

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL DE ALIMENTOS DEL DISTRITO ALTO DE LA ALIANZA, AÑO 2015

Presentada por:

Bach. Carlos Armando Rosas Casanova

Para optar el Título Profesional de:

CONTADOR PÚBLICO CON MENCIÓN EN AUDITORÍA

TACNA – PERÚ

2015

DEDICATORIA

A Dios, mis padres y profesores, los cuales contribuyen a mi educación a través de sus enseñanzas, consejos y valores; permitiéndome ser una mejor personas cada día.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por otorgarme las fuerzas necesarias para salir a delante, a la Universidad Privada de Tacna, a la Facultad de Ciencias Contables y Financieras por haberme formado como profesional y como persona con valores éticos, morales e intelectuales.

INDICE

RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	03
INTRODUCCIÓN.....	04
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	07
1.1 Identificación y determinación del problema.....	07
1.2 Delimitaciones de la Investigación.....	11
1.2.1 Delimitación espacial.....	11
1.2.2. Delimitación temporal.....	11
1.3 Formulación del problema.....	11
1.3.1. Problema general.....	11
1.3.2. Problemas específicos.....	12
1.4 Objetivos: generales y específicos.....	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos.....	13
1.5. Justificación e importancia de la investigación.....	13
1.5.1. Justificación.....	13
1.5.2. Importancia.....	15
1.6. Alcances y limitaciones en la investigación.....	16
1.6.1. Alcances.....	16
1.6.2. Limitaciones.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes del estudio.....	18

2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	18
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	20
2.2. Bases teóricas – científicas.....	21
2.2.1. Base legal.....	21
2.2.2. Toma de decisiones.....	25
2.2.3. Herramientas Financieras.....	47
2.3. Definición de términos básicos.....	72
2.4. Sistema de hipótesis.....	75
2.4.1. Hipótesis general.....	75
2.4.2. Hipótesis específicas.....	76
2.5. Sistema de variables.....	76
2.5.1. Variable Independiente.....	76
2.5.2. Variable Dependiente.....	77
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	78
3.1. Tipo de investigación.....	78
3.2. Nivel de investigación.....	78
3.3. Diseño de investigación.....	78
3.4. Métodos de investigación.....	79
3.5. Población y muestra.....	79
3.5.1. Población.....	79
3.5.2. Muestra.....	80
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	80
3.6.1. Técnicas.....	80

3.6.2. Instrumentos.....	80
3.7. Ámbito de la investigación.....	81
3.8. Técnicas de procesamiento de datos.....	81
3.9. Selección y validación de los instrumentos de investigación.....	81
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	83
4.1. Resultados sobre las características de las MYPES.....	83
4.2. Resultados sobre el manejo de herramientas financieras.....	93
4.3. Resultados sobre la toma de decisiones.....	107
4.4. Contraste de hipótesis.....	135
4.5. Discusiones de resultados.....	136
CONCLUSIONES.....	139
SUGERENCIAS.....	141
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	143
ANEXOS.....	145

RESUMEN

La investigación desarrollada está referida al Manejo de Herramientas Financieras en la Toma de Decisiones de las MYPES del Sector Comercial de Alimentos, cuya delimitación espacial ha sido el Distrito de Alto de la Alianza de la Ciudad de Tacna. Para demostrar los objetivos de la investigación, se utilizó el método científico con un tipo investigación básica, con diseño correlacional, se tomó una muestra de 56 empresarios del sector en referencia, aplicando un cuestionario para recoger información sobre la toma de decisiones y otra para el manejo de herramientas financieras. Los resultados indican que 7.14% de los dueños no maneja las herramientas financieras, el 42.86% un poco, el 35.71% regularmente el 14.29% maneja lo suficiente; ahora las consultas las realizan a los contadores donde el 35.7% sobre declaraciones, y el 21.4% sobre el crecimiento del negocio. El 60.7% conoce el Estado de Situación Financiera y un 17.9% solo el Flujo de Caja. En cuanto a la toma de decisiones el 3.57% muy mala, el 33.93% mala, el 33.93% regular y 28.57% buena; El análisis de indicadores reporta que la selección de alternativas tiene una puntuación de 1.5 en la escala de 1 a 5 puntos, evaluar las alternativas 1.5 puntos, identificar el problema 1.6 puntos, calidad de las decisiones 2.7 puntos, generar alternativas 2.7 puntos y la implementación 1.8 puntos. Por último, la prueba de hipótesis con chi cuadrada indica que a un nivel de significatividad de 0.05, $p \text{ valor} = 0.00 < 0.05$, por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna comprobándose que existe una relación significativa entre ambas variables. De toda esta información concluimos que

