



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÀNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE
SULLANA AÑO 2016**

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

AUTORA:

Bach. FRECIA MILUSKA CASTRO ALVA

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÀNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE
SULLANA AÑO 2016**

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

AUTORA:

Bach. FRECIA MILUSKA CASTRO ALVA

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth
Chumacero Ancajima
Miembro

Mgtr Carlos David Ramos Rosas
Asesor

JURADO EVALUADOR

Mgrt. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgrt. Víctor Elio Patiño Niño
Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth
Chumacero Ancajima
Miembro

Mgrt. Carlos David Ramos rosas
Asesor

GRADECIMIENTO

A Dios, por bendecirme por
llegar hasta donde he llegado y
darme la fuerzas para poder
cumplir mis metas.

DEDICATORIA

A mis padres, porque me dan el apoyo necesario para seguir adelante y prosperar como una buena profesional

Abuelos y hermanos ya que me dan los ánimos para seguir adelante.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016, en la que se estableció una metodología cuantitativa – descriptiva, para el recojo de información se empleó una muestra y una población de 21 propietarios, en el cual se manejó la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario, donde se aplicó 20 preguntas y para validar dicho cuestionario se acudió a tres expertos quienes propusieron algunas recomendaciones. En el que se obtuvo los siguientes resultados: que el 100% de microempresarios encuestados manifiesta que para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio. También el 95% de microempresarios encuestados manifiesta que consiguió ganancias en su empresa y un 95% de microempresarios encuestados manifiesta que el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa. Llegando a la conclusión que las fuentes de financiamiento que identifican los propietarios de las ópticas en Sullana son los financiamientos a largo plazo, los créditos hipotecarios, además admiten que el financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio y consideran en abrir nuevos locales, los propietarios de las MYPE para medir los niveles de rentabilidad en su empresa comparan sus ganancias con su capital, el nivel de ventas realizadas en el mes, consideran que es importante invertir activos disponibles e innovar sus productos para mejorar la rentabilidad de su empresa, y sobre todo se sienten satisfechos por las ganancias que vienen obteniendo, además se concluye que los microempresarios tienen preferencia por solicitar préstamos hipotecarios con la finalidad de pagar sus préstamos a largo plazo, y obtuvieron ganancias después de pagar los excedentes de gastos, además consideran que el nivel de ventas les permite medir la rentabilidad de su empresa.

Palabra clave: Financiamiento y Rentabilidad.

ABSTRACT

The present research had as general objective to determine the main characteristics of the financing and the profitability of the optical of the district of Sullana, year 2016, in which a quantitative - descriptive methodology was established, for the collection of information a sample was used and a Population of 21 owners, in which the survey technique was handled using the questionnaire as an instrument, where 20 questions were applied and to validate the questionnaire, three experts were approached who proposed some recommendations. In which the following results were obtained: that 100% of microentrepreneurs surveyed stated that in order to obtain the mortgage loan they asked for the original title of a particular property. Also 95% of microentrepreneurs surveyed stated that they made profits in their company and 95% of microentrepreneurs surveyed stated that the level of sales allows them to measure the profitability of their company. Arriving at the conclusion that the sources of financing that identify the owners of the optics in Sullana are the long-term financing, the mortgage loans, also admit that the financing obtained contributes to the growth of their business and consider opening new premises, the owners Of the MSEs to measure profitability levels in your company compare your profits with your capital, the level of sales made in the month, consider that it is important to invest available assets and innovate their products to improve the profitability of your company, and above all In addition, it is concluded that microentrepreneurs prefer to apply for mortgage loans for the purpose of repaying their long-term loans, and they obtained profits after paying surplus of expenses, in addition they consider that the level of Sales allows you to measure the profitability of your company.

Keyword: Financing and Profitability.

INDICE GENERAL

JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
TABLA DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Bases Teóricas.....	30
III. METODOLOGÍA.....	54
3.1 Diseño de la investigación.....	54
3.2 Población y muestra.....	55
3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	58
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
3.5 Plan de análisis.....	60
3.6 Matriz de Consistencia.....	61
3.7 Principios Éticos.....	62

IV. RESULTADOS	62
4.1 Resultados.....	62
4.2 Análisis de resultados.....	82
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
5.1. Conclusiones.....	92
5.2. Recomendaciones.....	93
Aspectos complementarios.....	93
Referencias bibliográficas.....	96
Anexos.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Financiamiento de su empresa.....	62
Tabla 2: El monto solicitado cubrió las actividades de su negocio.....	63
Tabla 3: Recibió a tiempo el dinero desembolsado.....	64
Tabla 4: Ha incrementado la diversificación de su empresa.....	65
Tabla 5: Con el préstamo solicitado ha mejorado su local adquirió maquinarias y equipos.....	66
Tabla 6: Le solicitan muchos requisitos.....	67
Tabla 7: Evaluaron sus estados financieros.....	68
Tabla 8: El financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio.....	69
Tabla 9: Con el financiamiento considera abrir nuevos locales en Sullana....	70
Tabla 10: Es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera.....	71
Tabla 11: Solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso.....	72
Tabla 12: El crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad.....	73
Tabla 13: La rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento...	74
Tabla 14: Consiguió ganancias, después de pagar los gastos.....	75
Tabla 15: Ha realizado análisis contables.....	76
Tabla 16: Vender productos innovados es una buena estrategia.....	77
Tabla 17: Compara sus ganancias con su capital.....	78
Tabla 18: Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad.....	79

Tabla 19: El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa ...	80
Tabla 20: Es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo.....	81

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1: Financiamiento de su empresa.....	64
Grafico 2: El monto solicitado cubrió las actividades de su negocio.....	65
Grafico 3: Recibió a tiempo el dinero desembolsado.....	66
Grafico 4: Ha incrementado la diversificación de su empresa.....	67
Grafico 5: Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, Adquirió maquinarias y equipos.....	68
Grafico 6: Le solicitan muchos requisitos.....	69
Grafico 7: Evaluaron sus estados financieros.....	70
Grafico 8: El financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio.....	71
Grafico 9: Con el financiamiento considera abrir nuevos locales en Sullana....	72
Grafico 10: Es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera.....	73
Grafico 11: Solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso.....	74
Grafico 12: El crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad.....	75
Grafico 13: La rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento.	76
Grafico 14: Consiguió ganancias, después de pagar los gastos.....	77
Grafico 15: Ha realizado análisis contables.....	78
Grafico 16: Vender productos innovados es una buena estrategia.....	79
Grafico 17: Compara sus ganancias con su capital.....	80
Grafico 18: Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad.....	81
Grafico 19: El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa.	82

Grafico 20: Es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo.....	83
--	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01 Matriz de operacionalización de variables.....	Pág. 58
Cuadro N° 02 Matriz de Consistencia.....	61

I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de microempresas de Sullana presentan limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores y de los escasos activos fijos que poseen, generando una baja productividad, productos de baja calidad, lo que finalmente se traduce en altos niveles de subempleo, informalidad y pobreza para los trabajadores de este sector, afectando a la rentabilidad. Sin embargo, las microempresas muestran ventajas como: capacidad de adaptación, flexibilidad, contacto directo entre el empresario y el cliente; así también entre el empresario y sus trabajadores (Inga, 2006).

Además en los últimos años la economía nacional ha tenido cambios importantes debido a los apoyos y estímulos por parte del gobierno para impulsar a los pequeños negocios del país; que gracias a la unificación de reformas aplicables a la formación y desarrollo de las MYPE, donde las grandes empresas de hoy empezaron como pequeñas empresas ayer. Las Micro y Pequeñas Empresas están formados fundamentalmente por motivos de subsistencia familiar donde se encuentra la pobreza urbana y rural. En ellas, los costos laborales y los requerimientos de la subsistencia familiar prácticamente se identifican. Mientras que las Pequeñas y Medianas Empresas, se forman por racionalidad empresarial (Villarán, 2007).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística Informática [INEI], (2011) la microempresa, representa el 95,2% (1 221 343) del empresariado nacional, la pequeña empresa es el 4,8% (61 171 empresas). Las MYPE con ventas menores a 13 UIT son el

72,6% (938 819 empresas) y en el extremo superior las MYPE con ventas mayores a 1700 UIT representan tan solo el 0.74 por ciento (9 610 empresas). Las MYPE formales por tipo de contribuyente en 2011 fueron: 71.7% persona natural, 12,4% sociedad anónima cerrada, 8.7% empresa individual con responsabilidad (INEI, 2011).

Las MYPES representan el 98,3% del total de empresas existentes en el país (94,4% micro y 3,9% pequeñas). Sin embargo, el 74% de ellas opera en la informalidad. Actualmente las micros y pequeños empresarios peruanos se sienten mucho más seguros, ya que su nivel de confianza para hacer negocios alcanzó su nivel más alto en los últimos seis años. Según SUNAT, del millón de empresas inscritas, 95% son MYPES, el 4% medianas y el 1% grandes. Por lo que se considera que las MYPES son de vital importancia para el crecimiento del Perú, estimándose un aporte al PBI del 42,1% y del 77% a la generación de empleo (Silva, 2011).

En el Perú, las micro y pequeñas empresas han ido cobrando mayor importancia cada año. Aportan el 42% al PBI nacional, albergan al 60% de la población económicamente activa del país, generando fuentes de trabajos formales e informales, y, además, son el principal motor de la actividad comercial en la región Piura (Silupú, 2012).

Por eso en el Perú el número de micro y pequeñas empresas es del 99.6% del total de empresas, pero la realidad generadora de estas micro y pequeñas empresas es limitada, porque no están en competencia internacional. Ante estos problemas el gobierno ha creado un programa especial de apoyo financiero para las micro y pequeñas

empresas, el cual contará inicialmente con 200 millones de recursos en el banco de la nación, pero esto no es suficiente porque sólo van a favorecer a 100 mil micro y pequeñas empresas del Perú de las 1713 ,272 existentes (INEI 2013).

Pese a las dificultades que se les presentan, las MYPE siguen generando una buena parte del empleo y desempeñan un papel fundamental en el desarrollo productivo. El proceso de globalización, ejerce fuertes presiones sobre ellas, pero también les ofrece nuevas formas de organización y estrategias empresariales, como redes empresariales o clusters incorporándolas eficientemente a cadenas de valor agregado, logrando mejor calidad de sus productos y mayor acceso a mercados más competitivos. Estas representan oportunidades de desarrollo al sector que han sido escasamente desarrolladas (Albirena Eyzaguirre, 2014).

Por tanto las MYPE en Perú generan más del 70% de la mano de obra nacional, pero son las más excluidas de la economía; pues, están consideradas como empresas con infraestructura tecnológica deficiente, con una baja productividad y competitividad y, por esa razón, su participación del Producto Bruto Interno (PBI) es menos del 40% y sigue en descenso, pese a que el 99% de las empresas del Perú son MYPES (Sánchez, 2014).

Estas MYPES generan el 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en la región, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, según el informe de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) Pequeñas empresas, grandes brechas para América

Latina y el Caribe, las MYPES genera grandes brechas de trabajo decente y condiciones laborales, y al mismo tiempo es un freno para el crecimiento de la productividad. La necesidad de generar un entorno propicio para que las MYPES mejoren sus condiciones y engrosen el estrato de empresas medianas (Salazar, 2015).

Además las MYPE tienen limitada capacidad financiera, el capital inicial es escaso mayormente se originan en medios sociales bajos, la falta de crédito constituye un cuello de botella para su desarrollo ya que su ahorro familiar es insuficiente, la dificultad del acceso al crédito está asociada con el riesgo que la aprobación del préstamo implica, los montos que solicitan y el basto número de empresas prestatarias hace que los costos administrativos del funcionamiento para este tipo de personas, sean significativamente altos, exigencia de las garantías exageradas, las MYPE, no son atendidas por parte del Estado, en términos de líneas y porcentajes de créditos, uno de los supuestos principales del antiguo paradigma es que ellas, al tener bajos ingresos no pueden pagar los altos costos reales que llevan consigo los pequeños préstamos considerando el objetivo de estos créditos para las personas de bajos ingresos. Por todo ello, los bancos manifiestan poco interés en las MYPE (Camargo, 2011).

Sobre el financiamiento que vienen sufriendo estas MYPE son los obstáculos de acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas; desde el punto de vista de la solicitud se encuentra el elevado costo del crédito la falta de confianza de las entidades financieras, el exceso de la burocracia de los intermediarios financieros y la petición de excesivas garantías y plazos muy cortos y la falta de información para llegar a éste; dadas estas dificultades nuestros micros y pequeños empresarios tienen que recurrir a prestamistas (usureros) y asociaciones de crédito(juntas) (Zambrano 2012).

Otro punto importante es la rentabilidad de las microempresas se triplicó respecto a 2012, ya que paso del 0,42% al 1,49% del año pasado; las pequeñas crecieron un 72% en el mismo periodo de tiempo, al aumentar del 2,12% al 3,65%, mientras que las medianas empresas hicieron lo propio en un 25%, mejorando del 3,74% hasta el 4,69% (García, 2014).

Además la rentabilidad de la empresa tiene que ser por lo menos igual, o mayor si se espera tener una ganancia adecuada. En este contexto surge una primera pregunta: ¿en la situación actual es razonablemente probable que una micro o pequeña empresa pueda tener una rentabilidad igual o mayor al 32%? La primera respuesta es que no parece posible. La rentabilidad promedio de las grandes empresas, salvo algunas excepciones, es inferior a eso. Entonces surge una segunda pregunta ¿cómo es posible que las MYPES puedan asumir esa tasa de interés? La respuesta es: en la mayoría de casos los clientes de estas operaciones se están descapitalizando para poder pagar, es decir que su patrimonio está disminuyendo, sea a nivel de la empresa o de la familia (Quintanilla, 2015).

Es por ello que ante este panorama que constituye en una gran ventana de oportunidades para las microempresas, se podrá determinar a través de esta investigación, hasta qué punto las microempresas ópticas del distrito de Sullana, están preparadas para aprovechar las oportunidades de financiamiento que se les presentan, y si estas oportunidades al ser aprovechadas, influyen de alguna manera en su rentabilidad.

Sullana es una ciudad que está creciendo y está conformada por muchas micros y pequeñas empresas; es por eso que la dirección regional de trabajo y promoción de empleo de la ciudad de Sullana 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, de esta manera las micro y pequeñas empresas ópticas van a brindar trabajo a los pobladores que hay a su alrededor. Por lo tanto, van a satisfacer las necesidades de los usuarios y al público en general (Silva, 2012).

El sector de la óptica ha experimentado en los últimos años un importante crecimiento en cuanto al número de establecimientos. A pesar de ello, la tendencia parece ser ya el estancamiento. Paralelamente, “el volumen de negocio ha crecido a un ritmo muy inferior, por lo que el espacio entre oferta y demanda se ha agrandado hasta un nivel insalvable. Esto ha provocado una búsqueda, en algunos casos desesperada, de rentabilidad del negocio, y es aquí donde han entrado en acción factores como los descuentos desmedidos o la producción de baja calidad, que han terminado por minar en gran medida la confianza del público en un sector que acaba de ser incluido en la ley sanitaria nacional”, “Respecto a las monturas de sol, cerca del 80% son vendidas en locales no autorizados. La solución pasa por una correcta regulación normativa y la buena educación en salud visual del cliente final”. A lo que Cáceres añade: “La venta de gafas de sol y graduadas en un todo a cien o la venta por Internet sin ningún tipo de control son prácticas cada vez más frecuentes” (Rubio, 2013).

Dentro del ámbito externo las Micro y Pequeñas empresas les implica reconocer los aspectos claves del negocio y plantear la gestión en función del entorno que siempre cambia tenemos las siguientes características:

La informalidad se refiere no sólo al incumplimiento de las normas impuestas por las entidades estatales, sino también en el manejo de la empresa. La informalidad afecta a la MYPE realmente dado que las ópticas no están tributando al estado y sus cuotas del producto son más bajas. El Estado peruano se ha dado cuenta del gran aporte que es la MYPE pero por su informalidad, ese aporte no puede verse traducido en un aumento del ingreso real del PBI y en estos últimos años el Perú con la participación activa del Ministerio de Trabajo, de Producción y de Economía más la base de datos de SUNAT; ha desarrollado diversos planes estratégicos para combatir la informalidad facilitando la formalización y esta a su vez el acceso a capacitación, a las compras públicas, a protección en salud y hasta a una pensión de jubilación. Esto no se conoce, por eso es necesaria una campaña de difusión con talleres. Según una base oficial de la SUNAT, al 2010, hay unas 45 458 MYPES formales. Piura ocupa el puesto número cuatro, en cuanto a la participación empresarial a nivel nacional; y, respecto a la participación de las MYPES formales, esta es del 3,8%. El Gobierno Regional de Piura, en una publicación denominada Piura es la cuarta región con más participación empresarial del país, publicada el día 08 de junio del 2015 contenida en <http://www.regionpiura.gob.pe/index.php?pag=17&id=943&per=2015> informan que las MYPE mantienen ocupada a aproximadamente 85.4% de la Población Económicamente Activa (PEA) regional que representan 869,280 personas. Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) juegan un rol muy importante en la economía de nuestra región. A nivel nacional Piura ocupa el cuarto puesto en relación a participación

empresarial después Lima, Arequipa y La Libertad. El Ing. Juan Quezada, director de Micro, Pequeña Empresa y Cooperativas (DIMYPE-C) de la Dirección Regional de Producción (DIREPRO), informó que si bien, las empresas impulsan el desarrollo económico de la región, su crecimiento es muchas veces impedido por la informalidad, dificultad de acceso al financiamiento, uso inadecuado de la tecnología, entre otros; lo cual llevan a una baja producción y productividad, así como a una menor rentabilidad y competitividad evitando muchas veces que salgan al mercado, y Por su parte, el Ing. Juan Herrán, gerente regional de Desarrollo Económico manifestó que el sector de las MYPE es de suma trascendencia para los objetivos nacionales en materia de políticas de empleo, inclusión social, competitividad, generación de riqueza y lucha contra la pobreza; por ello, debemos impulsar su desarrollo de manera articulada, concertada Gobierno Regional, Local, Central y entes privados involucrados en el desarrollo de las mismas.(Sunat,2010).

En lo Político Legal las MYPES adoptan las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPES para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente. El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el

crecimiento económico con empleo sostenible. El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión. Buscando impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Consolidando establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y medianas empresas de la siguiente manera, conforme se demuestra en la imagen: Fuente: Por: Edwin Escalante Ramos, de Mi Empresa Propia, contenido en la URL: <http://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Dentro del ámbito Económico, El limitado crecimiento de la economía peruana muestra a la micro y pequeña empresa (MYPES) como su lado más vulnerable, más aún castigada con la drástica contracción de sus exportaciones, en especial de los productos tradicionales. Por ello se considera en la presente investigación al economista Lindón Vela, de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, quien estima que 82 por ciento de las 648.147 MYPES formales peruanas se ubican en el sector terciario de la economía, 49,6 por ciento dedicadas a actividades comerciales y 33,3 por ciento a servicios. El 11 por ciento de estas empresas se dedican a actividades en manufactura, 2,9 por ciento a la actividad agropecuaria y 2,5 por ciento a la construcción. Las microempresas que se dedican a la pesca, minería e hidrocarburos representan 0,7 por ciento. El estudio de Lindón Vela también señala que 53 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada corresponde a la microempresa, y 7 por ciento a la pequeña empresa. En el 2005, cuando comenzó el crecimiento sostenido de la economía, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) registró 648.147 MYPES, las cuales

representaban 98 por ciento del universo empresarial peruano compuesto por un total de 659.046 empresas formales.(Sunat,2010).

