios de internet. Las campañas y promociones se hacen conocer al público de una manera distinta priorizando una comunicación interactiva, con un contenido, lo cual se vuelve “viral”, es decir, el consumidor puede percibir, experimentar una retroalimentación constante. También gracias a estos medios las empresas conocen con mayor claridad las exigencias, gustos y preferencias de los clientes.

Gracias a la evolución que este enfoque empresarial se ha visto orientado ya no hacia el producto sino más bien al cliente, vinculando una relación más directa de las empresas con su segmento meta, permitiendo una interacción y adaptación a lo demanda el mercado.

Por lo tanto se ha dado a través de la implementación de estudios de mercado y herramientas como el plan de marketing, mecanismos utilizados por empresas para

cubrir de mejor manera las necesidades del mercado. Ya que según estudios en definitiva esto constituye una venta más clara, permitiendo a las empresas tener éxito.

2.2.5. Redes Sociales

Una red social se puede definir como un grupo de personas interconectadas entre sí con el propósito de comunicarse. Sin embargo desde de un punto de vista profesional, las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para sobresalir, en un mundo competitivo, ya que te permite crear un perfil de carácter profesional y asimismo abrirte puertas con futuros empleadores.

Las redes sociales se pueden definir como sitios en internet, páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares. El nacimiento de Internet y su posterior desarrollo como medio de comunicación de masas, ha posibilitado que las redes sociales puedan existir, además de en el espacio físico, en el espacio virtual.

Las redes sociales son de gran importancia gracias a todo lo que podemos hacer en ellas, desde publicar las fotos de tus vacaciones o como crear tu perfil profesional a modo de curriculum, su gran utilidad radica en que siempre podrán ser el escaparate para mostrar al mundo lo mejor de tu persona, marca o empresa. Mediante su correcto uso las empresas y los medios tienen una excelente forma de comunicarse con su público y al mismo tiempo conocer su opinión.

Desde Facebook, Twitter, LinkedIn, Google plus y muchas otras plataformas de interacciones sociales son de gran utilidad para hacer marcas, promover productos y servicios, anunciar un evento, hacer activismo, generar tráfico a blogs y sitios web, encontrar viejos amigos, estar en contacto con familias y hasta conocer a tu futura pareja, en fin son muchas las ventajas que tenemos en ellas.

Otra ventaja de las redes sociales y que sigue hablando a gritos de su importancia es la difusión viral que es uno de sus rasgos más distintivos y novedosos logrado gracias a la interactividad que vemos en ellas por parte de sus usuarios.

¿Qué es la difusión viral?

La difusión viral se conoce como la capacidad que tienen las redes sociales (gracias a la interacción de sus usuarios) para hacer que un contenido llegue a un elevado número de personas de forma fácil y directa. Es decir, generando marketing viral, campañas de publicidad en las redes sociales.

A continuación tenemos las diez más populares tenemos: Facebook, YouTube, Ozone, Weibo, Twitter, Google+, LinkedIn, Instagram, Renren, Vkontake.

2.2.6. Facebook

Es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard, su objetivo era diseñar un espacio en el los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través del uso de internet. Lo cual fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de las redes sociales.

Arroyo, N. (2008). Nos dice que “la esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas. Cuando abres una cuenta en Facebook, entras en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios, y es así con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook. Sin embargo, el espíritu de la red sigue siendo un espíritu muy orientado a las vidas personales, algo que precisamente las marcas deben tener muy en cuenta si quieren “enganchar” a los usuarios”.

Facebook es la red social con mayor número de usuarios, en un inicio esta red solo estaba diseñada con un objetivo de conectar personas individuales a través de sus perfiles personales, pero vivimos en mundo globalizado, que en la práctica ha experimentado un gran éxito en el ámbito empresarial como herramienta de marketing, tal es el hecho que se han generado nuevas cuentas. Teniendo así 3 tipos de cuentas básicamente.