a nivel de este tipo de negocios los propietarios no vienen tomando buenas decisiones, debido a que, no manejan las herramientas financieras básica que necesitan.

Palabras claves: toma decisiones, herramientas financieras, MYPES, sector comercial.

ABSTRACT

The research developed is referred to the Financial Management Tools for Decision Making of MSEs Food Retail Sector, whose spatial delimitation has been the Alto de la Alianza District of the City of Tacna. To demonstrate the objectives of the research, the scientific method was used with a basic research type, correlational design with a sample of 56 entrepreneurs in reference was made, using a questionnaire to collect information on the decision and the other for financial management tools. The resulted indicate that 7.14% of owners do not manage financial tools, some 42.86%, 35.71% 14.29% regularly handles enough; Now consultations are carried out counters where 35.7% on claims, and 21.4% of business growth. 60.7% know EE: SS: FF: only 17.9% and cash flow. Regarding the decision making very bad 3.57%, 33.93% the poor, the 33.93% and 28.57% Regular good; Indicator analysis reports that the selection of alternatives has a score of 1.5 on a scale of 1-5 points, evaluate alternatives 1.5 points, 1.6 points identify the problem, quality of decisions 2.7 points, 2.7 points and generate alternative implementation 1.8 points. Finally, the hypothesis test with chi square indicates a significance level of 0.05, $p\text{-value} = 0.00 < 0.05$, then the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted proving that there is a significant relationship between the two variables. From this information we conclude that the level of such business, owners are not making good decisions because they do not handle basic financial tools they need.

Keywords: decision making, financial tools, SMEs, commercial sector

INTRODUCCIÓN

El manejo de herramientas financieras en las empresas comerciales de alimentos es sumamente importante para cada una de las actividades que se realizan dentro de la entidad, por medio de esta los gerentes se valen para tomar decisiones, a su vez para implementar distintas políticas, normas y/o procedimientos a seguir en un periodo determinado, así como también se pueden enfocar en dar solución a los problemas que aquejan a la empresa, como son: las cuentas por cobrar o cuentas por pagar, entre otros. Además puede ser un punto de enfoque cuando es utilizado como herramienta para la rotación de inventarios. Por medio también del análisis e interpretación de estados financieros presentados a los gerentes, clientes, empleados y proveedores se pueden dar cuenta del desempeño de la empresa en el mercado.

La toma de decisiones es una parte del proceso de solución de problemas: la parte que trata de seleccionar el mejor camino entre dos o más opciones, la respuesta dada a un problema determinado, la solución adoptada ante un hecho o fenómeno, la acción de resolver o solucionar una indeterminación. Las decisiones abarcan un amplio aspecto, donde se incluyen, soluciones operativas, elaboración de planes, preparación de programas de acción, diseño de políticas y establecimiento de objetivos, entre otros, por tanto la toma de decisiones dentro de la gestión empresarial es un programa de acciones, expresado en forma de directivas para la solución de un problema y precisamente uno de los elementos que

intervienen en el proceso de toma de decisiones es la Información. Hay varios usuarios de la información contable, entre ellos los gerentes.

En el Primer Capítulo, se ha considerado el planteamiento del problema, que nos permitirá conocer la situación real en la que se encuentran las empresas comerciales de alimentos del distrito Alto de la Alianza con respecto al análisis e interpretación de estados financieros y la toma de decisiones; asimismo se plantean los problemas de la investigación, los objetivos, la justificación, las limitaciones y la viabilidad con los que haremos nuestro trabajo de campo.