En el factores socio-culturales intervienen en el desarrollo de la cognición se refiere a su tratamiento global y unilateral en relación con los factores individuales. Particularmente, el problema se manifiesta cuando no se distingue el factor de las interacciones sociales del factor de la transmisión cultural. Además se incluye las pautas culturales dominantes, el nivel educativo, la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, la movilidad; el nivel de formación general y específica; los sistemas de valores y creencias, las normas de conducta que influyen en la demanda de ciertos sectores. Los valores ecológicos son otro aspecto de importancia creciente, reflejo del nivel de desarrollo y de educación de la sociedad actual. Respetar las condiciones físico-ambientales, bioclimáticas, los recursos naturales en general, es hoy fundamental para gran número de actividades y empresas. Los estilos de vida, gustos, costumbres y comportamientos distintos a los del resto. La forma de dirigir a los subordinados o de comercializar los productos. La tasa de analfabetismo según la UNESCO, el nivel de iletrados en Perú llega a los dos millones 211 mil personas aproximadamente, es decir, un 12,3% de la población, de los cuales el 74,1% son mujeres (UNESCO, 2011). Este fenómeno muy generalizado en nuestro país, trae consigo pobreza y exclusión. En realidad esta situación es típica de Latinoamérica. Existe una arraigada cultura sobre el compadrazgo y las relaciones familiares, lo que a su vez se refleja al sector empresarial, en mayor medida en el sector de la pequeña y microempresa. (Dongo, 2009).

Respecto a la tecnología se puede decir que en el Perú, el promedio de edad de las MYPE es de siete años y solo el 21% tiene una página web, no existe un mayor uso de las herramientas de tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de las micro y pequeñas empresas (MYPES) peruanas, con lo cual les ayudaría a reducir sus costos administrativos, promover y mejorar sus productos y/o servicios, señaló hoy el especialista de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Eduardo Rocca. De otro lado el reportaje precisa que según el informe MIPYME Perú 2013, elaborado por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), más del 60% de las MYPES peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no usan las herramientas de la TIC, tales como correo electrónico, páginas web, ventas por Internet, uso de banca electrónica, Intranet corporativa, redes sociales, entre otros. (Diario Gestión, 2014). Sin embargo es preciso retomar A Las Tecnologías de la Información y la Comunicación ya que han transformado y vienen facilitado el mundo comercial de las PYMES, las TIC se han convertido en un elemento clave para hacer que las ventas incrementen y sea más productivo agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando productos en el mercado. Estos servicios TIC agilizan el acceso a la información, la comunicación con los clientes y proveedores, la promoción de servicios y la imagen de marca, constituyéndose en el mercado como ventaja competitiva refiriéndose al uso de la información para adquirir peso en el mercado. Fuente TICs en las MYPES - MicroGiova contenido en la URL: <https://sites.google.com/site/.../tics-en-pequenas-y-medianas-empresas>. (Rocca, 2013)

Los ámbitos financiero (crédito y seguros) y tecnológico (telefonía móvil, Internet, entre otros) la oferta de soluciones para los negocios de la MYPES es diversa y

accesible (aunque todavía costosa). Las MYPES se benefician con la apertura de mercados gracias a los acuerdos comerciales internacionales, Tratados de Libres Comercio, suscritos por Perú lo que ha permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser en las MYPE uno de los pilares de su crecimiento económico, generando empleos y constituyéndose en la base empresarial más importante del país. De otro lado en lo que respecta el sistema financiero, las MYPE recurren mayor mente a las Cajas Municipales por dos razones fundamentales: a) el valor del dinero es más barato- bajos interés, y b) la pronta accesibilidad a los créditos. Así mismo el estado promueve el acceso de las MYPES al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. El Estado promueve y garantiza el fortalecimiento de las instituciones de micro finanzas supervisadas por la SBS. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPES y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.

En el ámbito interno los microempresarios de las MYPES no evalúa lo suficientemente los aspectos claves de su negocio es por ello que en la presente investigación se recurre a Fernando Cilloniz Benavides, en su texto denominado GERENCIANDO UNA MYPE, de Pro inversión. Por considerar de vital importancia los factores internos que menciona en su obra acotada: siendo el primer factor La estructura de una empresa es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. En la pequeña empresa la estructura se suele adaptar a las características de los individuos que la componen, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio. Cada MYPE deberá determinar el tipo de estructura que

le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y objetivos. Esta estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de la MYPE en el tiempo. El diseño de una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en: • Asignar a cada empleado tareas individuales. • Establecer o definir las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas establecidas. Según (Barragán, 2002) existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial (Barragán, 2002).

En segundo orden se tiene el factor de Organigramas y manuales de organización, siendo estos los dos principales elementos que constituyen la base de una buena organización empresarial. La ley no exige tenerlos pero nos ayudarán de mucho para definir las funciones y responsabilidades de cada integrante de la empresa. Los organigramas son las presentaciones gráficas de la estructura de una empresa. Su finalidad es representar claramente las áreas de responsabilidad y los niveles jerárquicos que conforman la empresa. Los manuales de organización, a su vez, tienen por objeto indicar por escrito lo que se espera de cada empleado en materia de tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones e interrelación con los clientes y proveedores. Muchas empresas carecen de manual de procedimientos y funciones o no lo emplean de manera adecuada. Otras tantas tampoco disponen de requisitos mínimos exigidos a los diferentes cargos para el cumplimiento de sus funciones, como la experiencia, el grado de formación, las características personales, la especialidad, entre otros. En las empresas familiares, modalidad más común entre el micro y pequeñas

empresas, el número de jefes es relativamente bajo. Sin embargo, su consolidación, el crecimiento del nivel de ventas, el aumento del número de clientes y proveedores y el incremento de la cantidad de trabajadores obligan a establecer una estructura organizativa que se ajuste a las nuevas condiciones (Barragán, 2002).

El tercer factor se considera la Gerencia del recurso humano en una MYPE, en lo cual prima la planeación respecto a los recursos humanos es la actividad para identificar las necesidades actuales y futuras de recursos humanos de la MYPE, su incremento y capacitación, así como el bienestar de quienes laboran en una empresa, la compensación y capacitación de los *RR HH son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento de las MYPES y más aún si se tiene en cuenta que en una pequeña empresa u organización los recursos humanos representan por lo general el mayor componente de los costos totales de operación y la compensación es la retribución monetaria y no monetaria por un determinado trabajo, por tanto la remuneración puede ser directa (salario base, bonos e incentivos) o indirecta (vacaciones, servicios y otras prestaciones de la empresa) (Villanueva, 2009).

Como penúltimo factor se considera la Capacitación, asistencia técnica y motivación del personal Son pocas las actividades o recursos que destina la empresa para mantener a los trabajadores motivados, a pesar de que siempre se ha dicho que el capital humano es el recurso más importante que tiene una organización, más aun cuando se encuentra en un franco crecimiento. Es necesario que las empresas inviertan en mejorar la motivación del capital humano. La mejor metodología para capacitar a los empleados es la de «aprender haciendo». Esto supone introducir el aprendizaje por error o por experiencia, sea esta última la propia o la de otros. Esta metodología admite que

se cometan errores y se desarrollen experiencias que no solo nos permiten aprender de ellas sino también identificar actitudes, pensamientos y formas de comportamiento. a) La capacitación en una MYPE La capacitación puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador. Se refiere por lo general al entrenamiento ofrecido por la empresa que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por tanto, reporta también una mayor utilidad a la empresa. Se tiene así, por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros. La capacitación de su personal es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exigen un aprendizaje continuo (Barragán, 2002).

El quinto y último factor es la Estrategia y planeamiento de una MYPE, el término estrategia se ha convertido hoy en una herramienta imprescindible de la actividad gerencial. La mayor parte de la bibliografía define estrategia como «Planeamiento de los dirigentes para obtener resultados coherentes con la gestión y los objetivos de la organización». La empresa y su entorno Para definir la estrategia es necesario conocer tanto a la empresa como el entorno que la rodea (Barragán, 2002).

Estas ópticas en el distrito de Sullana se basa en mejorar las deficiencias oculares de las personas, a través del servicio de toma de medida de la vista, elaboración de anteojos, lentes de contacto, así como la venta de lentes adecuados para protegerse del sol, los propietarios cuenta que cada vez hay más, la gente suele presentar problemas con su visión, en concreto, la población envejece a la vez que un uso

masificado de las pantallas (ordenadores, móviles, tabletas) hace que necesitemos corregir nuestra vista cada más jóvenes. Y esto hace que la demanda por los servicios ópticos aumenten y a la misma vez, que el número de ópticas crezca. Pero la clave está en enfocarte en un segmento de mercado y brindar servicios y productos de calidad. Además manifiestan que la competencia de ópticas es alta, y para seguir en el mercado tienen que innovar y diversificar su stock de monturas, lentes de sol, así como vender fundas, líquidos limpiadores, etc. Y estar siempre sin dejar de descuidar la salud visual de tus clientes, su objetivo de la óptica es y debe ser, ayudar a resolver los problemas de visión de las personas que acuden a su local. Y pese a las dificultades actuales, el sector sigue teniendo mucho potencial, principalmente porque se basa en una evolución demográfica y social muy favorable.

En el distrito de Sullana donde se desarrollara el presente estudio, existen varios locales de negocios o pequeñas establecimientos conocidos como MYPES destinados a elaborar las monturas de lentes; pero estas MYPE cuentan con acceso limitado a las fuentes de financiamiento por ser empresas pequeñas y con ventas bajas, por ello se formula el epígrafe del problema del trabajo de investigación es el siguiente ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016?. Para dar respuesta a esta interrogante se planteó el siguiente objetivo general: determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

Así también para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son: (a) describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016; (b) identificar las fuentes

de financiamiento relacionadas a las ópticas del distrito de Sullana, año 2016; (c) determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016; (d) describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

Por lo tanto el trabajo de investigación, se justifica desde el punto de vista práctico porque acceder aplicar la realidad acerca de las características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas en el distrito de Sullana, departamento de Piura, consiguiendo así, que la investigación sea útil para el fortalecimiento y empuje de seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector mucho más formal. Del mismo modo esto beneficia también al desarrollo económico y social del Distrito, permitiéndole crecer en el sector micro empresarial, tomando acciones proactivas y emprendedoras con un mejor criterio, buscando siempre lo mejor para las MYPES.

Además, esta investigación se justifica de forma teórica para el incremento sobre el conocimiento, el problema del financiamiento y la baja rentabilidad que son las dificultades que enfrentan las MYPE por lo que el presente estudio va a permitir a los diferentes agentes conocer el comportamiento de estas variables en este sector de MYPE del distrito de Sullana que se encuentran en el negocio de las ópticas, les va a ser útil disponer de información que les facilite la penetración a este mercado que sirve de utilidad para otras investigaciones.

Por otro lado, la investigación sirve como un aporte profesional y formación inicial para futuros emprendedores basada en una referencia, y sobre todo como

antecedente para investigaciones posteriores relacionadas al tema desarrollado, contribuyendo de esta manera en la formación de profesionales de nuestra institución como de las de afuera, generando una actitud de mejora en la investigación que conlleve a los estudiantes a, buscar, analizar y evaluar la información necesaria; ampliando su gusto e interés por la investigación.

Cabe indicar que será un aporte profesional como estudiantes y futuros profesionales, el realizar este tipo de investigaciones nos permite involucrarnos a fondo en ello, ampliando no sólo nuestros conocimientos, sino desarrollar nuestras habilidades, generando actitudes positivas hacia la investigación; que a la larga nos servirá en nuestro desarrollo como profesionales ya formados.

La metodología que se utiliza en esta investigación es de tipo descriptiva por que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente, su meta es la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos variables. En el caso de la investigación es las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPE ópticas, distrito de Sullana, año 2016, además se utilizara la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario con el cual se recolectara los datos.

En el que se obtuvo los siguientes resultados: que el 100% de microempresarios encuestados manifiesta que para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio. También el 95% de

microempresarios encuestados manifiesta que consiguió ganancias en su empresa y un 95% de microempresarios encuestados manifiesta que el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa. Llegando a la conclusión que las fuentes de financiamiento que identifican los propietarios de las ópticas en Sullana son los financiamientos a largo plazo, los créditos hipotecarios, además admiten que el financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio y consideran en abrir nuevos locales, los propietarios de las MYPE para medir los niveles de rentabilidad en su empresa comparan sus ganancias con su capital, el nivel de ventas realizadas en el mes, consideran que es importante invertir activos disponibles e innovar sus productos para mejorar la rentabilidad de su empresa, y sobre todo se sienten satisfechos por las ganancias que vienen obteniendo,

La investigación se divide en tres partes:

- En la primera parte se describe la revisión de la literatura que consta los antecedentes de la investigación y las bases teóricas.
- En la segunda parte se desarrolla la metodología donde está el modelo y enfoque del trabajo de investigación como es el diseño, universo y muestra y el plan de análisis.
- En la tercera parte se desarrolla los resultados de la investigación, el análisis de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones, además se incluye las referencias bibliográficas y anexos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Financiamiento

2.1.1.1. Nivel Internacional

– Rutty (2007) en su investigación sobre “Evaluación de impacto en la capacitación de recursos humanos” en Buenos Aires en el 2007, para optar el título de doctor en ciencias económicas en la universidad de Buenos Aires. Llegando a la conclusión que el análisis de las características estructurales y de las prácticas de evaluación aparece como un dato importante para explicar en alguna medida la ocurrencia de la evaluación de impacto. Es lógico pensar que un ambiente predispuesto estructuralmente y culturalmente para la evaluación en general, da lugar más fácilmente al ejercicio de estas técnicas. Y pareciera que es a partir de su aplicación y la generación beneficios para las organizaciones, que las personas pueden ir construyendo un sentido distinto para la evaluación. Se requiere entonces, por un lado, un alto grado de institucionalización, donde la evaluación sea practicada de forma no rutinaria para que la construcción de sentido opere en la dirección deseada. Por otro lado, para asegurar buenos resultados se precisa pertinencia, viabilidad y rigor metodológico de los abordajes empleados, en atención a las características de la enseñanza y las variables de contexto. En el capítulo siguiente se explora la forma de trabajo de cada uno de los casos explorando con mayor profundidad sus enfoques metodológicos.

– García y Lozada, (2015) en su tesis de investigación denominada “Análisis de las características de las pymes del sector industrial localizadas en la zona 5 en el Cantón el Triunfo desde junio 2014 a junio 2015”, para optar el título de Administrador de empresas en la Universidad Estatal el Milagro UNEMI, Ecuador. El objetivo primordial de este trabajo investigativo es determinar las características de las PYMES del sector industrial localizadas en la Zona 5 en el cantón El Triunfo. Llegando a la conclusión que las principales características así como los problemas que afrontan estas empresas en crecimiento además de darnos cuenta que uno de sus inconvenientes es la falta de información ya que no cuentan con entes controladores que les obliguen a llevar sus registros. Para ello se utilizara métodos y técnicas de investigación, con la finalidad de conocer y proporcionar una serie datos, que mediante encuestas y entrevistas a realizarse podremos apreciar la evolución que ha tenido las pymes en nuestro país y en el sector industrial del cantón El Triunfo. La metodología a emplear será de tipo estratégico, lo que provoca alto grado de innovación y a su vez brindar pautas que ayuden al crecimiento de las pymes, obteniendo un sinnúmero de beneficios. Es importante analizar esta problemática porque de esta manera podremos darnos cuenta de la afectación hacia el entorno; al no conocer la respectiva caracterización; por lo tanto, nos enfocaremos en la misma. Según los resultados que obtuvimos nos podemos dar cuenta que casi la totalidad de las pymes en este sector industrial no son del todo rentables debido a que no tienen conocimientos sobre las características en cuanto a la tecnología, personal, la innovación de sus procesos, además de no contar con planes de mejora.

2.1.1.2.Nivel Nacional

– Guibovich (2013) en su investigación denominada “Financiamiento y capacitación de micro y pequeñas empresas de pollerías, Av. Aviación, San Borja, Lima, 2013”, de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote tuvo por objetivo determinar las principales características del financiamiento y la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector Servicio rubro pollería, de la Av. Aviación, cuadra 24 - 36, Distrito de San Borja, Lima, 2013. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y de diseño No experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 7 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo las siguientes conclusiones: El 71,4% de los representantes tienen edad de 31 a 50 años. El 100% son de género Masculino. El 71,4% tienen grado de instrucción superior no universitario. El 85,7% de las MYPE tienen de 6 años a más de permanencia en el mercado. El 100% tienen de 6 a 10 trabajadores. El 85,7% no han solicitado un crédito. El 85,7% no solicitó dinero en ninguna entidad bancaria. El 85,7% no recibió ningún monto debido a que no solicito crédito. El 85,7% debido a que no solicitaron ningún crédito no utilizaron. El 85,7% no pagaron ninguna tasa de interés debido a que no solicitaron ningún crédito. El 85,7% de las MYPE debido a que no solicitaron ningún crédito estos no lograron desarrollarse por el financiamiento. El 100% recibieron capacitación antes de crear su MYPE. El 100% se capacitaron para mejorar el manejo de su MYPE. El 100% sí capacitó a su personal. El 100% se capacitó en atención al cliente. El 100% según su punto de vista la capacitación mejoró la rentabilidad de su empresa.

– Quintana (2016) en su investigación denominada “Caracterización del financiamiento en las MYPES del sector servicios, rubro carpintería, del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2012-2013”, de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote tuvo por objetivo general describir las principales características del financiamiento de las MYPES del sector servicios. La investigación fue no experimental, transversal, descriptiva y cuantitativa. Para llevarla a cabo, se escogió como muestra 12 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas estructurado mediante la técnica de la encuesta. Se obtuvieron las siguientes conclusiones: Respecto a los propietarios: el 58 % de los empresarios encuestados son casados, el 42 % manifestó que se encuentra entre los 45 y 50 años; además, el 83 % manifestó tener estudios superiores; respecto a las características de las MYPES: un 58 % de los empresarios encuestados manifestó tener dos trabajadores y el 75 % manifestó tener de 3 a 4 años de permanencia, respecto al financiamiento de las MYPES: El 67 % de empresarios encuestados manifestaron que habían solicitado crédito a entidades financieras para iniciar su negocio. El 67 % obtuvo financiamiento mediante los bancos; el 50 % dijo que había solicitado de 5 000 a 10 000 nuevos soles como monto a financiar; el 83 % usó dicho crédito como capital de trabajo; donde se concluye que en el sector servicios, rubro carpintería, falta más inversión financiera por parte de microempresarios a entidades financieras.