Tipos de Cuentas (Facebook)

1. Perfil personal: Son las cuentas que representan a personas individuales para contactar e interactuar con otras personas u organizaciones.
2. Páginas: también llamados perfiles públicos o páginas de fans, están concebidas para que organizaciones, empresas y personajes públicos difundan información de forma oficial y pública e interactúen con las personas que desean conectarse con ellos.
3. Grupos: Este tipo de cuentas son creadas por usuarios que ya tienen un perfil, y tienen como objetivo reunir a personas alrededor de un tema en común. A diferencia de un perfil, donde los contactos son tus amigos y conocidos, a un grupo se pueden sumar personas desconocidas en función del nivel de privacidad, que hayamos establecido al momento de crearlo.

Beneficios que tiene la publicidad en Facebook para una Mype

Llegar a públicos específicos que están concentrados en la plataforma social más grande del mundo. Tu marca, tu negocio puede llegar a un público en global, sin fronteras. Facebook es un canal que te permite llegar a más gente. Asimismo hoy en día acceder a este mercado global es mucho más económico que los medios masivos tradicionales, por ende nos va a permitir dirigir nuestro mensaje al nicho de mercado que exactamente se anda buscando.

En el escenario de Facebook, parte de nuestro ecosistema digital de la propuesta de implementación de marketing digital, se propone utilizar el Facebook como parte de nuestra publicidad.

No se va a utilizar un Facebook clásico como cualquier usuario, sino que se creará una página donde exista contenido del producto, servicio que se va a ofrecer. El contenido será promociones, dar a conocer nuestro negocio, colgar variedad de fotos, videos y publicaciones de noticias relacionadas a lo que se está ofreciendo.

Claves de éxito de la publicidad en Facebook

- Tus anuncios: Contenido, Formato, Calidad, Copywrite, Emoción, Insights, Multimedia.
- Tu segmentación: Campañas dirigidas a un público, manejo de nicho de mercado.

Segmentación de Publicidad

En Facebook se puede segmentar tus anuncios a las personas exactas con las que quieres conectar, es por ello al segmentar tus anuncios vas a encontrar a los clientes adecuados en distintos dispositivos, como computadoras, celulares y tabletas.

Asimismo se puede escoger el público que se requiere llegar, es posible seleccionar hasta un máximo de 25 países o ciudades como público.

A continuación se presentan los pasos que se deben tener para la creación de la página propia de micro y pequeña empresa en estudio, como se observa, se detalla cómo se crea la página de Facebook, asimismo algunas fotografías de la creación de algunas páginas de Facebook restaurantes del distrito de La Cruz.

Fotografía n° 01: Creación de página de Facebook



Fuente: Elaboración propia, creación de pág. Facebook de las Mypes

Fotografía n° 02: Pasos que se deben seguir para la creación de página de Facebook.



Fuente: Elaboración propia, creación de pág. Facebook

Fotografía n°03: Ejemplo - Página en Facebook de Restaurant “Cabo Blanco”-La Cruz



Fuente: https://www.facebook.com/caboblanco316/?modal=admin_todo_tour

Fotografía n°04: Ejemplo - Página en Facebook de Restaurant “Sabor Cruceño”-
La Cruz



Fuente: [https://www.facebook.com/Restaurant-Sabor-Cruce%C3%B1o-](https://www.facebook.com/Restaurant-Sabor-Cruce%C3%B1o-1019418278251229/?modal=admin_todo_tour)

[1019418278251229/?modal=admin_todo_tour](https://www.facebook.com/Restaurant-Sabor-Cruce%C3%B1o-1019418278251229/?modal=admin_todo_tour)