En el Segundo Capítulo, se ha abordado el Marco Teórico que considera las bases teóricas – científicas, la definición de términos básicos, el sistema de hipótesis y el sistema de variables de la investigación.

En el Tercer Capítulo, contempla la metodología que permitió ordenar el trabajo coherentemente y que consiste en determinar el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento de datos y selección y la validación de los instrumentos de investigación.

En el Cuarto Capítulo, se consideran los resultados y discusiones del proyecto, que da a conocer la presentación de resultados, tablas, gráficos, el contraste de hipótesis y la discusión de resultados.

Finalmente, se tienen las conclusiones, Sugerencias, las referencias bibliográficas y los Anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema.

La Toma de Decisiones ha sido, tradicionalmente, algo inherente a la función directiva, y en la actualidad adquiere un interés de primer orden debido a los procesos de delegación y autogestión desencadenados en el seno de las organizaciones. Afortunadamente, en la actualidad, existen numerosas herramientas informáticas de apoyo a la toma de decisiones en base al conocimiento disponible, sin embargo, en el mundo de la MYPES encontramos que muchos de los que dirigen estas empresas, no aplican estas herramientas y deciden en función de su intuición; Esto es lo que ocurre con las MYPES del sector comercial de alimentos en la ciudad de Tacna, donde apreciamos que por su naturaleza, estas empresas se han formado a base de esfuerzo personal de los emprendedores, quienes no cuentan con los conocimientos ni la preparación necesaria en temas relacionados con las finanzas y saben muy poco sobre los aspectos contables de su empresa.

Ante las grandes y diversas oportunidades existentes en los mercados actuales, ¿qué oportunidades puede aprovechar una

empresa y en base a qué? Una empresa debe conocer cuáles son los fundamentos que la permiten competir en la actualidad. Esto no debe ser algo intuitivo o directo, sino que debe ser la culminación de un proceso de reflexión. En el caso de no conocer dichos fundamentos, difícilmente puede plantearse una búsqueda y aprovechamiento de las oportunidades. Cualquier empresa que desee aprovechar las oportunidades del presente para capturar los beneficios que genere la explotación de dicha oportunidad en el futuro, debe no solo conocer sus competencias esenciales como las finanzas y la contabilidad, sino que debe identificar las futuras.

Por otro lado, encontramos en las empresas la ausencia de personal capacitado y que no tienen el perfil adecuado en el manejo contable y financiero. El personal no capacitado es incapaz de realizar un análisis e interpretación de forma rápida, eficiente y oportuna; impidiendo absorber preguntas, consulta y/o solicitudes de información por parte de los gerentes, creando inconvenientes e incertidumbre al momento de elegir la mejor decisión para la empresa, influyendo directamente en la planeación, control y dirección de la empresa, ocasionando que no tengamos un manejo adecuado de los recursos que posee la misma, luego genera una incertidumbre ante una decisión de inversión; en efecto esto genera una ineficiencia en el desarrollo de la empresa.

Por consecuencia la calidad de la información contable se encuentra desconectada entre la información reflejada en los estados financieros y la necesidad de información de los diferentes usuarios de la misma, en particular de los gerentes e inversores. La información contable no es lo suficientemente ágil y útil para el logro de los objetivos empresariales, esto incide en la calidad de la información contable, en su suficiencia y oportunidad de presentación a quienes dirigen la empresa y toman las decisiones, por eso las empresas comerciales de alimentos no tienen la capacidad de reaccionar de forma rápida y conveniente en una economía de mercado tan cambiante.