2.1.1.3. Nivel Regional

– Vegas (2012) en su investigación denominada “Análisis del financiamiento para las Pyme en la Región Piura (Perú)” de la Universidad Internacional de Andalucía ; cuyo objetivo principal fue a dar a conocer a los

microempresarios de las MYPES a donde financiarse; como también darles a conocer que instituciones y programas les puedan apoyar y asesorar para iniciar su negocio, llegando a la siguientes conclusiones el estudio nos dice que el país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación plantea grandes retos a los países y a las MYPES en cuanto a diversos temas como la generación de empleos, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitiría que en un periodo de 15 años podamos reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Ello quiere decir que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a la MYPE como componente clave, las CMACS se han constituido en las principales instituciones financieras de provincias superando a los principales bancos nacionales, debido a que han aprendido a convivir con la informalidad y han crecido con sus clientes, además en la región Piura participan instituciones bancarias y no bancarias que otorgan crédito a las MYPE, constituyendo un sector dinámico y competitivo, lo que ocasiona beneficio a los usuarios.

– Rodríguez (2015) en su tesis de investigación denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro ópticas de la ciudad de Huaraz 2014” de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, su objetivo de su trabajo de investigación fue determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro ópticas de la ciudad de Huaraz 2014. La investigación fue cuantitativo-descriptiva. Para su realización se escogió una muestra dirigida de 10 MYPE de una población de 10 del

sector servicio y rubro mencionado; donde se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Las principales conclusiones encontradas fueron datos generales del representante de la empresa, La edad promedio de los dueños y/o R. Legal es de 45 años. Podemos decir el 100% son dueños donde el 90% son masculino y un 10% femenino. Datos de la empresa, El 50% de las MYPE tienen una antigüedad de 5 años a más en la actividad. El 20% de las MYPE tienen de 4 a más trabajadores y el objetivo principal es tener más ganancias en un 100%. Llegando a la conclusión que el financiamiento, el tipo de financiamiento para el capital es de un 40% propio, así como también en un 40% de entidades financieras. El 60% solicitan crédito y el 70% si recibieron crédito y así como el 80% de los no están de acuerdo con la tasa de interés, El 70% invirtieron en la compra de mercaderías y el 30% restante en compra de activos. la capacitación, El 70% de las MYPE sustentan que los trabajadores no se capacitan, El 60% piensa que no es una inversión la capacitación y el 70% piensa que no mejora el rendimiento de los trabajadores. La rentabilidad, El 100% se observa que rentabilidad es el incremento de ganancias. El 60% de las MYPE percibieron que ha mejorado la rentabilidad en los dos últimos años. Y el 90% que con el financiamiento obtenido ha mejora la rentabilidad de la empresa.

2.1.1.4. Nivel Local

– Vásquez (2015) en su investigación denominada “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro construcción del distrito Sullana, 2015” de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio–

rubro construcción del distrito de Sullana, 2015. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 40 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo las siguientes conclusiones el 62.5% tienen de 31 – 70, el 62.5% son de sexo masculino, el 82.5% son casados; Respecto a la MYPE: el 80.5% tienen más de tres años desarrollando la actividad empresarial, el 67.5% iniciaron con capital propio; Respecto al financiamiento: el 62.5% de las MYPE encuestadas obtienen financiamiento de los bancos y el 100% lo usaron como capital de trabajo; Respecto a la rentabilidad: el 100% de las MYPE encuestadas considera que su rentabilidad ha mejorado, el 100% ve reflejada su rentabilidad en el incremento de sus activos, el 50% considera que el factor determinante de la rentabilidad es la buena administración. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las MYPE obtiene financiamiento y su rentabilidad ha mejorado.

2.1.2. Rentabilidad

2.1.2.1. Nivel Internacional

– Rivera (2007) en su tesis de investigación denominado “Estructura Financiera y Factores Determinantes de la Estructura de Capital de las PYMES del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2000-2004”, para obtener el título de Contador Público en la Universidad del Valle, Colombia, su objetivo general: conocer la estructura financiera y los factores determinantes para la estructura de capital en las PYMES del sector de confecciones localizadas en Valle del Cauca (Colombia). Llegando a la conclusión como marco de referencia, se utilizan los principales aportes de las teorías sobre la estructura de capital y las evidencias empíricas, y como metodología, el análisis económico financiero y el empleo de un

modelo econométrico de datos de panel para el período 2000-2004. Se encuentra una alta y creciente concentración del endeudamiento a corto plazo, especialmente con entidades financieras y proveedores, aunque con algunas diferencias en la financiación de la pequeña y mediana empresa. También se aprecia que la oportunidad de crecimiento, la retención de utilidades, el costo de la deuda, la rentabilidad, la edad y la protección fiscal diferente a la deuda son los factores más influyentes al momento de tomar la decisión de endeudarse a largo plazo. Esos hallazgos impulsan a la indagación detallada de cada uno de los factores pertinentes de la estructura de capital.

2.1.2.2. Nivel Nacional

– Balcázar (2014) en su investigación titulada “El Financiamiento y la Rentabilidad del Crédito Bancario en las MYPES”, ULADECH, cuyo objetivo general fue describir las características del financiamiento y la rentabilidad del crédito bancario en las MYPES del sector comercio, con venta de insumos agrícolas, en la provincia de Casma, periodo 2011. La investigación fue cuantitativa y descriptiva. Para su realización se escogió una muestra de 11 MYPES de un total de población 16 MYPES del sector comercio con venta de insumos agrícolas. Se aplicó técnica de encuesta. A quienes se llegó realizar la encuesta obteniendo las siguientes conclusiones: Respecto a datos del representante legal: Los Dueños o representantes legales de las MYPES son de edad promedio de 44 años. Respecto a los datos del perfil de las empresas: El 64% de los encuestados manifiesta que su antigüedad de la empresa es más de 3 años y mientras que el 27% es de 3 años. Llegando a las siguientes conclusiones respecto al financiamiento: El 73% MYPES acuden para dar solución a sus problemas financieros a cajas municipales y 27% a bancos. En conclusión Las

MYPE para mantenerse en el mercado recurren a créditos bancarios a fin de cubrir sus necesidades de capital de trabajo con el propósito de ser competitivos. Con respecto a la rentabilidad: El 100% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas. El 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí mejoró en los dos últimos años.

2.1.2.3. Nivel Regional

– Farfán (2013) en su investigación denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro abarrotes del distrito de Piura”. En la ULADECH, su objetivo general fue determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro abarrotes del distrito de Piura, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, Diseño no experimental. Se utilizó métodos estadísticos, para el recojo de la información, se eligió una muestra de 20 MYPES quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 40 preguntas, usando la técnica de la encuesta. Del 1005 de los encuestados un 25% son mayores de 20, el 40% mayor de 40 y el 35% tienen 60 años a más, es lo que refiere el grado de instrucción 40% tiene estudios secundarios, el 20% ha realizado estudios en la universidad y el 15% no terminó la universidad. Llegando a las siguientes conclusiones de los encuestados manifiestan un 40% su capital es propio, 50% de entidades financieras y el 10% son de otras personas; el 65% invirtieron en mercadería, el 20% compró activos fijos, el 10% utilizó en hacer mantenimiento al local y 5% programas de capacitación.

2.1.2.4. Nivel Local

– Céspedes (2014) en su tesis de investigación denominada “Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las medianas y pequeñas empresas sobre artículos de ferretería y de electricidad de la provincia Sullana en el período 2014” tuvo por objetivo general describir las características resaltantes del financiamiento, y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas al comercio de artículos de ferretería y electricidad de la provincia de Sullana. La investigación es descriptiva y para la realización se escogió una muestra de 24 MYPE de una población de 100 empresas del rubro mencionado, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo las siguientes conclusiones Respecto a los Empresarios: Del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 75% son adultos, el 25% se refiere a población encuestada menor a 18 años, pero que mantienen un cargo en las MYPES, el 50% son del sexo masculino y el 50% del sexo femenino. El 100% de los encuestados tienen estudios superiores universitarios, además se resalta que el 50% son convivientes y el 50% restante son de estado civil solteros. Respecto a las características de las MYPE; el 90% están en el rubro de ferretería y electricidad hace más de 3 años, el 10% restante tiene antigüedad laboral menor a los 3 años. Del total de las MYPES encuestadas el 75% no tienen ningún trabajador permanente, solo el 25% si lo posee, por otro lado el 92% no tiene ningún trabajador a medio tiempo y el 8% cuenta con trabajadores part – time (4 horas diarias) por último el 96% fueron creadas con el propósito de obtener ganancias y el 4% fueron creadas por subsistencia. Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento sus MYPES tienen las siguientes características: el 75% recibieron créditos financieros de terceros para su negocio

(siendo el 75% del Sistema Bancario-Financiero) y el 25% prefirió trabajar con usureros durante el periodo en mención. El 50% indicaron que solicitaron crédito dos veces al año y el 50% restante se fragmenta de la siguiente manera: 30% solicitó una vez crédito y el 20% no solicitó crédito. Es necesario mencionar que el 78% solicitó créditos a corto plazo, el 11% a largo plazo y el 11% no precisa. El 78% invirtió en capital de trabajo y el 22% en mejora de local.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Ópticas

2.2.1.1. Definición de Ópticas

También hace referencia a todo lo que está vinculado a la visión. Una óptica puede ser una tienda dedicada a vender productos como anteojos, sean de aumento o de sol, o una persona que cuenta con un título que lo habilita para desempeñarse en este sector. La óptica es, por otra parte, la técnica para fabricar lentes y otros dispositivos que permiten que la gente con afecciones tales como el astigmatismo o la miopía vea mejor (Pérez y Gardey, 2009).

2.2.1.2. Tipos de ópticas

Dentro de las más comerciales, se encuentran las siguientes, cada una permite ver sus características propias:

- Unidad lectora/escritora de discos LS-120

- Unidad lectora de CD-ROM
- Unidad grabadora de CD-ROM (quemador interno)
- Unidad Combo CD-RW/DVD (quemador/lector interno)
- Unidad lectora de DVD-ROM
- Unidad grabadora de DVD-ROM interna (quemador interno)
- Disquetes
- Almacenamiento electrónico - digital
- Almacenamiento mecánico
- Almacenamiento magnético
- Unidad grabadora de DVD-ROM externa (quemador externo)
- Unidad lectora de HD-DVD
- Unidad lectora de Blu-ray Disc
- Unidad grabadora de Blu-ray Disc (quemador interno)
- Unidad externa basada en Case 5.25"

Bio-deterioro de discos ópticos: De acuerdo a estudios realizados, principalmente por el científico español Javier García-Guinea, existe un hongo (*Geotricum*) que se descubrió habitando en un lote de discos compactos (CD) procedentes de Belice, el cual tiene la capacidad de alimentarse del plástico de los dispositivos de almacenamiento e incluso del Aluminio que contienen los discos, por lo que se genera un problema de que se vuelve inservible al momento de intentar ser leído por la unidades. Según los expertos, este es un hongo que ataca ciertas sustancias orgánicas, sin embargo en condiciones especiales de humedad y calor, puede atacar al plástico, algo que en términos ambientales es positivo ya que es un caso documentado de organismos que

pueden destruir productos sintéticos, pero negativo en el ámbito de la Informática ya que la pérdida de información puede ser irreparable.

2.2.2. Micro y Pequeña empresa

2.2.2.1. Conceptualización de las MYPE

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de empresa o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios y cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las MYPE, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas (Castillo, 2016).

Para ser más exacto, según la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 30056), una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en las empresas (Regalado, 2009).

Según (Regalado, 2009) las MYPES son un importante centro de atención para la economía, que busca responder a muchas necesidades insatisfechas de los sectores más

pobres de la población, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local.

2.2.2.2. Características de las MYPES

Las características de las MYPE según Lozano, (2013) de acuerdo a estudios realizados por Produce, las MYPES tienen las siguientes características:

- 72% de MYPES son personas naturales
- 73% de MYPES vende menos de 6.5 UIT (S/.24,050)
- 88% emplea menos de 5 personas.
- 84.3% desarrollan actividades de servicios y comercio

Además, según estudios especializados, un 30% de las MYPES que se generan se extinguen en un primer año, mientras que un 80% desaparece en cinco años.

Así también diversos autores destacan que hay elementos característicos exitosos de las MYPES y lo destaca de esta forma la investigación que realizó, Pro Inversión (2010):

- Poseen una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica que están enfocados en el mercado y, dado su tamaño, tienen flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente.

- Tienen la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impida continuar con la normalidad.
- Destaca su creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permite diseñar soluciones de negocios que corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos.
- Llevan un trabajo duro y persistente, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas.
- Buscan apoyo de grupos de referencia, especialmente de familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio.

2.2.2.3. Clasificación de las MYPE

Las MYPES se clasifican según la propiedad, tamaño, empresa con las cuales se miden, por consiguiente (Mejía, 2013), manifiesta que son los siguientes:

a) Según la propiedad:

- **Empresa privada:** Organizada y controlada por propietarios particulares cuya finalidad es lucrativa y mercantil.
- **Empresa pública:** Controlada por el Estado u otra corporación de derecho público cuya finalidad es el bien público.
- **Empresa mixta:** Intervienen el Estado y particulares.
- **Empresas de propiedad social:** Cuyos propietarios son los trabajadores de las mismas el fondo de éstas van al fondo nacional de propiedad social, reciben apoyo de la corporación financiera de desarrollo.

- **Cooperativas:** Formada por aportaciones de los socios cooperativistas, su función es similar al de las Sociedades Anónimas.

b) Según el tamaño de la Empresa:

- **La micro empresa:** Sus dueños laboran en la misma, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados) el valor total de las ventas no excede de las 12 UIT.
- **La pequeña empresa:** El propietario no necesariamente trabaja en la empresa, el número de trabajadores no excede de 20 personas, el valor total anual de las ventas no excede de las 25 UIT.
- **La mediana empresa:** Número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **La gran empresa:** Su número de trabajadores excede a 100 personas.

c) Según el aspecto jurídico:

- **Empresa Individual:** Pertenecen a una persona y ésta la organiza (boticas, panaderías, ferreterías) legalmente toman el nombre de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- **Sociedades mercantiles:** Conjuntos de personas jurídicas que aceptan poner en común sus valores, bienes o servicios con fin lucrativo.
- **Sociedad colectiva:** Sus propietarios son socios colectivos teniendo responsabilidad limitada y solidaria, el nombre de la empresa se integra con el nombre de todos los socios agregándose la expresión Sociedad Colectivas o las siglas "S.C.", ningún socio puede transmitir su participación en la sociedad sin el consentimiento de los demás.

- **Sociedad Colectivo:** Aportan capital y trabajo, tienen responsabilidad ilimitada y solidaria, se llaman también industriales. Son los que administran la sociedad.
- **Sociedad Comanditarios:** Aportan capital, tienen responsabilidad limitada, se llaman también capitalistas; el nombre de la empresa se integra con el nombre de todos los socios colectivos o de alguno de ellos agregándose la expresión Sociedad en Comandita o "S. en C."

Sociedad en comandita: Dos tipos de socios:

Sociedad Comercial de responsabilidad limitada: Los socios aportan el capital por igual, deciden y reciben utilidades de acuerdo al porcentaje del capital que poseen; el número de socios pueden ser de 2 hasta 20. Tienen responsabilidad limitada; el nombre de la empresa va acompañado de la sigla Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada o su abreviatura "S.R.L."

Sociedades Civiles: Se constituye para un fin común de carácter económico mediante el ejercicio personal de una profesión u oficio, pericia, práctica, etc. Los socios no exceden de 30, el nombre se integra con el nombre de uno o más socios y con la indicación Sociedad Civil o su abreviatura "S. Civil"

- Sociedad Anónima cerrada
- Sociedad Anónima abierta.

Sociedad Anónima: Está representada por acciones (títulos valores que representan una parte alícuota), los socios pueden ser dos, no existe un número máximo de acciones ni de socios por lo cual puede alcanzar grandes dimensiones en su capital.

2.2.3. Financiamiento

2.2.3.1. Concepto de Financiamiento

El financiamiento son recursos monetarios que sirven para una determinada actividad, es dinero que llega a la mano de los empresarios o el gobierno con la finalidad de mejorar su empresa, además existen diferentes fuentes de financiamiento que pueden ser internas o externas a un determinado tiempo con su respectiva tasa de interés.

Según Gitman, (2010) es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto académico. La principal particularidad es que generalmente estos recursos financieros son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante un organismo financiero internacional para poder hacer frente ante un déficit presupuestario grave. Sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el “precio del dinero en el mercado financiero”. En términos generales, la tasa de interés (expresada en términos de porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. Otra característica es el plazo ofrecido para la cancelación del financiamiento y las garantías para avalar los financiamientos que van determinados de acuerdo a cada ente crediticio que lo ofrece, porque establecen el plazo de cancelación y las garantías exigidas según la fuente de financiamiento a utilizar.

Seguando a Gitman normalmente las empresas cuentan en su mayoría con fuentes de financiamiento tradicionales, entre las que se encuentran principalmente la banca comercial. Sin embargo, también se puede acceder al mercado de valores, que puede poseer ventajas comparativas con relación a la banca pública o privada. Por tanto, es necesario, que las empresas sepan efectuar un análisis cuidadoso de las alternativas que enfrentan, debiendo estudiar los costos y beneficios de cada uno de ellos.

2.2.3.2. Características del financiamiento

Las características del financiamiento según las Sociedades de Inversión para el Desarrollo son:

- El financiamiento es condicional a los resultados del análisis de la información proporcionada en el Formulario de Solicitud de Financiamiento.
- El financiamiento no se constituye en un crédito para la empresa y no se cobran intereses por el mismo. Tampoco se constituye en una donación, a fin de exigir a la empresa responsabilidad en el manejo de los fondos eventualmente otorgados. Las condiciones de devolución del financiamiento a las instituciones seleccionadas serán pactadas y negociadas al momento de ser otorgado.
- En caso de ser elegidas para acceder al financiamiento, la empresa se beneficiará automáticamente de la experticia de las instituciones involucradas en temas de

desarrollo tecnológico, gestión, marketing, apertura de mercados, etc., a través del desarrollo de un plan de inversión diseñado de manera conjunta con la empresa.

- En caso de no ser elegidas para acceder al financiamiento, la empresa se beneficiará de un informe oficial de esta decisión que incluye un análisis objetivo y confidencial de las ventajas y desventajas competitivas de su actividad con respecto a otras actividades similares.

2.2.3.3. Estructura del Financiamiento

El Sistema Financiero con entidades financieras que transan activos a las empresas de formales e informales. Es el conjunto de mercados donde se transa dinero y activos financieros (acciones, bonos, etc.) y en éste se dan encuentro personas y empresas que tienen excedentes de dinero (ofertantes) con aquellas que necesitan dinero (demandantes). En otras palabras, el Sistema Financiero es el mercado en el cual el bien que se comercializa es el dinero (Lira, 2012).

Siguiendo a Lira, (2012) el sistema Financiero o mercado de dinero está compuesto, a su vez, por dos mercados: el mercado financiero y el mercado de capitales. Lo que realmente diferencia a estos mercados, es la forma como se canalizan los recursos entre los que tienen excedentes (ofertantes) y los que los necesitan (demandantes).