2.2.7. Cuadro n°01: Recurso Humano

ORDEN	NOMBRE	PROPIETARIO	GERENTE
1	RESTAURANT "SOL Y MAR"	ORTEGA CRUZ ALFONSO	1
2	RESTAURANT "OLAYA"	OLAYA MOGOLLON LUPERIO	1
3	RESTAURANT "LA CASA DE LOS MARISCOS"	RUIZ GUEVARA VILMA FIORELLA	1
4	RESTAURANT "CABO BLANCO"	MARCHAN MOGOLLON ANGEL ULISES	1
5	RESTAURANT-CEVICHERIA "NINO"	PEÑA ZARATE DE CAVERO MARGARITA DEL PILAR	1
6	RESTAURANT "SABOR CRUCEÑO"	HIDALGO RUIZ CLARITA CECILIA	1
7	RESTAURANT "VILLA DEL MAR"	FLORES RUIZ GLADYS YESSICA	1
8	RESTAURANTE PICANTERIA "MI MARCELA"	SALDARRIAGA CRUZ JAIME SANTIAGO	1
9	RESTAURANT -CEVICHERIA "LA FIESTA"	MOGOLLON QUISPE YENNYFFER GRISELL	1
10	CEVICHERIA "GUIDO'S"	GUERRERO RAMIREZ GUIDO	1
11	RESTAURANT "ANTAÑO'MS"	PORRAS OLIVOS LOLI ROSAURA	1
12	RESTAURANT -CEVICHERIA "LA CABAÑITA"	ZAPATA PRECIADO SAUL	1
13	CIELO MILAGROS	RIOS ARCA REYNA ISABEL	1
14	NADIJ E.I.R.L	MANUEL SILVA IPANAQUE	1
TOTAL			14

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto para propuesta (Contar con 1 teléfono celular con cámara)

Rubro	Cantidad	Precio S/.
Teléfono Celular	1	S/. 350.00
	Total	S/. 350.00

Fuente: Elaboración propia

2.2.8. Cuadro n°02: Diagrama de Gantt.

DIAGRAMA DE GANTT															
Actividades	Primer mes			Segundo mes				Tercer mes				Cuarto mes			
		2		4				1				1			
Análisis de la problemática	■	■	■	■											
Diseño de la propuesta mejora					■	■	■	■							
Implementación de la mejora									■	■	■	■			
Análisis de los resultados de la implementación de mejora													■	■	
													■	■	

Elaboración propia.

III. RESUMEN

EL presente trabajo de investigación busca comprobar que tan efectivo puede ser implementar un plan de marketing digital para las micro y pequeñas empresas sector restaurantes de mariscos.

Se optó por esta propuesta ya que fue una de las mejores alternativas de publicidad que pudiera ser más eficiente en cuanto a tiempo y al dinero, asimismo se considera que es el método más fácil para acceder al público en general, en un tiempo instantáneo de una publicación y también a través de campañas pagadas, es decir, al presupuesto de cada dueño/ gerente.

IV. CONCLUSIONES

Las redes sociales en la actualidad son aquellas que generan bastante reconocimiento de la marca, del negocio, por ello su importancia. Por lo tanto se deberá brindar un buen contenido que sea dinámico y al detalle del producto, es decir sus características, la atención que se ofrece, precios, entre otros. Por ende esto va a lograr una buena cantidad de clientes se animen a visitar el negocio, para degustar los ricos y deliciosos platillos ofrecen los restaurantes en el distrito de La Cruz, en la zona de Tumbes.

Facebook es una red social, en la cual se pretende dar a conocer los productos, servicios que ofrecen las Mypes del sector restaurantes. Ya que hoy en día es la que tiene mayor interés en la población, Facebook es un canal que te permite llegar a más gente que potencialmente se animarían ir a degustar de un rico ceviche, chicharrón, tiradito, parihuela, entre otros platillos al gusto y preferencia del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arroyo, N. (2008). “El uso profesional de las redes sociales”. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/32011>

Ccaccya Bautista (2015). “Análisis de la rentabilidad de una empresa” . Obtenido de http://aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCBAWUTXOEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf

Definición de Facebook <https://definicion.de/facebook/>

Definición de Marketing digital. Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Gomez Burgos (2013) en su trabajo de investigación denominado “El marketing digital y las estrategias online de las microempresas colombianas”. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/10857/1/documento%20academic%20marketing%20digital.pdf>

Historia de Facebook. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Tipos de Cuentas (Facebook). Obtenido de http://socialmedialideres.com.ve/la-mejor-red-social-empresautm_sourcesocialutm_mediumtwitter_marianaortegautm_campaigntrafico_sml

Redes Sociales Definición e importancia. Obtenido de <http://maria4879.blogspot.com/2013/10/las-redes-sociales-concepto-e.html>

LEYN°30056. (02 de 06 de 2013). Ley N°30056 que modifican la actual Ley Mype. Obtenido

de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Ventas, Definicon y tipos de ventas. Obtenido de <https://www.significados.com/venta/>