Según el Ministerio de la Producción, en la actualidad encontramos 278 Empresas pertenecientes al régimen MYPE del Sector Comercial de Alimentos dentro del Distrito Alto de la Alianza, en el cual encontramos 274 microempresas comerciales de alimentos (con ventas de hasta 150 UIT) y 4 pequeñas empresas comerciales de alimentos (con ventas de 150 UIT hasta 1700 UITs) y dentro de la estructura empresarial del Distrito Alto de la Alianza es importante este sector porque proporciona abundantes puestos de trabajo, reduce la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, además mejoran la distribución del ingreso y contribuyen al

ingreso y crecimiento económico del distrito, del departamento y del país.

Las Empresas del sector de Comercio de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza pertenecientes al régimen MYPE han percibido una gran capacidad de desarrollo de recursos ya que al no tener acceso a créditos bancarios los empresarios han tenido que iniciar sus negocios con capital propio dando buenos resultados, además sin contar con muchos recursos han sabido salir a delante, pero una problemática bien resaltante que se puede dar en este sector es la inadecuada toma de decisiones que tienen los propietarios de las micro y pequeñas empresas al no tener conocimiento de las herramientas financieras que son útiles para el crecimiento de su negocio. Esto se evidencia con los resultados de sus ingresos, los cuales no pueden ser los esperados por ellos, el cual no le permitiría poder expandirse o crecer a futuro.

1.2. Delimitaciones de la Investigación

1.2.1. Delimitación espacial

El ámbito donde se desarrolló la investigación es en las MYPES del sector comerciales de alimentos, del distrito de Alto de la Alianza, provincia y departamento de Tacna.

1.2.2. Delimitación temporal

El periodo que comprende el estudio corresponde al mes de enero a diciembre del año 2015.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿En qué medida el manejo de herramientas contables y financieras influye en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?

1.3.2. Problemas específicos

- a. ¿Cómo es el manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?

- b. ¿Cómo es la toma de decisiones en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?

1.4. Objetivos: generales y específicos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la influencia del manejo de herramientas contables y financieras en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, en el año 2015.

1.4.2. Objetivos específicos

- a. Determinar el manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.
- b. Evaluar la toma de decisiones en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, en el año 2015.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1. Justificación

Dicha investigación beneficiara a los accionistas y gerentes a conocer, y poder utilizar correctamente las herramientas financieras para lograr una adecuada toma de decisiones, que influirá en el desempeño de la empresa y en el destino que esta pueda tener. Este manejo de herramientas financieras es importante para la gestión de todas las empresas del sector comercial de alimentos; actualmente no se está dando un adecuado manejo de estas herramientas financieras derivadas de un buen análisis e interpretación de estados financieros, ya

que a través de la análisis e interpretación de estados financieros se puede conocer el rumbo que está tomando la entidad y si requiere de cambios estructurales u organizacionales, que le permitan obtener un impulso en el mercado, logrando ser cada vez más competitiva en su sector.

Desde el punto de teórico, la investigación justifica porque permitirá ampliar el conocimiento sobre la toma de decisiones en la MYPES de la ciudad de Tacna, así como su relación con el manejo de las herramientas financieras. Desde el punto de vista metodológico la investigación permitirá aportar con nuevos instrumentos para la recolección de datos, ya estos serán diseñados por el investigador, además se establecerán las etapas de análisis y diagnóstico en relación a la correlación de las variables.

Desde el punto de vista práctico, la investigación es importante porque servirá como base de información para que los directivos de las MYPES cuenten con una visión más profunda sobre la toma de decisiones y el manejo de las herramientas financieras. Esto ayudara al establecimiento a tener nuevas estrategias, acompañadas de planes de mejoramiento sobre estos aspectos.

1.5.2. Importancia

En los últimos años, debido al crecimiento económico peruano, se han presentado eventos favorables y desfavorables para el sector comercial de alimentos en las MYPES, los efectos de la crisis económica financiera internacional afectaron a todo el mundo. Estos efectos de la economía internacional obligan al gobierno peruano y a los líderes empresariales a tomar medidas concretas a corto plazo, para protegerse de los efectos financieros, pues muchas MYPES invirtieron considerables montos para la inversión de su negocio. Dicho aporte del empresario, será muy difícil que se recupere, esto es si la demanda y los precios continúan bajando. Por otro lado, si bien los pequeños empresarios tienen como fin supremo maximizar la rentabilidad de sus negocios, va a depender de la capacidad del consumo de sus clientes, si las ventas disminuyen, entonces se corta la cadena de pago, con sus proveedores, empleados, trabajadores, etc.