El mercado financiero también es llamado mercado de intermediación indirecta, porque los fondos se movilizan desde los que los tienen (ofertantes) a los que los requieren (demandantes), a través de instituciones financieras (bancos, cajas municipales, entre otras) y son estas las que deciden a quién entregar los fondos en calidad de préstamo; en el mercado de capitales o mercado de intermediación directa, a diferencia del mercado anterior, la decisión de la entrega de los fondos es de absoluta responsabilidad de la persona o empresa que tiene el excedente de liquidez.

2.2.3.4.Fuentes de Financiamiento

Para efectos de la presente investigación, la importancia de la definición de las fuentes de financiamiento en primera instancia una condición de ubicación en el tema que se investiga. Al respecto, (Brigham, 2011) expresa que estas son consideradas como el mecanismo y/o alternativas para conseguir recursos monetarios para la operatividad de las organizaciones, así mismo estas fuentes permiten lograr el desarrollo en inversión de una empresa para un tiempo determinado, de igual manera señala también, que los financiamientos a corto plazo son por lo general, más riesgosos que los financiamientos a largo plazo, e incluso de ordinario menos costosos, pudiendo obtenerse con mayor rapidez y bajo términos más flexibles.

Al respecto (Besly, 2010) sobre las fuentes de financiamiento tanto a largo y corto plazo indica las afirmaciones acerca de la flexibilidad, costo y grado de riesgo de las deudas a corto plazo, largo plazo e inversión dependen del tipo de financiamiento

que se obtenga, ya que éste es una de las bases fundamentales para poder llevar a cabo políticas de financiamiento que permitan hacer de la empresa una organización operativa eficiente y rentable.

Siguiendo a los autores antes citados, las fuentes de financiamiento están enmarcadas dentro de la línea de crédito que la empresa decida llevar a cabo, puesto que las operaciones financieras que resulten de las fuentes de financiamiento, deben tener en cuenta las formas de colocación del dinero para poder determinar el intermediario que más se adapte a lo que empresa requiera. Desde esta perspectiva, las fuentes de financiamiento a través de intermediarios surgen bajo diversas modalidades para prestar sus servicios a diferentes tipos de empresas, estableciendo de antemano condiciones a las mismas, como es el caso, de las pequeñas y medianas industrias, las cuales pueden obtener un financiamiento acorde a la producción que realizan y a las características que presentan, incluso estas fuentes de financiamiento pueden ser públicas o privadas, a través de organismos del Estado o de entidades financieras privadas. Tal como se puede apreciar, el financiamiento es un aspecto de gran importancia en el mundo de la administración de actividades comerciales, en el cual las empresas buscan la manera de poseer liquidez para la operatividad, la consolidación del mercado y la capacidad de ser cada día más rentable.

2.2.3.5. Tipos de Fuentes de Financiamiento

Los tipos de fuentes de financiamiento que una empresa requiere para llevar a cabo su producción, pueden ser clasificadas dependiendo del tiempo que ofrece la institución a la cual se solicita, e incluso de la cantidad de producción que espera

llevar a cabo la organización con los recursos que se esperan solicitar. Es por ello, que estas fuentes de financiamientos pueden ser divididas a corto plazo, a mediano plazo y a largo plazo. Al respecto (Brigham, (2011) y Besley (2010)), expresan lo siguiente.

Los financiamientos a corto plazo, están caracterizados por ser aquellos créditos comerciales, créditos bancarios, pagarés, líneas de crédito, papeles comerciales, o cualquier financiamiento por medio de cuentas por cobrar y financiamiento por inventarios, cuyo tiempo de financiamiento está dentro un lapso de tiempo corto, que puede estar entre los seis meses y los tres años. Los financiamientos a mediano plazo, se constituyen sobre hechos como la producción de la empresa o los bienes de ésta, y pueden variar entre los tres años hasta los cinco años. Los financiamientos a largo plazo, son aquellos en donde se encuentran las hipotecas, acciones, bonos y arrendamientos financieros, cuyo tiempo de duración dependerá de la negociación que realiza la empresa, estos pueden ubicarse desde cinco años a veinte años.

a) Crédito comercial.

Es una fuente de financiamiento rápido que la empresa obtiene sin muchos requisitos, para Briceño (2013), el crédito comercial tiene su importancia en que es de uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa a la obtención de recursos de la manera menos costosa posible.

Las ventajas del crédito comercial: es un medio más equilibrado y menos costosos de obtener recursos, da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones

comerciales. Por otra parte sus desventajas vienen dadas por existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal, si la negociación se hace acreditado se deben cancelar tasas pasivas.

b) Crédito bancario.

Los créditos bancarios son una fuente de financiamiento a la cual muchas empresas y personas acuden con la finalidad de solicitar un préstamo (Corsi, 2012).

c) Pagaré.

El pagare es un tipo de documento con la cual se realizan transacciones, al respecto Abraham (2011) explica que el pagaré es una herramienta negociable el cual es una promesa incondicional que se realiza en escrito.

d) Línea de crédito.

Son cuentas las cuales el banco tiene a nombre de sus clientes más representativos por un determinado tiempo (Corsi, 2012).

e) Papeles comerciales.

Es un documento sin garantía la cual dan las empresas para pagar a sus proveedores o deudas diferentes, Según Besley y Brigham, (2011) “es un tipo de

pagare no garantizado, emitido por empresas grandes y fuertes; que se les venden principalmente a otros negocios, compañías de seguros, fondos de pensiones, fondos mutualistas del mercado de dinero y bancos”. Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no solo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales.

f) Hipoteca.

Es un financiamiento con cantidades de dinero fuertes, a cambio la institución solicita garantías de títulos de propiedades de cualquier predio con el cual obligan al prestamista a cancelar la deuda, al respecto (Goldschmidt, 2012).

2.2.3.6.El confirming

Es un nuevo financiamiento con la cual las empresas podrán salir beneficiado ya que cuentan tasas de intereses bajos. (Arenas, 2014) es un contrato mediante el cual una empresa contrata con una entidad financiera la gestión de sus pagos, a cambio de un precio (intereses, comisiones, otros gastos). Es decir, mediante el confirming, la entidad financiera pagará las facturas de la empresa. Además el confirming es un servicio de tipo administrativo financiero, también conocido como “pago confirmado de proveedores”, “confirmación de pagos” o “factoring de proveedores”, por el que una entidad de crédito actúa como gestor en los pagos aplazados de una empresa a sus proveedores de bienes y servicios, pudiendo ofrecer también financiación tanto a la empresa que es su cliente como a los proveedores de ésta.

a) Ventajas e inconvenientes del Confirming

Romero, (2015) en este tipo de operaciones triangulares, es complicado decidir quién es el que tiene más ventajas o inconvenientes, dado que operan tres actores, dos empresas y una entidad financiera. Desde el punto de vista económico, quién realmente tiene la mayor ventaja es la propia entidad financiera, dado que las líneas de confirming sólo están al alcance de Medianas y Grandes Empresas o PYMES muy solventes y con trayectoria excelente de pagos y cobros. La entidad financiera es la mayor beneficiaria por varios motivos:

- Tiene acceso a los canales de pago de proveedores no usuales y tiene acceso a un grupo de clientes que puede ser desconocido. Ahí entra en juego la labor comercial que se realiza por la emisión de sus confirmings.
- Obviamente, presta un servicio de crédito en ambos sentidos y como parte neurálgica de su negocio, incrementa su cuenta de resultados.
- Para la empresa que recibe el confirming, se tiene seguridad en el cobro siempre que se proceda a su anticipo. Es decir, un confirming anticipado no tiene posibilidad de devolución, dado que equivale a un factoring sin recurso. Por contra, si el proveedor decide no anticipar el cobro por el coste financiero, no tendrá garantizado el cobro al 100% a su vencimiento. Es difícil que se pueda proceder un impago, pero es un riesgo.
- Para la empresa que cede su cartera de pagos en confirming, el beneficio es indirecto, dado que se le mejoran las condiciones comerciales por parte de la entidad financiera en el resto de productos contratados. Una empresa de un

tamaño medio o grande que se disponga a formalizar pagos mediante confirming debe negociar muy bien su estructura de costes financiera asociada con la entidad dado que aumenta sustancialmente la vinculación con la entidad que le realice los confirmings.

Dentro del capítulo de inconvenientes, podemos señalar los siguientes:

- Mayores costes financieros en el anticipo del cobro por parte del proveedor, dado que no tiene riesgo de impago. Normalmente, un confirming tiene mayores costes financieros que un descuento (aunque no siempre tiene que ser así tampoco).
- Pérdidas de tiempo y necesidad de envíos postales. Las entidades financieras no envían aún las cartas de pago por correo electrónico y el correo postal en este país funciona bien, pero no en todos los sitios.

2.2.3.7.Procedimiento para otorgar créditos

Los procedimientos son términos que utiliza una entidad financiera o usureros antes de brindar un préstamo con la finalidad de no sufrir pérdidas o estafas, al respecto (Mesía, Costa y Soto, 2012) comprende un conjunto de procedimientos previos (recolección y análisis de información de los potenciales prestatarios) y posteriores (cobranza y monitoreo) al otorgamiento del crédito. Tienen por finalidad estimar la capacidad y la voluntad de pago del prestatario. Toma en cuenta los siguientes aspectos metodológicos:

Evaluación y otorgamiento de crédito. Analiza lo siguiente: El perfil del cliente respecto de su capacidad técnica, valores, cultura y experiencia, El capital y el proceso de acumulación del empresario, Las condiciones del entorno de la actividad económica, La verificación de la unidad económica: familia y empresa, La comprobación de la información dada por el prestatario, El riesgo de crédito, tanto cualitativo como cuantitativo (situación financiera y operación del negocio), La diversificación de cartera (monto, cliente, actividad económica y área geográfica), Historia crediticia de clientes con similares características.

Recuperaciones y relaciones de largo plazo. Comprende: El seguimiento preventivo y oportuno que identifique los potenciales de riesgos, en finanzas y financiamiento existen dos fuentes para conseguir información. La más importante es aquella que proporciona el propio cliente, y que brinda información cualitativa y cuantitativa, como la que corresponde a los aspectos general y legal, operacional, patrimonial, crediticio, a los estados financieros y comprobantes

2.2.4. Rentabilidad

2.2.4.1. Concepto de Rentabilidad

Son las utilidades o ganancias que tiene una empresa para ver si su empresa continuara en el mercado, además esta rentabilidad puede ser medido a través de la rentabilidad económica, financiera o por la margen bruta de sus ventas (Sánchez, 2012)

2.2.4.2. Características de la Rentabilidad

Según Cantador F. (2010), las características de la rentabilidad son:

- **Visión:** Sin la figura del emprendedor no hay nada que hacer, es la figura imprescindible que vislumbra y se lanza hacia una oportunidad. Es algo que mezcla intuición, conocimiento y una actitud ganadora.

- **Análisis:** Aparte de lo más personal (actitud, visión, etc.), el análisis también es necesario, un análisis totalmente funcional basado en números y tendencias. El análisis de la demanda es fundamental, un negocio rentable solo se sustentará por la necesidad y demanda que haya o se cree.

- **Misión:** Esta es la base del negocio, un negocio rentable ha de tener una misión y un propósito basados en las necesidades de su público. La misión siempre va ligada al servicio o solución que se da al cliente.

- **Inversión:** La inversión no solo representa el dinero requerido para iniciar un negocio, sino que también es la máxima expresión de la actitud del emprendedor: no tiene miedo al fracaso ni a la pérdida pues su claridad de visión en la oportunidad le impide centrarse en los aspectos negativos, sabiendo además que estos son solo parte del aprendizaje y del riesgo que conlleva ser dueño de tu destino.

- **Sistema:** Como sistema entendamos toda la estrategia de negocio funcionado para una mismo propósito. Aquí entran la propuesta única de ventas, las técnicas de marketing, las herramientas, las delegaciones, las promociones, etc.
- **Internet:** No es un elemento indispensable, pero yo diría que hoy en día no se le saca el máximo rendimiento a un negocio si no pasa por internet. Las posibilidades de la red son tan grandes que pueden suponer por si solas un negocio rentable. El marketing en internet nos abre nuevas posibilidades que no debemos dejar de lado.

2.2.4.3. La rentabilidad en el análisis contable

Los estados contables sintetizan una información muy valiosa para la propia empresa y para analistas, inversores, socios e incluso los empleados. Ofrecen un mapa sobre la situación patrimonial, económica y financiera y las expectativas de futuro de la negocio, por tanto (Sánchez, 2012) manifiesta que la consideración del análisis de la rentabilidad viene dada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa u organización, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la consistencia e incluso en el servicio a la generalidad, en todo análisis empresarial el centro del debate que tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o ganancia como variables fundamentales de toda actividad económica (Benegas, 2008).

2.2.4.4. Los Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial

Los niveles de rentabilidad más usados con las cuales la mayoría de empresas miden su rentabilidad, es la rentabilidad económica y financiera (Sánchez, 2012).

2.2.4.5. La Rentabilidad económica

Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa u organización con independencia de la financiación de los mismos, y también es considerada como una medida de la extensión de los activos de una empresa u organización para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que admite la comparación de la rentabilidad entre organizaciones sin que la diferencia en las distintas configuraciones financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al precio de la rentabilidad (Suárez, 2008).

2.2.4.6. La rentabilidad financiera

Es la relación del beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro, al respecto (Sánchez, 2013) manifiesta que rentabilidad financiera o de los fondos del empresario, denominada en la literatura anglosajona Return On Equity (ROE), por tanto es una medida referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento logrado por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado y la rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los dueños o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más desarrollada, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan aumentar en interés de los propietarios o dueños.

2.2.4.7. Factores de Rentabilidad en las decisiones financieras

Los factores de la rentabilidad en las decisiones empresariales son las que van a ayudar a mejorar la rentabilidad del negocio, ya que con estas medidas la empresa tendrá una idea concreta como esta su negocio.

- a) **Intensidad del capital:** Son una relación financiera. Esta relación, mide la capacidad de la empresa para utilizar eficazmente sus activos. En esencia, la intensidad del capital muestra la cantidad de inversión en activos fijos, que se requiere durante un periodo determinado, para producir y generar ingresos por ventas. La fórmula de relación real que mide la intensidad de capital son los activos totales divididos por los ingresos de ventas de un periodo especificado, (Ríos, 2014)

- b) **Modificar las bases de diferenciación:** En una empresa se diferencia de las demás en su mismo sector por una o más características que hacen que sus clientes elijan sus productos. A mayor grado de diferenciación, menos competencia. A menos diferenciación, más competencia y menos ganancias, (Ríos, 2014)

- c) **Ampliar el alcance del producto y el mercado:** Para cada empresa produce y vende concentrándose en determinados clientes, áreas geográficas y segmentos de mercado. Cambiar o ampliar esas variables puede producir innovación y mejora en el desempeño de la empresa (Ríos, 2014).

- d) **Aplicar las capacidades básicas en otras oportunidades de negocio:** Son las capacidades básicas son lo que una empresa sabe hacer. Son habilidades, destrezas. Para identificar una capacidad básica uno debe preguntarse, ¿qué cosa se hacer? (Ríos, 2014).
- Mejor que los demás.
 - Que sea valioso para mis clientes.
- e) **Reutilizar activos estratégicos:** Son los activos estratégicos son los que la empresa posee. Son cosas, no técnicas. Pero pueden ser tangibles (cosas físicas), como talleres, máquinas, terrenos, fábricas, o intangibles, como patentes, marcas, datos de clientes, etc. Esos activos pueden ser utilizados también para desarrollar nuevas unidades de negocio o aprovechar nuevas oportunidades comerciales (Ríos, 2014).
- f) **Modificar la ejecución y el apoyo:** Es la ejecución y el apoyo es la forma en que una empresa llega a los clientes, los canales comerciales que usa y los servicios y el apoyo que les presta a sus clientes. Modificando cualquiera de estas variables una empresa puede ampliar su mercado y/o su rentabilidad (Ríos, 2014).
- g) **Aprovechar la información sobre los clientes:** además es la relación con los clientes se recogen conocimientos e información que son potencialmente valiosos para el desempeño de la empresa. La forma en la que la empresa

interpreta y utiliza esa información puede ser muy valioso en términos económicos (Ríos, 2014).

- h) **Crear y aprovechar la comunidad con los clientes:** En los muchos casos las relaciones entre clientes y empresa van más allá de la pura relación económica. Hay cierta lealtad de los clientes o inclusive identificación con la marca o la empresa. Esas situaciones, relativamente poco frecuentes, pueden ser creadas, estimuladas, para crear lazos entre clientes y empresa que tengan un componente más fuerte o más profundo que el sólo intercambio económico (Ríos, 2014).

- i) **Modificar la estructura de precios:** son varias alternativas en cuanto a la forma de cobrar a los clientes. Se puede cobrar por un producto, por un servicio, por una membresía, se puede cobrar directa o indirectamente por un tercero, se puede cobrar por un paquete o por cada componente por separado, se puede cobrar un precio fijo o se puede cobrar por tiempo, se puede cobrar en efectivo o en especie (Ríos, 2014).

- j) **Incorporar los proveedores al modelo de negocio:** Son los proveedores son quienes están antes que nuestro emprendimiento en la cadena de valor. Tener una relación privilegiada o estrecha con ellos puede darle a la empresa una ventaja. Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante (Ríos, 2014).

k) **Integración Vertical:** Según (Ríos, 2014) Comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son las siguientes:

- Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
- Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
- Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la Investigación

El tipo de investigación es descriptiva por que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente, su meta es la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos variables. En el caso de la investigación es las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPE ópticas, distrito de Sullana, año 2016 (Tamayo, 2013).

El nivel de la investigación es de tipo cuantitativo por que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Tamayo, 2013).

El diseño es no experimental, porque se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable (Palella y Martins, 2010), También es de corte transversal porque no se manipulan variables ni asignan sujetos de manera aleatoria. Se efectuaran observaciones de los sujetos que podrían caer de manera natural en esas condiciones (Hernández, 2012).

M O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Microempresas encuestadas.

O = Observación de las variables: Financiamiento y Rentabilidad.

3.2.Población y Muestra

La población según Hernández Batista (2010) refiere que cuando una población es menor a 50 debe ser analizada para determinar la población, en el presente se define la población por 21 propietarios de las ópticas, las mismas que se encuentran ubicados en la Distrito de Sullana, y están inscritas en la municipalidad con sus respectivas licencias de funcionamiento, habiendo sido seleccionadas por la naturaleza de su actividad. Entonces N= 21 propietarios o gerentes.

La muestra de las unidades de estudio, está incluyendo a 21 microempresas consideras con licencia de funcionamiento, además (Sampieri, 2010) manifestó que cuando las empresas en estudio son menores a cincuenta, la muestra es igual a la población.

$$n = M$$

Dado que la investigación de las variables financiamiento y rentabilidad, se determinaron con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario orientado exclusivamente a gerentes.

Criterio de inclusión

El financiamiento y rentabilidad, tiene como características de inclusión la población de emprendedores y empresarios que son propietarios de las MYPE de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

Criterio de Exclusión

El financiamiento y rentabilidad, tiene como características de exclusión a la población que no reúne condiciones de emprendedores y empresarios, que no sean propietarios de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

Cuadro 3.1

Nombres y ubicaciones de MYPE en estudio

Nº	MYPE	DIRECCIÓN
1	OPTICA FELICIDAD	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA, 512
2	MEGA LEN`S	CENTRO DE SULLANA- SAN MARTIN-, 861 - -855
3	ECONOLENTES	CALEL LA MAR N° 158-2 - SULLANA
4	OPTICA D`LIMA	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 538 INT. 578 546/54/66-
5	CENTRO OPTICO REYES	CENT.POB.BARRIO LETICIA- BALTA 216
6	OPTICA BARSO	CENTRO DE SULLANA- SUCRE-CENTRO DE SULLANA 501
7	OPTICA MAFER	CENTRO DE SULLANA- FARFAN,JUAN JOSE 308
8	OPTICAS GMO	URB.SANTA ROSA- PANAMERICANA 461
9	VISION 2020	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 512
10	ECONO MEGA	CENTRO DE SULLANA- GRAU 799 SUB LT A
11	OPTI LENS	CENTRO DE SULLANA- GRAU 806 TRANSV. TARAPACA S/N
12	CENTROM OPTICO SANTA MARIA	URB.SANTA ROSA- SANTA ANA 409
13	CENTRO OPTICO SAN SEBASTIAN	CENTRO DE SULLANA- GRAU 806 TRANSV. TARAPACA S/N
14	OPTICA OMEGA LENS	TRANV. TARAPACA N° 566 CENTRO DE SULLANA
15	OPTICA MULTIVISION	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 635 SULLANA
16	OPTICA TRUJILLO	CENTRO DE SULLANA- UGARTE,ALFONSO 811
17	OPTICA	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 484
18	VISION 20 /20	TARAPACA N 512 SULLANA
19	OPTICA OFTALMICA SULLANA	TRANV. TARAPACA N° 549 SULLANA
20	OPTICA DEL NORTE	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 754
21	OPTICA	CENTRO DE SULLANA- TARAPACA 637

21 encuestas para ambas variables.

3.3. Definición y operacionalización de las variables

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Items	Alternativas de Respuesta
F i n a n c i a m i e n t o	Es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto académico. La principal particularidad es que generalmente estos recursos financieros son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios (Gitman, 2010).	Características	La dimensión de las características se medirá con su indicador es: financiera, actividades, desembolso, diversificación, inversión, requisitos, evaluaron. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.	Financiera	¿Su empresa se financia por medio de ahorros personales o entidades financieras?	Ahorros personales Entidades financieras
				Actividades	¿El monto solicitado cubrió todo las actividades de su negocio?	Sí No
				Desembolso	¿Recibió a tiempo el dinero desembolsado?	Sí No
				Diversificación	¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa?	Sí No
				Inversión	¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos?	Sí No
				Requisitos	¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?	Sí No
		Evaluaron	¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?	Sí No		
		Fuentes	La dimensión de las fuentes se medirá con su indicador es: crecimiento, inversión, ventaja, beneficio, requisitos. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.	Crecimiento	¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?	Sí No
				Inversión	¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?	Sí No
				Ventaja	¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera?	Sí No
Beneficio	¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?			Sí No		
Requisitos	¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio?	Sí No				

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones		Indicadores	Items	Instrumento
R e n t a b i l i d a d	<p>es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.</p> <p>En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo . Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori Sánchez, (2012).</p>	Características	<p>La dimensión de las características se medirá con su indicador es: financiamiento, ganancias, análisis contable, estrategia. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.</p>	Financiamiento	¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?	Sí No
				Ganancias	¿Su empresa consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos?	Sí No
				Análisis contables	¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis contables?	Sí No
				Estrategia	¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?	Sí No
		Niveles	<p>La dimensión de los niveles se medirá con su indicador es: ganancias, activos, ventas, beneficios. Con el método de encuesta, entrevista, observación, análisis documental, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal u ordinal.</p>	Ganancias	¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?	Sí No
				Activos	¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?	Sí No
				Ventas	¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?	Sí No
				Beneficios	¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?	Sí No

3.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca juntar datos por medio del instrumento que es un cuestionario prediseñado con preguntas nominales y ordinales, y no modificará ni controlará el entorno que está en observación. Los datos se obtienen a partir de un conjunto de preguntas dirigidos a una muestra representativa de 21 propietarios, con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos. (Rojas, 2013).

3.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo donde Consiste en asignar un atributo a cada una de las variables; para la tabulación de los datos se utilizara como soporte el programa Excel, luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del recojo de datos (cuestionario) que será validado con el método juicio del experto (Rojas, 2013).

3.6. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Metodología
“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016”	¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016?	Determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016		<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa</p> <p>DISEÑO: No experimental, corte transversal</p> <p>UNIVERSO O POBLACIÓN: 21 MYPE DE SULLANA.</p> <p>MUESTRA: N° 21 para ambas variables</p> <p>INSTRUMENTO Encuesta</p> <p>ISTRUMENTO: Cuestionario</p>
		<p>Objetivos Específicos:</p> <p>a) Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016</p>		
		b) Identificar las fuentes de financiamiento relacionadas a las ópticas del distrito de Sullana, año 2016	Rentabilidad	
		c) Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016		
		d) Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016		

3.7. Principios éticos:

El respeto a las personas (principio de autonomía), la búsqueda del bien (principios de beneficencia y no maleficencia) y la justicia. En general hay, acuerdo que estos principios en teoría de igual fuerza moral son los que guían la preparación prolija de protocolos para estudios científicos. En circunstancias diversas puede expresarse de manera diferente y también ponderarse en forma distinta desde el punto de vista moral, y su aplicación puede dar lugar a decisiones o cursos de acción diferente (Mancini, s.f.).

Reserva: se circunscribe a toda la información, que de manera directa o indirecta tenga conocimiento y adquiera el investigador, con motivo de su desempeño profesional en el proceso investigativo, ya sea que la información provenga de su cliente o de terceras personas; por su naturaleza éste principio implica que la conducta del investigador tiene que estar desplegada en dirección a la observancia continua de las normas de discreción, mesura, moderación, modestia, ponderación, cuidado y recato (Camacho, 2006).

IV. RESULTADOS

4.1. Resultado

Tabla 1
Financiamiento de su empresa

Financiamiento de su empresa	Cantidad	Porcentaje
Ahorros personales	6	29%
Entidades financieras	15	71%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración: Propia

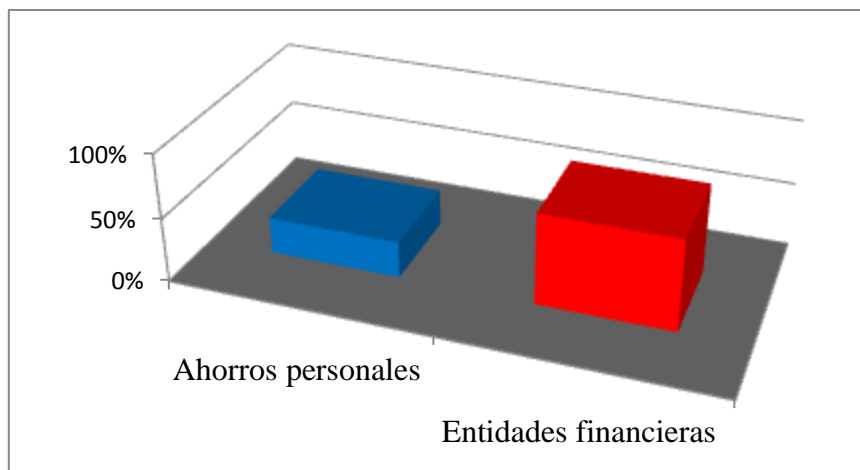


Figura 1: Gráfico de barras sobre el financiamiento de su empresa

Interpretación:

Tabla 1 se puede verificar que el 71% de microempresarios encuestados decidió iniciarse en el negocio de ópticas con financiamiento de entidades financieras, por tanto el 29% lo hizo con ahorros personales con la finalidad de obtener más ganancias.

Tabla 2
El monto solicitado cubrió las actividades de su negocio

El monto solicitado cubrió las actividades de su negocio	Cantidad	Porcentaje
Si	16	76%
No	5	24%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

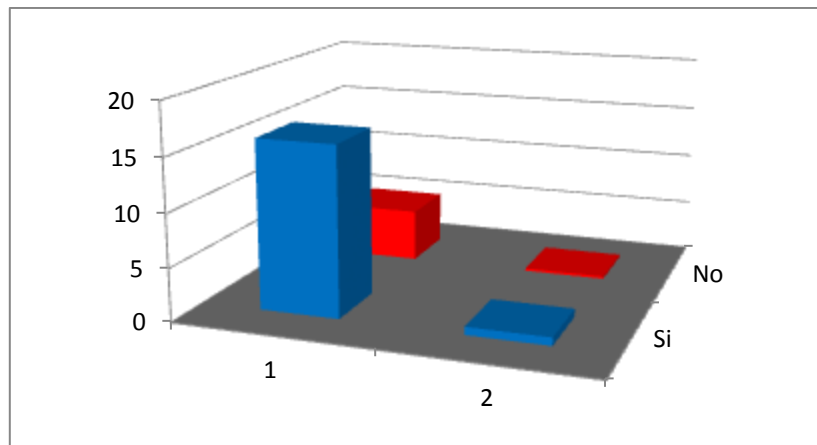


Figura 2: Gráfico de barras sobre el monto solicitado cubrió las actividades de su negocio

Interpretación:

Tabla 2 se puede verificar que el 76% de microempresarios encuestados manifiesta que el monto solicitado cubrió todas las actividades de su negocio, por tanto el 24% manifiesta que el monto solicitado no cubrió todas las actividades de su negocio.

Tabla 3
Recibió a tiempo el dinero desembolsado

Recibió a tiempo el dinero desembolsado	Cantidad	Porcentaje
Si	12	57%
No	9	43%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

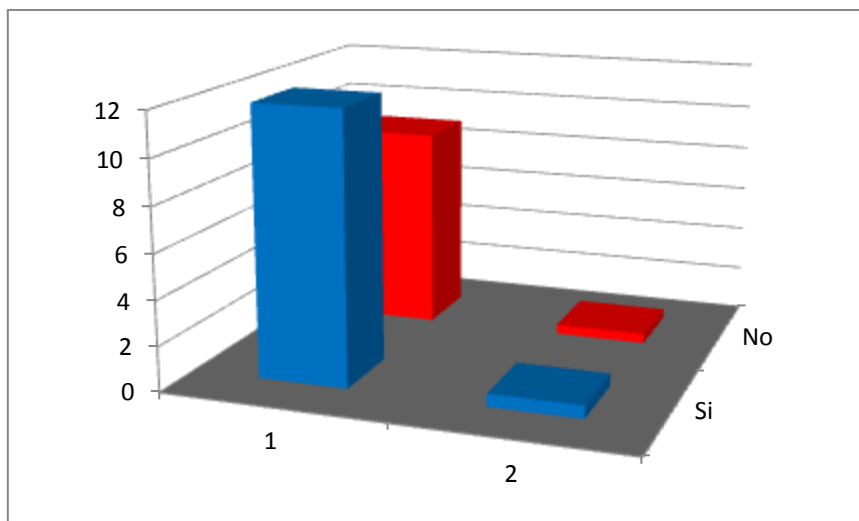


Figura 3: Gráfico de barras sobre si recibió a tiempo el dinero desembolsado

Interpretación:

Tabla 3 se puede verificar que el 57% de microempresarios encuestados manifiesta que recibió a tiempo el dinero desembolsado por las entidades financieras, por tanto el 43% manifiesta que no recibió a tiempo el dinero desembolsado y se demoraron.

Tabla 4
Ha incrementado la diversificación de su empresa

Ha incrementado la diversificación de su empresa	Cantidad	Porcentaje
Si	14	67%
No	7	33%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

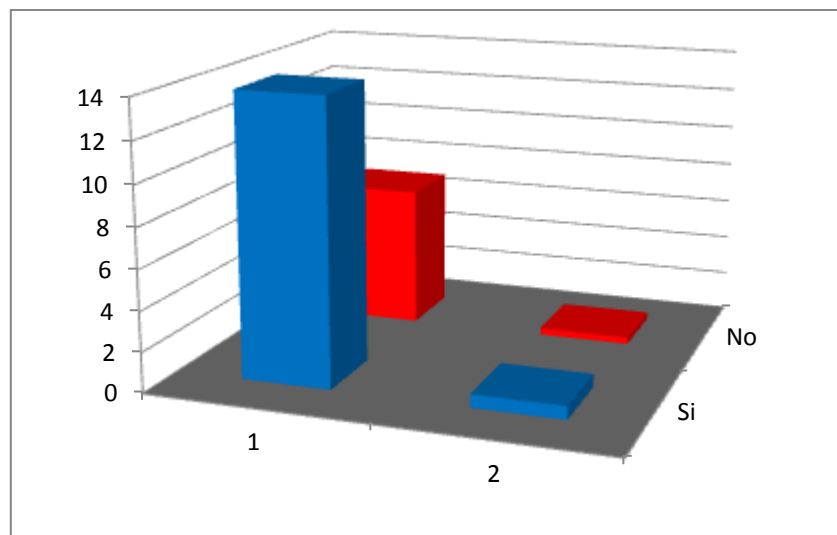


Figura 4: Gráfico de barras sobre si ha incrementado la diversificación de su empresa

Interpretación:

Tabla 4 se puede verificar que el 67% de microempresarios encuestados manifiesta que el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa para mejoras, por tanto el 33% manifiesta que el dinero obtenido no ha incrementado la diversificación de su empresa.

Tabla 5
Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, Adquirió maquinarias y equipos

Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos	Cantidad	Porcentaje
Si	11	52%
No	10	48%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

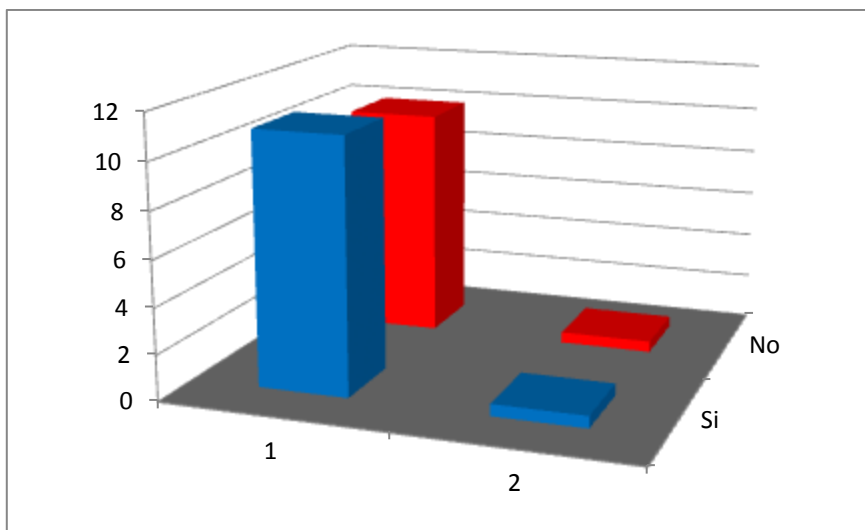


Figura 5: Gráfico de barras sobre el préstamo solicitado

Interpretación:

Tabla 5 se puede verificar que el 52% de microempresarios encuestados manifiesta que con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos, por tanto el 48% manifiesta que el préstamo solicitado no ha mejorado su local, no adquirió maquinarias y menos equipos.

Tabla 6
Le solicitan muchos requisitos

Le solicitan muchos requisitos	Cantidad	Porcentaje
Si	11	52%
No	10	48%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

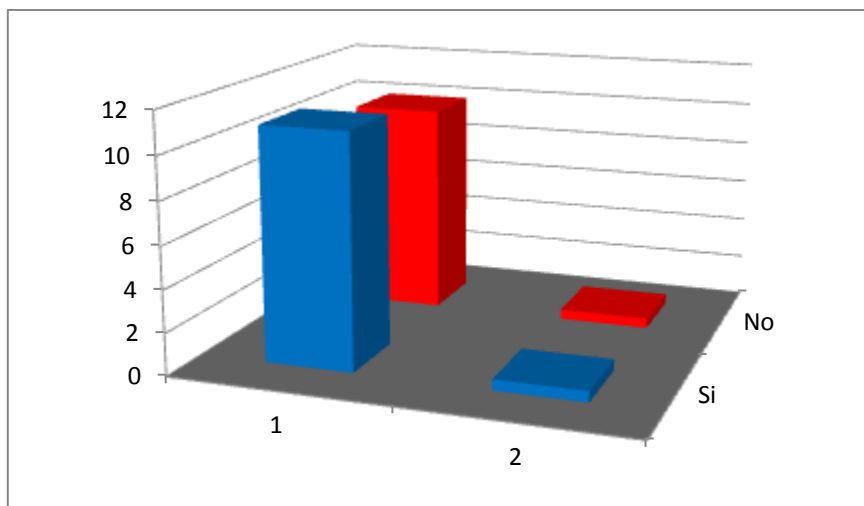


Figura 6: Gráfico de barras sobre si le solicitan muchos requisitos

Interpretación:

Tabla 6 se puede verificar que el 52% de microempresarios encuestados manifiesta que las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos para otorgarle el préstamo, por tanto el 48% manifiesta que las entidades que financian su negocio no le solicitan muchos requisitos y a tan solo firma le brindan el préstamo.

Tabla 7
Evaluaron sus estados financieros

Evaluaron sus estados financieros	Cantidad	Porcentaje
Si	12	57%
No	9	43%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

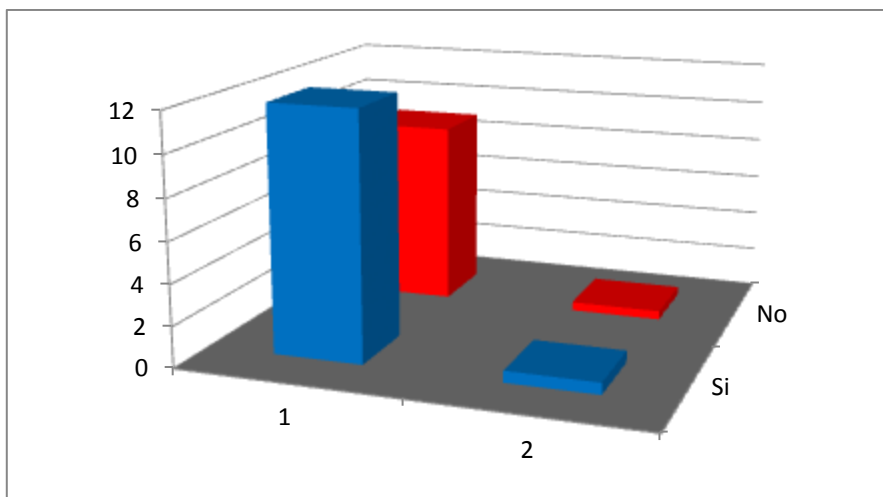


Figura 7: Gráfico de barras sobre si le evaluaron sus estados financieros

Interpretación:

Tabla 7 se puede verificar que el 57% de microempresarios encuestados manifiesta que antes de brindarle préstamo las entidades financieras evaluaron sus estados financieros para saber si contaba con solvencia económica, por tanto el 43% manifiesta que no evaluaron sus estados financieros.