Es por ese motivo que la importancia de este trabajo de investigación, sea poder tener un buen manejo de las herramientas financieras para la adecuada toma de decisiones

y para el desarrollo de las MYPES en el sector comercial de alimentos, en el distrito de Alto de la Alianza. Esta investigación permitirá identificar y sugerir las herramientas financieras, que el pequeño empresario podrá aplicar para la toma de decisiones de su negocio y así poder minimizar el riesgo, y maximizar la rentabilidad de su inversión.

1.6. Alcances y limitaciones en la investigación

1.6.1. Alcances

La investigación se realizará con el objeto de indagar sobre el manejo de herramientas financieras de los dueños o gerentes de las pequeñas y medianas empresas, su interpretación y si son utilizados en la toma de decisiones a los fines de alcanzar un crecimiento ordenado o más controlado de las empresas. Además se investigara sobre la relación entre ambas variables. Este estudio lo llevaremos a cabo con un enfoque mixto basado en información documental y de campo, con una población integrada por un grupo de expertos (empresarios y gerentes de micros y pequeñas empresas del sector comercial-alimentos), a los fines de evaluar y diferenciar los

beneficios de la toma de decisiones en cada una de estas empresas.

1.6.2. Limitaciones

La presente investigación no presenta dificultades significativas en relación al material de información, debido a que existe mucha información bibliográfica específica en relación a las herramientas financieras y la toma de decisiones de los gerentes. Se puede indicar como limitación la población de estudio, ya que solo se limita al estudio de las MYPES en el Sector Comercial de Tacna.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

Luego de haberse realizado la visita y consulta en la facultad de Ciencias Contables y Financieras en la Universidad Privada de Tacna; y otras Instituciones Superiores, revistas y tesis de investigación que tengan o guarden relación con el título de investigación “Manejo de herramientas financieras en la toma de decisiones de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015”, se pueden mencionar a continuación algunos trabajos mencionados, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presentan ciertos criterios que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Tanaka G. (2001), en su tesis doctoral “Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones”, Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Contables. La presente investigación, tuvo por objetivo: la utilización de herramientas

contables y financieras, para analizar e interpretar información contable-financiera utilizando diversos métodos para una mejor toma de decisiones de nivel gerencias. La hipótesis que pretende aprobar es, “Formular, un mejor manejo contable-financiero para la toma de decisiones de la gerencia”. La metodología descriptiva. Teniendo como conclusión que los socios deben tomar decisiones respecto al futuro de la empresa y de su giro, si lo mantendrán, lo ampliarán o lo cambiarán; deberán para ello hacer uso de su análisis de FODA.

Zavala M. (2005), en su tesis doctoral “La Contabilidad Financiera y la Toma de Decisiones en las Empresas Sector Industrial”, Universidad Nacional Federico Villarreal. Escuela Universitaria de Post Grado. El estudio tiene por objetivo: Determinar la manera como la contabilidad financiera genera información razonable que facilita la toma de decisiones sobre endeudamiento, inversiones, liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad de las empresas comerciales, la hipótesis que pretende aprobar es, “La contabilidad financiera facilita la toma de decisiones en las empresas del sector comercial, mediante la información razonable expresada en sus estados financieros, los cuales al ser analizados e interpretados proporcionan indicadores para el endeudamiento e inversiones, ventas y costos; liquidez,