Tabla 8
El financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio

El financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio	Cantidad	Porcentaje
Si	18	86%
No	3	14%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

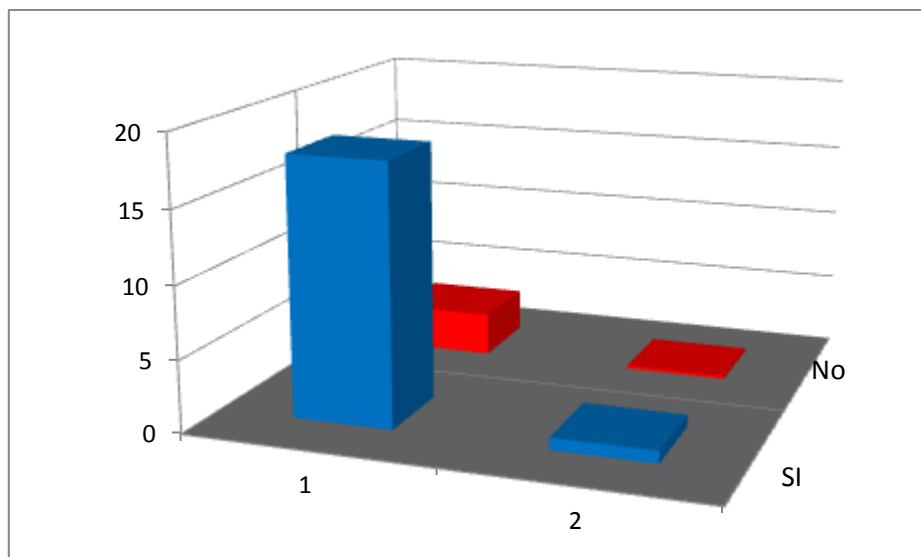


Figura 8: Gráfico de barras sobre el financiamiento si contribuye al crecimiento de su negocio

Interpretación:

Tabla 8 se puede verificar que el 86% de microempresarios encuestados manifiesta que el financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio, por tanto el 20% manifiesta que el financiamiento no contribuye al crecimiento de su negocio.

Tabla 9
Con el financiamiento considera abrir nuevos locales en Sullana

Considera abrir nuevos locales en Sullana	Cantidad	Porcentaje
Pagare	15	71%
Letras	6	29%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

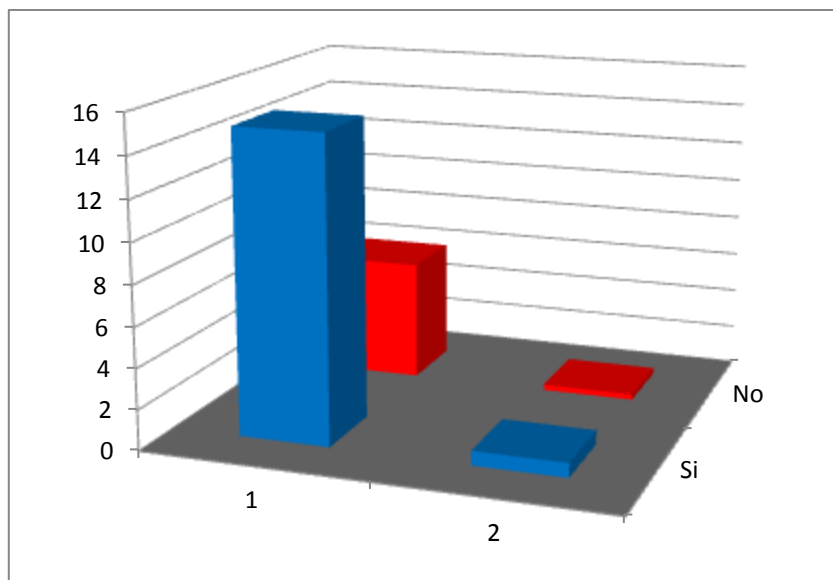


Figura 9: Gráfico de barras sobre si considera abrir nuevos locales en Sullana con el financiamiento

Interpretación:

Tabla 9 se puede verificar que el 71% de microempresarios encuestados manifiesta que con el financiamiento obtenido no considera abrir nuevos locales en Sullana porque consideran que no es un buen mercado para la venta de montura de lentes, por tanto que el 29% indica que considera abrir nuevos locales en Sullana, porque tienen ventas.

Tabla 10
Es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera

Es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera	Cantidad	Porcentaje
Si	13	62%
No	8	38%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

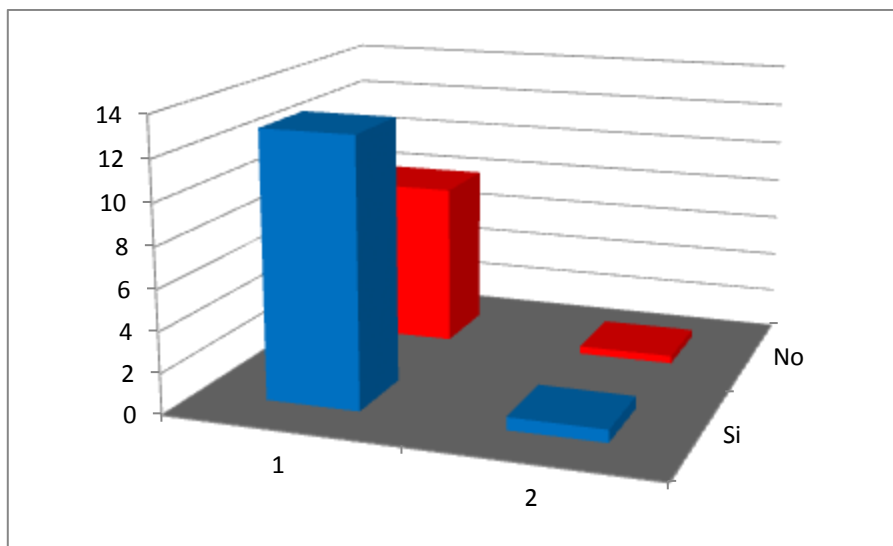


Figura 10: Gráfico de barras sobre si es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera

Interpretación:

Tabla 10 se puede verificar que el 62% de microempresarios encuestados manifiesta que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera, por tanto el 38% manifiesta que no es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera.

Tabla 11
Solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso

Solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso	Cantidad	Porcentaje
Si	14	67%
No	7	33%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

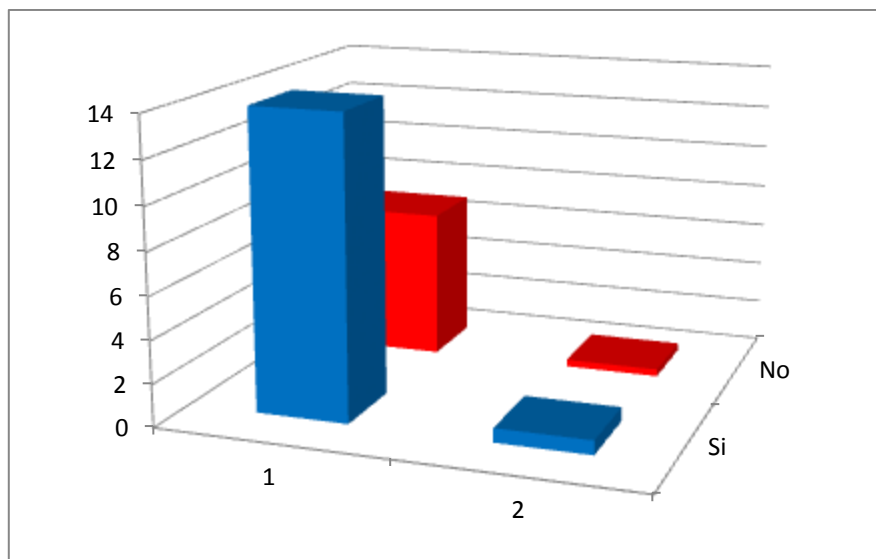


Figura 11: Gráfico de barras sobre si solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa

Interpretación:

Tabla 11 se puede verificar que el 67% de microempresarios encuestados manifiesta que solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso para su empresa, ya que le da más tiempo para terminar cancelar el préstamo, por tanto el 33% manifiesta que solicitar un préstamo a largo plazo no es beneficioso para su empresa.

Tabla 12
El crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad

El crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad	Cantidad	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

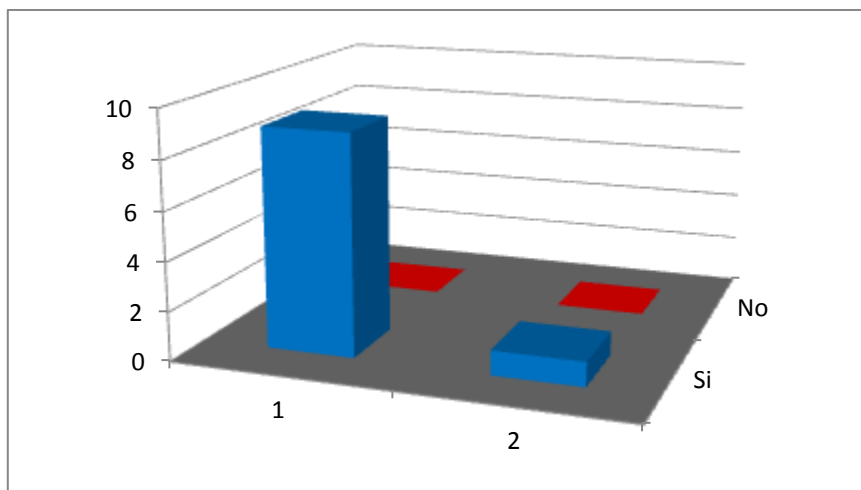


Figura 12: Gráfico de barras sobre el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad

Interpretación:

Tabla 12 se puede verificar que el 100% de microempresarios encuestados manifiesta que para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio, además otros requisitos con respecto al negocio.

Tabla 13
La rentabilidad de su negocio ha incrementado por el financiamiento

La rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento	Cantidad	Porcentaje
Si	15	71%
No	6	29%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración: Propia

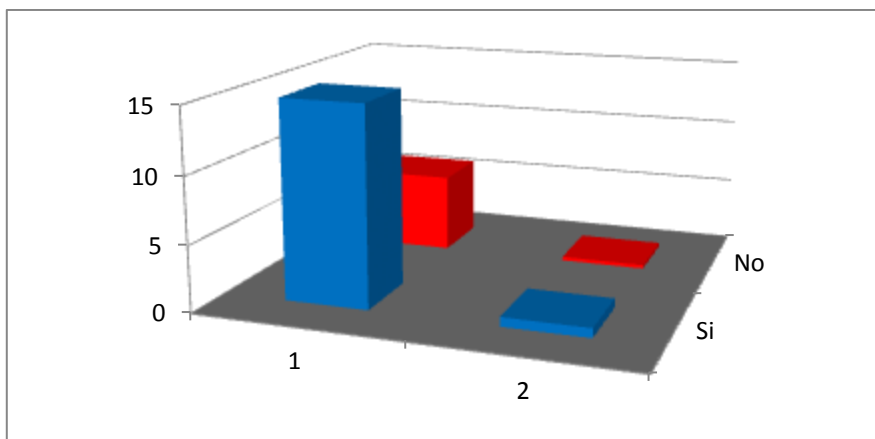


Figura 13: Gráfico de barras sobre si la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento

Interpretación:

Tabla 13 se puede verificar que el 71% de microempresarios encuestados manifiesta que la rentabilidad de su negocio ha incrementado por el financiamiento obtenido ya que le permitió incrementar su negocio, por tanto el 29% manifiesta que la rentabilidad de su negocio no ha incrementado por el financiamiento obtenido.

Tabla 14
Consiguió ganancias, después de pagar los gastos

Consiguió ganancias, después de pagar los gastos	Cantidad	Porcentaje
Si	20	95%
No	1	5%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

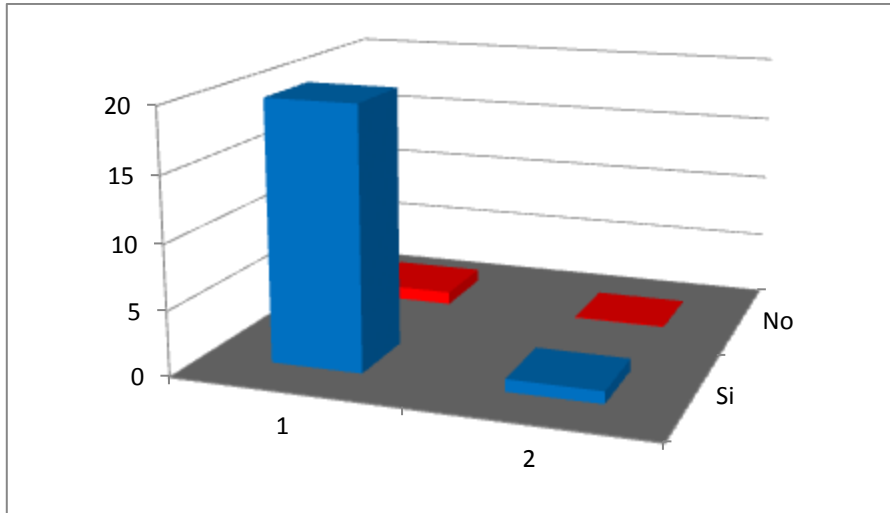


Figura 14: Gráfico de barras sobre si consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos

Interpretación:

Tabla 14 se puede verificar que el 95% de microempresarios encuestados manifiesta que consiguió ganancias en su empresa, después de pagar los excedentes de gastos, por tanto el 05% manifiesta que no consiguió ganancias en su empresa, después de pagar los excedentes de gastos.

Tabla 15
Ha realizado análisis contables

Ha realizado análisis contables	Cantidad	Porcentaje
Si	13	62%
No	8	38%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

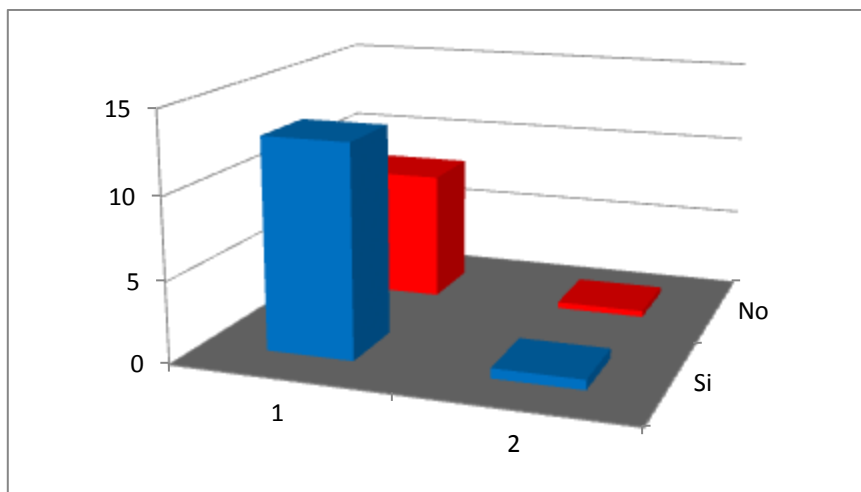


Figura 15: Gráfico de barras sobre si ha realizado análisis contables

Interpretación:

Tabla 15 se puede verificar que el 62% de microempresarios encuestados manifiesta que ha realizado análisis contables con la finalidad de comprobar si su empresa es estable, por tanto el 38% manifiesta que no ha realizado análisis contables para comprobar si su empresa es estable.

Tabla 16
Vender productos innovados es una buena estrategia

Vender productos innovados es una buena estrategia	Cantidad	Porcentaje
Si	13	62%
No	8	38%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

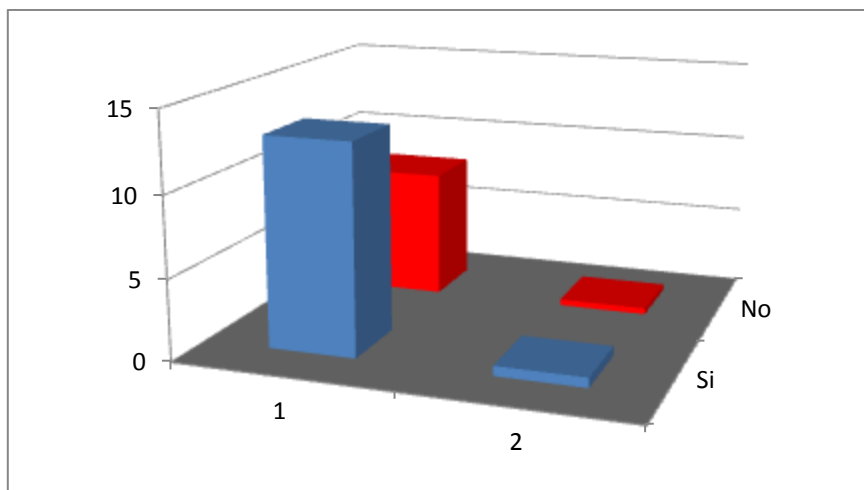


Figura 16: Gráfico de barras sobre si vender productos innovados es una buena estrategia

Interpretación:

Tabla 16 se puede verificar que el 62% de microempresarios encuestados manifiesta que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa, por tanto el 38% manifiesta vender productos innovados no es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa.

Tabla 17
Compara sus ganancias con su capital

Compara sus ganancias con su capital	Cantidad	Porcentaje
Si	10	48%
No	11	52%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

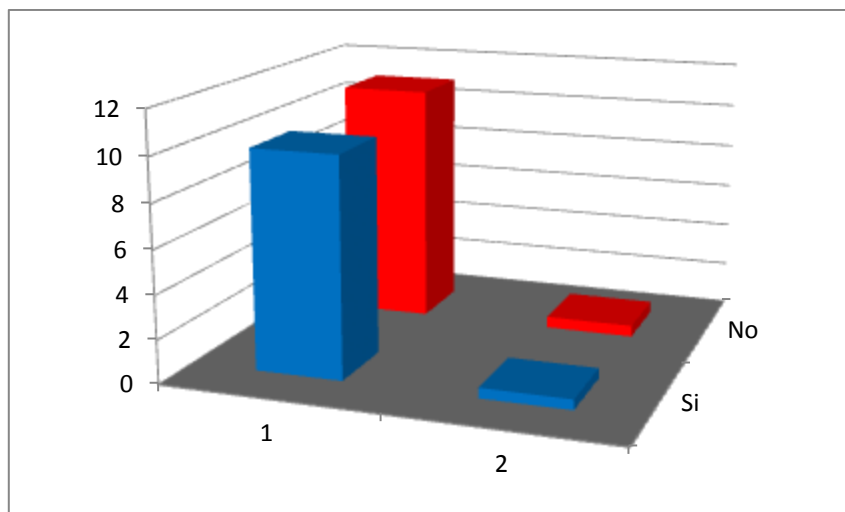


Figura 17: Gráfico de barras sobre si compara sus ganancias con su capital

Interpretación:

Tabla 17 se puede verificar que el 52% de microempresarios encuestados manifiesta que para medir la rentabilidad de su empresa no compara sus ganancias con su capital, por tanto el 48% manifiesta que compara sus ganancias con su capital.

Tabla 18
Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad

Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad	Cantidad	Porcentaje
Si	17	81%
No	4	19%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

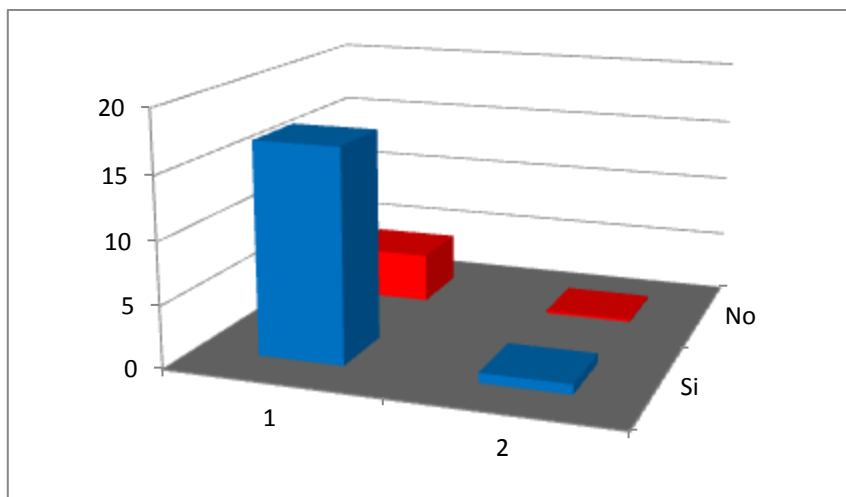


Figura 18: Gráfico de barras sobre si es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad

Interpretación:

Tabla 18 se puede verificar que el 81% de microempresarios encuestados manifiesta que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad, por tanto el 19% manifiesta que no es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad

Tabla 19
El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa

El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa	Cantidad	Porcentaje
Si	20	95%
No	1	5%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

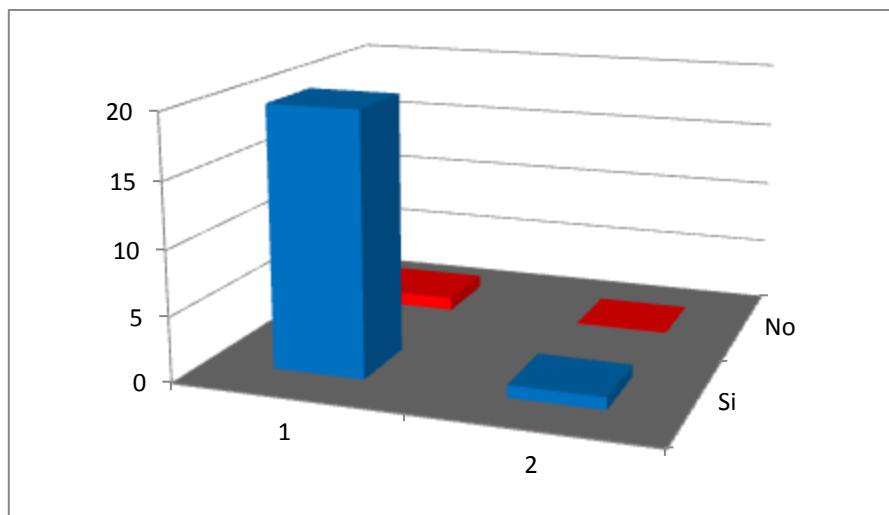


Figura 19: Gráfico de barras sobre el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa

Interpretación:

Tabla 19 se puede verificar que el 95% de microempresarios encuestados manifiesta que el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa, por tanto el 05% manifiesta que no le permite medir la rentabilidad de su empresa el nivel de ventas.

Tabla 20
Es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo

Es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo	Cantidad	Porcentaje
Si	17	81%
No	4	19%
Total	21	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración: Propia

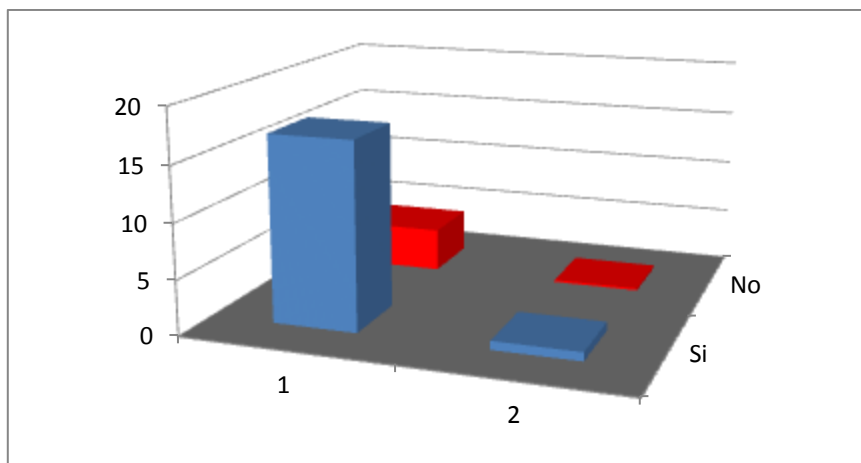


Figura 20: Gráfico de barras sobre si es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo

Interpretación:

Tabla 20 se puede verificar que el 81% de microempresarios encuestados manifiesta que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa, por tanto el 19% manifiesta que no es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa.

4.2. Análisis de Resultados

En los datos de la Tabla 01 denominada “iniciarse en el negocio de ópticas con financiamiento de entidades financieras” se verifica que el 71% de los empresarios encuestados decidió iniciarse en el negocio de ópticas con financiamiento de entidades financieras. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro se financian con entidades financieras. En tal sentido esta investigación Guivobich (2013), El 85,7% no solicitó dinero en ninguna entidad bancaria, por tanto esta investigación no coincide con la investigación, en tal sentido esta respuesta responde al objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 02 denominada “monto solicitado cubrió todas las actividades de su negocio” se verifica que el 76% de los empresarios encuestados manifiesta que el monto solicitado cubrió todas las actividades de su negocio. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro cubre todo las actividades de su empresa con el préstamo solicitado. En tal sentido esta investigación Balcázar (2014), las MYPE para mantenerse en el mercado recurren a créditos bancarios a fin de cubrir sus necesidades de capital de trabajo con el propósito de ser competitivos responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 03 denominada “recibió a tiempo el dinero desembolsado por las entidades financieras” se verifica que el 57% de los empresarios encuestados manifiesta que recibió a tiempo el dinero desembolsado por las entidades financieras. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro recibió a tiempo el dinero obtenido por las entidades financieras. Por tanto esta investigación concuerda con Briham (2011) y Bsley (2010), Es por ello, que estas fuentes de financiamientos pueden ser divididas a corto plazo, a mediano plazo y a largo plazo: este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 04 denominada “el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa para mejoras” se verifica que el 67% de los empresarios encuestados manifiesta que el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa para mejoras. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro ha crecido

empresarialmente incrementando la diversificación de sus productos. Por tanto esta investigación concuerda con García y Lozada (2010), lo que provoca alto grado de innovación y a su vez brindar pautas que ayuden al crecimiento de las pymes, obteniendo un sinnúmero de beneficios; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 05 denominada “el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos” se verifica que el 52% de los empresarios encuestados manifiesta que con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro con el préstamo obtenido ha implementado su local. Por tanto esta investigación concuerda con Farfán (2016), el 65% invirtieron en mercadería, el 20% compro activos fijos, el 10% utilizo en hacer mantenimiento al local y 5% programas de capacitación; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 06 denominada “las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos para otorgarle el préstamo” se verifica que el 52% de los empresarios encuestados manifiesta que las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos para otorgarle el préstamo. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro manifiestan las entidades financieras le solicitan muchos requisitos para brindarle un préstamo. Por tanto esta investigación concuerda con Mesía, Costa y Soto, (2012) comprende un conjunto de procedimientos previos (recolección y análisis de información de los potenciales prestatarios) y posteriores (cobranza y

monitoreo) al otorgamiento del crédito; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 07 denominada “antes de brindarle préstamo las entidades financieras evaluaron sus estados financieros” se verifica que el 57% de los empresarios encuestados manifiesta que antes de brindarle préstamo las entidades financieras evaluaron sus estados financieros para saber si contaba con solvencia económica. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro indican que las entidades financieras para brindarle un préstamo evalúan sus estados financieros y algunos requisitos más. Por tanto esta investigación concuerda con Ruty (2007), comprende un conjunto de procedimientos previos (recolección y análisis de información de los potenciales prestatarios) y posteriores (cobranza y monitoreo) al otorgamiento del crédito; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 08 denominada “el financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio” se verifica que el 86% de los empresarios encuestados manifiesta que el financiamiento contribuye al crecimiento de su negocio. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro manifiesta que el financiamiento obtenido le ayudo a implementar su negocio. Por tanto esta investigación concuerda con Balcázar (2014), Las MYPE para mantenerse en el mercado recurren a créditos bancarios a fin de cubrir sus necesidades de capital de trabajo con el propósito de ser competitivos; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 09 denominada “con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana” se verifica que el 71% de los empresarios encuestados manifiestan que con el financiamiento obtenido no considera abrir nuevos locales en Sullana porque consideran que no es un buen mercado para la venta de montura de lentes. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro no está satisfecha con su empresa porque los ingresos o ganancias son bajos. Por tanto esta investigación concuerda con Quintana (2016), el 83 % usó dicho crédito como capital de trabajo y abrir nuevas sucursales; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 10 denominada “es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera” se verifica que el 62% de los empresarios encuestados manifiesta que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro considera que solicitar un préstamo a una entidad financiera es una ventaja ante los usureros. Por tanto esta investigación concuerda con Céspedes (2014), al financiamiento sus MYPES tienen las siguientes características: el 75% recibieron créditos financieros de terceros para su negocio (siendo el 75% del Sistema Bancario-Financiero) y el 25% prefirió trabajar con usureros durante el periodo en mención; este resultado responde al primer objetivo específico: Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 11 denominada “solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso para su empresa” se verifica que el 67% de los empresarios encuestados manifiesta que solicitar un préstamo a largo plazo es beneficioso para su empresa, ya que le da más tiempo para terminar cancelar el préstamo. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro ha solicitado un préstamo a largo plazo. Por tanto esta investigación concuerda con Rivero (2007), la edad y la protección fiscal diferente a la deuda son los factores más influyentes al momento de tomar la decisión de endeudarse a largo plazo; este resultado responde al segundo objetivo específico: Identificar las fuentes de financiamiento relacionadas a las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 12 denominada “para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio” se verifica que el 100% de los empresarios encuestados manifiesta que para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio, además otros requisitos con respecto al negocio. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro que solicitaron un préstamo a una entidad financiera y optaron por el crédito hipotecario manifiesta que entregaron como garantía el título de propiedad original de su predio. Por tanto esta investigación concuerda con Goldschmidt (2012), “es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizale el pago del préstamo”. Este resultado responde al segundo objetivo específico: Identificar las fuentes de financiamiento relacionadas a las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 13 denominada “la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido” se verifica que el 71% de los empresarios encuestados manifiesta que la rentabilidad de su negocio ha incrementado por el financiamiento obtenido ya que le permitió incrementar su negocio. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro opina que el financiamiento obtenido le ayuda a mejorar la rentabilidad de su empresa. Por tanto esta investigación concuerda con Vásquez (2015), el 100% de las MYPE encuestadas considera que su rentabilidad ha mejorado; este resultado responde al tercer objetivo específico: Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 14 denominada “consiguió ganancias en su empresa, después de pagar los excedentes de gastos” se verifica que el 95% de los empresarios encuestados manifiesta que consiguió ganancias en su empresa, después de pagar los excedentes de gastos. En tal sentido la mayoría de las MYPES en este rubro considera que sigue obteniendo ganancia después de pagar todo los egresos que tiene en el periodo del mes. Por tanto esta investigación concuerda con Sánchez (2012), son la rentabilidad y la confianza, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la ganancia más segura no suele encajar con la más rentable; este resultado responde al tercer objetivo específico: Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 15 denominada “ha realizado análisis contables” se verifica que el 62% de los empresarios encuestados manifiesta que ha realizado análisis contables con la finalidad de comprobar si su empresa es estable. En tal sentido la mayoría de las

MYPES en este rubro realiza análisis contable por lo menos una vez al año para verificar si siguen obteniendo ganancias. Por tanto esta investigación concuerda con García y Lozada (2015), las principales características así como los problemas que afrontan estas empresas en crecimiento además de darnos cuenta que uno de sus inconvenientes es la falta de información ya que no cuentan con entes controladores que les obliguen a llevar sus registros. Para ello se utilizara métodos y técnicas de investigación, con la finalidad de conocer y proporcionar una serie datos; este resultado responde al tercer objetivo específico: Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 16 denominada “vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa” se verifica que el 62% de los empresarios encuestados manifiesta que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa. En tal sentido la mayoría de las MYPES manifiesta que incrementar a su negocio productos innovados le permitió crecer sus ganancias y mejorar el estilo de vida. Por tanto esta investigación concuerda con Ríos (2014), Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante; este resultado responde al tercer objetivo específico: Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 17 denominada “para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital” se verifica que el 52% de los empresarios encuestados manifiesta que para medir la rentabilidad de su empresa no compara sus ganancias con su capital. En tal sentido la mayoría de las MYPES no compara sus

ganancias con su capital (margen operacional) porque se conforman en tener ganancias mínimas. Por tanto esta investigación concuerda con Sánchez (2012), Indica la cantidad de ganancias operativas por cada unidad vendida; este resultado responde al cuarto objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 18 denominada “es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad” se verifica que el 81% de los empresarios encuestados manifiesta que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad. En tal sentido la mayoría de las MYPES invierte dinero para mejorar las ganancias de su empresa. Por tanto esta investigación concuerda con Ríos (2014), La fórmula de relación real que mide la intensidad de capital son los activos totales divididos por los ingresos de ventas de un periodo especificado); este resultado responde al cuarto objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 19 denominada “el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa” se verifica que el 95% de los empresarios encuestados manifiesta que el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa. En tal sentido la mayoría de las MYPES considera que el volumen de ventas le ayuda a incrementar las ganancias. Por tanto esta investigación concuerda con Sánchez (2012), El margen mide la ganancia obtenida por cada unidad monetaria vendida, es decir, la rentabilidad de las ventas; este resultado responde al objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

En los datos de la Tabla 20 denominada “es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa” se verifica que el 81% de los empresarios encuestados manifiesta que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa. En tal sentido la mayoría de las MYPES manifiesta que sin ganancias su empresa no podría competir ni mantenerse en mercado. Por tanto esta investigación concuerda con Sánchez (2012), Mide los beneficios que obtiene la empresa por cada unidad vendida; este resultado responde al cuarto objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, son en su mayoría financiadas en entidades financieras, el monto desembolsado fue a tiempo con el cual cubrió las necesidades de su negocio, lo que le permitió mejorar su local y adquirir maquinarias y equipos.

Las fuentes de financiamiento que identifican los propietarios de las ópticas en Sullana son el financiamiento a corto y a largo plazo, los créditos hipotecarios, los pagare, las líneas de crédito, las cuales contribuyen al crecimiento de su empresa.

Respecto a las principales características de la rentabilidad los microempresarios en este rubro indican que han mejorado su rentabilidad gracias al financiamiento obtenido, y aun les quedó ganancias después de pagar los excedentes de gastos, dentro del mes realizaron un análisis contable de su empresa, obteniendo resultados óptimos.

Los propietarios de las MYPE para medir los niveles de rentabilidad en su empresa comparan sus ganancias con su capital y con los cuales se sienten satisfechos, el nivel de ventas realizadas durante el mes, consideran que es importante invertir activos disponibles para la innovación de sus productos y mejorar la rentabilidad de su empresa.

5.2.Recomendaciones

- A los propietarios buscar alternativas de financiamiento como son los préstamos a corto plazo, en las cuales la tasa de interés son bajas.
- Además se recomienda a las MYPE realizar análisis contable mensualmente para buscar alternativas de mejoras para su negocio.
- A otras organizaciones pueden tomar como base este estudio e investigación que se ha realizado para que les sirva de guía y así tener en cuenta la situación de una parte del mercado a que se enfrenta.

Aspectos Complementarios

Marco Conceptual

Discapacidad: Es toda pérdida o anormalidad en una estructura a nivel fisiológico, anatómico o psicológico. En este sentido se puede hablar de discapacidad visual como la pérdida total o parcial del sentido de la vista (Salud Medicinal, 2016).

Envejecimiento: Es la acumulación progresiva de cambios en el tiempo que son responsables del aumento de la probabilidad de enfermar y de morir del individuo (Hernández, 2013).

Finanzas: La disciplina que, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad (Ortega, 2009).

Gafas: También conocidas como lentes, anteojos, antiparras o espejuelos, son un instrumento óptico formado por un par de lentes sujetadas a un armazón, que se apoya en la nariz mediante un arco y dos varillas (conocidas coloquialmente como “patillas”) que ayudan a sostenerlas en las orejas.

Glaucoma: Es la segunda causa de pérdida total de visión en los países desarrollados. Es denominado habitualmente “ceguera silenciosa”, debido a que su avance puede conducir a la pérdida de visión en uno o los dos ojos sin que la persona perciba ningún síntoma, al menos al principio.

Ilusión óptica: Es un fenómeno que se produce cuando nuestra visión capta lo real de una manera equivocada o falsa. Esto puede llevarse a cabo por razones cognitivas (cuando la cultura y los conocimientos de los distintos sujetos hacen que una imagen pueda interpretarse de distintas formas) o fisiológicas (como lo que ocurre cuando una fuente de iluminación muy potente encandila al observador) (Pérez y Gardey).

Optometría: Es la ciencia encargada del cuidado primario de la salud visual, a través de acciones de prevención, diagnóstico, tratamiento y corrección de defectos refractivos, acomodativos, musculares y enfermedades del segmento anterior. También se ocupa del diseño, cálculo, adaptación y control de lentes de contacto y lentes oftálmicas.

Óptica: También hace referencia a todo lo que está vinculado a la visión. Una óptica puede ser una tienda dedicada a vender productos como anteojos, sean de aumento o de sol, o una persona que cuenta con un título que lo habilita para desempeñarse en este sector. La óptica es, por otra parte, la técnica para fabricar lentes y otros dispositivos que permiten que la gente con afecciones tales como el astigmatismo o la miopía vea mejor (Pérez y Gaedey).

Rentabilidad: es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados (Sánchez, 2006).

Rentabilidad económica: es una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad (Sánchez, 2006).

Referencias Bibliográficas

- Albirena Eyzaguirre, L. (2014). *La competitividad del corredor económico: Sullana-Tambogrande-San Lorenzo-Ayabaca*. El Tiempo. Piura, 18 de mar.
- Aldea, V. (2012). *Los acuerdos de accionistas y socios Requisitos societarios*. ECB Ediciones S.A.C. Año 2012 Derechos reservados D.Leg. N° 822.
- Aspilcueta Rivera, J. (julio de 2012). *monografías.com*. Obtenido de *monografías.com*: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypesperu/mypes-peru.shtml>
- Arenas M. (2014), *Seguridad y flexibilidad del servicio de confirming. Estrategia Financiera*, N° 251, 2008, p. 76. Segundo Edición.
- Balcázar J. (2014), *El Financiamiento y la Rentabilidad del Crédito Bancario en las MYPES*, Tesis para obtener el título de licenciado en Administración, ULADECH.
- Banegas, R. (2008). *Análisis por ratios de los estados contables financieros (análisis externo)*, Ed. Cívitas, Madrid.
- Besley y Brigham. (2011). *Finanzas de administración*. Cuarta edición. México.
- Besly, M. (2010). *Fuentes de Financiamiento*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>. Consulta.
- Briceño (2013). *Fuentes de financiamiento: enfoques modernos*, [<http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml>]. Consulta [2015 Octubre 19]
- Brigham. S. (2011). *Fuentes de Financiamiento*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>.

- Cantador Francisco. (2010, Julio 19). *Las 6 características de un negocio rentable*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/6-caracteristicas-negocio-rentable/>
- Castillo, A. (s.f.). *Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Apuntes iniciales, a propósito de las modificaciones introducidas por la Ley N° 30056 y la aprobación del T.U.O. de la Ley MIPYME mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE*. Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/tag/micro-y-pequena-empresa/>
- Céspedes Moscol J. (2014). “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las medianas y pequeñas empresas sobre artículos de ferretería y de electricidad de la provincia Sullana en el período 2014*”. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. ULADECH, Sullana.
- Copeland, T.; Weston, F. y Shastri, K. (2012): *Financial Theory and Corporate Policy*, Ed. Pearson, 6° edición
- Corsi, L. (20012). *Documentos Financieros*. Caracas: Universidad Católica Andrés
- Farfán, C. (2013). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro abarrotes del distrito de Piura, periodo 2011 – 2012*. Piura.
- García F. y Lozada L. (2015), “*Análisis de las características de las pymes del sector industrial localizadas en la zona 5 en el Cantón el Triunfo desde junio 2014 a junio 2015*”, Disponible en: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2789>
- García I. (2014). *La rentabilidad de las PYMES se disparó en 2013*. Territorio PYME emprende el camino.

- Goldschmidt, R. (2010). *Curso de Derecho Mercantil*. Caracas: Universidad Católica Andrés bello.
- Guivobich I. (2013), “*Financiamiento y capacitación de micro y pequeñas empresas de pollerías, Av. Aviación, San Borja, Lima, 2013*”, Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración.
- Hernández, N. (2013). *El proceso del envejecimiento*. Disponible en: <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Dic2003/2753>
- Hernández R. (2012). *Diseño de investigación transversal y longitudinal*. Recuperado el 16 de septiembre de 2016, en: <http://es.slideshare.net/Spaceeeboy/diseo-de-investigacion-transversal-y-longitudinal>
- INEI (2011), *Metodología de Cálculo del Producto Bruto Interno Anual (INEI)*, Recuperado desde: <http://www1.inei.gob.pe/web/Metodologias/Attach/6609.pdf>
- Lira, P. (2012). *Finanzas y Financiamiento. Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. USAID: Perú
- López, J. (2014, Marzo 26). *Fuentes de financiamiento para las empresas*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Mesía M., Costa E. y Soto R. (2012). *El Costo del Crédito en el Perú Revisión de la Evolución Reciente*. Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).
- Ortega, A. (2009). *Definición de Finanzas*. <http://articulosfinanzas.blogspot.pe/2009/01/finanzas.html>
- Palle S. y Martins F. (2010). *Tipos y diseño de la Investigación*, (Pág. 87).

- Pérez Porto J. y Gardey A. (Publicado: 2009). *Definiciones: Definición de óptica* (<http://definicion.de/optica/>)
- Porter, M. (2010). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Buenos Aires: McGraw Hill.
- Quintana G. (2016). “*Financiamiento en micro- y pequeñas empresas del sector servicios, rubro carpintería Nuevo Chimbote, 2012-2013*”, Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración.
- Quintanilla P. (2015). *Las Microfinanzas y las MYPES*. Recuperado el 12 de octubre de 2016 en: <http://larepublica.pe/19-04-2015/las-microfinanzas-y-las-mypes>
- Ríos K. (2014), *gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de courier en lima metropolitana*, Tesis Para Optar el Título de Contador Público, en la Universidad San Martín de Porras.
- Rivera J. (2007). *Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2000-2004*, Tesis para obtener el título de Contador Público.
- Rodríguez Cueva D. (2015). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro ópticas de la ciudad de Huaraz 2014*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. ULADECH, Huaraz.
- Romero, M. (2015). *Confirming: el sistema de gestión de pagos más eficaz. Estrategia Financiera*, N° 164, 2000, p. 42 a 55.
- Rutty, M, (2007), *Evaluación de impacto en la capacitación de recursos humanos*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas

- Rubio J. (2013). *Negocio a la vista Óptica*. Emprendedores.es.
- Salazar, (2015) *OIT: MYPES son las mayores generadoras de empleo en la región*, El comercio (Martes 8 de septiembre 2015), recuperado en: http://elcomercio.pe/economia/mundo/oit-mypes-son-mayores-generadoras-empleo-region-noticia-1839318?ref=flujo_tags_513994&ft=nota_12&e=titulo
- Salud Medicinal, (2016). *Discapacidad visual*. Recuperado el 20 de noviembre en: <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/visual/temas-relacionados/discapacidad-visual.html>
- Sánchez, J. (2006). *Análisis de la Rentabilidad de la empresa*. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>
- Sánchez J. (2014), *Participación de las MYPES en el PBI sigue en descenso*”, alertó la SNI, Gestión (Jueves, 15 de mayo del 2014),
- Sánchez J. (2012): *"Análisis de Rentabilidad de la empresa"*, [en línea] 5campus.com, Análisis contable <<http://www.5campus.com/leccion/anarenta>> [09 de setiembre del 2016]
- Silupú B. (2012). *Las MYPES están haciendo crecer a Piura*. [UDEP hoy]. Recuperado el 11 de octubre de 2016 en: <http://udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-a-piura/>
- Silva, A. (2011). *Situación actual de las micro y pequeñas empresas –MYPES*. [Acceso 15 de marzo 2011]; Disponible en: <http://albertbardeconomia.blogspot.com/2011/03/situacion-actual-de-las-micro-y.html>
- Tamayo, (2013). *Proceso de Investigación Científica*, (Pág. 35).

Tamayo, (2013). *Metodología cuantitativa*. (Pág.43)

Teves J. (2011). *monografias.com*. Obtenido de *monografias.com*:
<http://www.monografias.com/trabajos82/situacion-economica-mype-villasalvador/situacion-economica-mype-villa-salvador2.shtml>

Vásquez Ortiz I. (2015). Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro construcción del distrito Sullana, 2015. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. ULADECH, Sullana.

Vegas P, Cinthia C. (2012). “*Análisis del financiamiento para las Pymes en la Región Piura (Perú)*”. Tesis presentada para optar el título de Master Propio Universitarios, Universidad Internacional Santa Lucía. España.

Villanueva, L. (2009). *Gestión de recursos humanos*. Programa de Fortalecimiento de Servicios de Salud Área de Capacitación y Apoyo a la Gestión.

Zamora A (2011), *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*.

ANEXOS

1. CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

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

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE del distrito de Sullana con respecto a rentabilidad, financiamiento, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Encuestador (a):.....

Fecha:/...../2016

I. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

1.1.¿Su empresa se financia por medio de ahorros personales o entidades financieras?

Ahorros Personales	
Entidades financieras	

1.2.¿El monto solicitado cubrió todo las actividades de su negocio?

Si		No	
----	--	----	--

1.3.¿Recibió a tiempo el dinero desembolsado?

Si		No	
----	--	----	--

1.4.¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

1.5.¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos?

Si		No	
----	--	----	--

1.6.¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?

Si		No	
----	--	----	--

1.7.¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?

Si		No	
----	--	----	--

1.8.¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?

Si		No	
----	--	----	--

1.9.¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?

Si		No	
----	--	----	--

1.10. ¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera?

Si		No	
----	--	----	--

1.11. ¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

1.12. ¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad original de un determinado predio?

Si		No	
----	--	----	--

II. RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

2.1. ¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?

Si		No	
----	--	----	--

2.2. ¿Su empresa consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos?

Si		No	
----	--	----	--

2.3. ¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis contables?

Si		No	
----	--	----	--

1.1. ¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?

Si		No	
----	--	----	--

1.2. ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?

Si		No	
----	--	----	--

1.3. ¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?

Si		No	
----	--	----	--

1.4. ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

1.5.¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, diciembre de 2016.

RESUMEN DE TABLAS SEGÚN LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTA		OBJETIVOS
		Si	No	
F I N A N C I A M I E N T O	1. ¿La empresa se financia por medio de personas naturales o entidades financieras?	71%	29%	Describir las principales características del financiamiento de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016
	2. ¿El monto solicitado cubrió todas las actividades de su negocio?	76%	24%	
	3. ¿Recibió a tiempo su dinero desembolsado?	57%	43%	
	4. ¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa?	67%	33%	
	5. ¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinaria y equipos?	52%	48%	
	6. ¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?	52%	48%	
	7. ¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?	57%	43%	Identificar las fuentes de financiamiento relacionadas a las ópticas del distrito de Sullana, año 2016
	8. ¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?	86%	14%	
	9. ¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?	71%	29%	
	10. ¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de entidad financiera?	62%	38%	
	11. ¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?	67%	33%	
	12. ¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad de un determinado predio?	100%	0%	

R E N T A B I L I D A D	13. ¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?	71%	29%	Determinar las principales características de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016
	14. ¿Su empresa consiguió ganancias después de pagar los excedentes de gastos?	95%	5%	
	15. ¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis?	62%	38%	
	16. ¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?	62%	38%	
	17. ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?	48%	52%	Describir los niveles de rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana, año 2016
	18. ¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?	81%	19%	
	19. ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?	95%	5%	
	20. ¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?	81%	19%	

2. VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Váldor:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cuál será aplicado a las MYPE dedicadas a las ópticas, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

"Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016".

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Viera Hinojosa
CLAD 05862

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Dr. Lic. Adm. Prado G. Nelina Hincapié
ESPECIALIDAD: lic. en Administración - Profesora en Gestión Pública
DNI: 02657237

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Frecia Miluska Castro Alva, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016”.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 09 de NOVIEMBRE del 2016



Dr. Lic. Adm. Prado G. Nelina Hincapié
CLAC 05662
Nombre: Nelina Hincapié
DNI: 02657237

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Financiamiento	Gitman, (2010) es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto académico. La principal particularidad es que generalmente estos recursos financieros son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante	Recursos monetarios	Ahorros personales Entidades financieras	¿Su empresa se financia por medio de ahorros personales o entidades financieras?			/	/	/	/					
			Monto	¿El monto solicitado cubrió todo las actividades de su negocio?			/	/	/	/					
			Desembolsado	¿Recibió a tiempo el dinero desembolsado?			/	/	/	/					
		Préstamo	Inversión	¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa? ¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos?			/	/	/	/	/	/			
			Crecimiento	¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?			/	/	/	/	/	/			
			Nuevos locales	¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?			/	/	/	/	/	/			

<p>hacer frente ante un déficit presupuestario grave. Sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el "precio del dinero en el mercado financiero". En términos generales, la tasa de interés (expresada en términos de porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.</p>	Fuente	Nuevos locales	¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?					X	X	X	X		
		Crédito Hipotecario	¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad de un determinado predio?					X	X	X	X		
		Ventaja	¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera?					X	X	X	X		
		Largo plazo	¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?					X	X	X	X		
	Características	Requisitos	¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?					X	X	X	X		
		Estados Financieros	¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?					X	X	X	X		


 FIRMA DEL
 Sr. Lic. Alberto Alvarado Guerrero
 CIAD 25462

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	Sánchez, (2012) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del	Análisis Rentable	Financiamiento	¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?			X		X		X		X		
			Gastos	¿Su empresa consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos?			X		X		X		X		
			Análisis contables	¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis contables?			X		X		X		X		
		Niveles	Ratio Económico	¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?			X		X		X		X		


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mero Hincapié
 CLAO 05962

<p>rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.</p>		Activos	¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?			X	X	X	X		
		Ventas	¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?			X	X	X	X		
		Beneficio	¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?			X	X	X	X		
	Eficiencia	Estrategia	¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?			X	X	X	X		


 FIRMA DEL
 EVALUADOR
 Mg. Lc. Aro. Manuel G. Mena Hinojosa
 CIAD-05862

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Válido:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cual será aplicado a las MYPE dedicadas a las ópticas, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

"Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016".

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


.....
Mario del C. Escobedo
LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD 83919

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Maria del Carmen Rosillo de Purizaca

ESPECIALIDAD: Mg. Pagos Inversión - Lic. Ciencias Adm.

DNI: 02813255

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Freia Miluska Castro Alva, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

"Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016".

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 10 de Noviembre del 2016


Maria del C. Rosillo de Purizaca
LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD 63970

Nombre: Maria del Carmen Rosillo de Purizaca

DNI: 02818255

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"


Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Financiamiento	Gitman, (2010) es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto académico. La principal particularidad es que generalmente estos recursos financieros son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante	Recursos monetarios	Ahorros personales Entidades financieras	¿Su empresa se financia por medio de ahorros personales o entidades financieras?			✓		✓		✓		✓		
			Monto	¿El monto solicitado cubrió todo las actividades de su negocio?			✓		✓		✓		✓		
			Desembolsado	¿Recibió a tiempo el dinero desembolsado?			✓		✓		✓		✓		
		Préstamo	Inversión	¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa?			✓		✓		✓		✓		
				¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos?			✓		✓		✓		✓		
			Crecimiento	¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?			✓		✓		✓		✓		
			Nuevos locales	¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?			✓		✓		✓		✓		

<p>un organismo financiero internacional para poder hacer frente ante un déficit presupuestario grave. Sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el "precio del dinero en el mercado financiero". En términos generales, la tasa de interés (expresada en términos de porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.</p>	Fuente	Crédito Hipotecario	¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad de un determinado predio?			✓		✓		✓		✓		
		Ventaja	¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera?			✓		✓		✓		✓		
		Largo plazo	¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?			✓		✓		✓		✓		
	Características	Requisitos	¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?			✓		✓		✓		✓		
		Estados Financieros	¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?			✓		✓		✓		✓		


 Mario del C. Rosillo de Purizaco
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAS 01870
 FIRMA DEL
 EVALUADOR

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	Sánchez, (2012) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del	Análisis Rentable	Financiamiento	¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?			✓		✓		✓		✓		
			Gastos	¿Su empresa consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos?			✓		✓		✓		✓		
			Análisis contables	¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis contables?			✓		✓		✓		✓		
		Niveles	Ratio Económico	¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?			✓		✓		✓		✓		

<p>rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.</p>		Activos	¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?			✓		✓		✓		✓	
		Ventas	¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?			✓		✓		✓		✓	
		Beneficio	¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?			✓		✓		✓		✓	
	Eficiencia	Estrategia	¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?			✓		✓		✓		✓	



 Mario del C. Rosillo de Purzoco
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAB 03370

 FIRMA DEL
 EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Válido:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario, el cual será aplicado a las MYPE dedicadas a las ópticas, en el distrito de Sullana, año 2016". En la cual sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

"Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016".

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
Dra. María Inés Mingo Asencio
COORDINADORA
FICHAJ SULLANA

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: María Isabel Mino Asencio
ESPECIALIDAD: ADMINISTRACIÓN
DNI: 18136983

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión del test sobre financiamiento y rentabilidad de las MYPE en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura Freccia Miluska Castro Alva, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

"Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las ópticas del distrito de Sullana año 2016".

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 10 de Noviembre del 2016



Nombre: María Isabel Mino Asencio
DNI: 18136983

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS ÓPTICAS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2016"

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Financiamiento	Gitman, (2010) es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto académico. La principal particularidad es que generalmente estos recursos financieros son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante	Recursos monetarios	Ahorros personales Entidades financieras	¿Su empresa se financia por medio de ahorros personales o entidades financieras?					/		/		/		
			Monto	¿El monto solicitado cubrió todo las actividades de su negocio?		/		/		/		/			
			Desembolsado	¿Recibió a tiempo el dinero desembolsado?		/		/		/		/			
		Préstamo	Inversión	¿Con el dinero obtenido ha incrementado la diversificación de su empresa?		/		/		/		/			
				¿Con el préstamo solicitado ha mejorado su local, adquirió maquinarias y equipos?		/		/		/		/			
			Crecimiento	¿El financiamiento obtenido contribuye al crecimiento de su negocio?		/		/		/		/			
			Nuevos locales	¿Con el financiamiento obtenido considera abrir nuevos locales en Sullana?		/		/		/		/			

<p>un organismo financiero internacional para poder hacer frente ante un déficit presupuestario grave. Sus principales características vienen dadas por las tasas de interés que es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el "precio del dinero en el mercado financiero". En términos generales, la tasa de interés (expresada en términos de porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.</p>	Fuente	Crédito Hipotecario	¿Para obtener el crédito hipotecario le solicitaron el título de propiedad de un determinado predio?			/	/	/	/		
		Ventaja	¿Considera que es una ventaja solicitar préstamo de una entidad financiera?			/	/	/	/		
		Largo plazo	¿Considera que solicitar un préstamo a largo plazo sea beneficioso para su empresa?			/	/	/	/		
	Características	Requisitos	¿Las entidades que financian su negocio le solicitan muchos requisitos?			/	/	/	/		
		Estados Financieros	¿Antes de brindarle los préstamos evaluaron sus estados financieros?			/	/	/	/		


 DR. MARCO ISABEL MORA ASENCIO
 PRESIDENTE
 FIRMA DEL
 EVALUADOR

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	OPCION DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
					SI	NO	REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA		OBSERVACIONES
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	Sánchez, (2012) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del	Análisis Rentable	Financiamiento	¿Considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento obtenido?			/	/	/	/					
			Gastos	¿Su empresa consiguió ganancias, después de pagar los excedentes de gastos?			/	/	/	/					
			Análisis contables	¿Para comprobar si su empresa es estable ha realizado análisis contables?			/	/	/	/					
		Niveles	Ratio Económico	¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?			/	/	/	/					

<p>rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.</p>	<p>Activos</p>	<p>¿Considera que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		<p>Ventas</p>	<p>¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		<p>Beneficio</p>	<p>¿Considera que es beneficiosa la rentabilidad que viene obteniendo en su empresa?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	<p>Eficiencia</p>	<p>Estrategia</p>	<p>¿Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>


 Dña. María José Sánchez
 Nº 1.111.111
 FIRMA DEL
 EVALUADOR