gestión, solvencia y rentabilidad”. La metodología descriptiva y explicativa. Teniendo como conclusión que la contabilidad financiera es aquella que permite valorar, registrar y presentar las transacciones de las empresas del sector comercial.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Abreu S. (2003), en su tesis “La Importancia del Análisis de la Información Contable para la Toma de Decisiones”, Universidad Autónoma de Santo Domingo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Administración y Mercado. La presente tesis tuvo como objetivo: Analizar la importancia del análisis de información contable para la toma de decisiones en las empresas comerciales. La hipótesis que pretende aprobar es, “La contabilidad financiera facilita la toma de decisiones en las empresas del sector industrial, mediante la información razonable expresada en sus estados financieros, los cuales al ser analizados e interpretados proporcionan indicadores para el endeudamiento e inversiones ventas y costos; liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad”. La metodología descriptiva. Obteniendo como conclusión que la información contable debe ser precisa, manejable y de fácil interpretación, para reflejar la realidad de manera coherente y fiable, y sirva de soporte para la toma de

decisiones.

2.2. Bases teóricas – científicas

Definido el planteamiento del problema y determinando los objetivos que precisan los fines de la presente investigación, es necesario establecer los aspectos teóricos que sustentan el estudio en cuestión. Considerando lo antes expuesto, en este capítulo se muestran las bases de algunas teorías.

2.2.1. Base legal

2.2.1.1. Constitución política del Perú – Del Régimen Económico

Artículo 22°. El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona.

Artículo 58°. La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de

empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

Artículo 59º.- El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Artículo 60º.- El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional. La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal.

2.2.1.2. Ley N° 28015: Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa

Art. 2°.- Definición de Micro y Pequeña Empresa:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Art. 3°.- Características de las MYPES. Las MYPES deben reunir las siguientes características concurrentes:

A. El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores.

B. Niveles de ventas anuales:

- La microempresa tienen ingresos de hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT
- La pequeña empresa tiene ingresos de 150 UIT hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.
- Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas

públicas de promoción y formalización del sector.

2.2.2. Toma de decisiones

Según Wehrich H. (1999), en su libro “Administración una Perspectiva Global”, Logra definir a la toma de decisiones como: la toma de decisiones se define como la selección de un curso de acciones entre alternativas, es decir que existe un plan un compromiso de recursos de dirección o reputación. La toma de decisiones es sólo un paso de la planeación ya que forma parte esencial de los procesos que se siguen para la elaboración de los objetivos o metas trazadas a seguir. Rara vez se puede juzgar sólo un curso de acción, porque prácticamente cada decisión tiene que estar engranada con otros planes.

Según Turmero I. (2010), en su libro “Decisiones para el Financiamiento”, Define a la toma de decisiones como: una función imprescindible en las organizaciones, de un significado especial por no estar limitada a un solo nivel, sino por ser un proceso que se da en toda la institución, y además, por ser parte fundamental inherente a todas las demás actividades, para lo que resulta imprescindible poseer una información lo más completa posible, es decir, previamente analizada y evaluada.

Tomar una buena decisión pasa no solo por contar con todos los datos necesarios como base, es necesario que estos sean recopilados, organizados, que se separe la información útil, precisa, de la excesiva; que al analizar la información se pueda generar un nuevo conocimiento, que al ser difundido y aplicado, permita asegurar la decisión correcta y la obtención de resultados positivos, que garanticen la mejora del desempeño organizacional. El proceso de toma de decisiones se da en todos los niveles de una organización, pero se refleja más en la alta dirección (en las organizaciones actuales, con una dirección participativa, en los que priman la dirección por objetivos y la dirección estratégica, la alta dirección se considera con la mayor jerarquía para la toma de decisiones).

Según Amaya J. (2010), en su libro "Sistemas de Información Gerenciales", Define a la toma de decisiones como: La actividad más fundamental en cualquier actividad humana, en este sentido, todos somos tomadores de decisiones. Sin embargo, tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, en que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica, y por sobre todo la creatividad.

Según Amaya J. (2010), en su libro “Sistemas de Información Gerenciales”, La teoría de decisiones proporciona una manera de clasificar modelos para la toma de decisiones. Aquí se usará “toma de decisiones” como un sinónimo de “selección”. Se supondrá que se ha definido el problema, que se tienen todos los datos y que se han identificado los cursos de acción alternativos. La tarea es entonces seleccionar la mejor alternativa entre las cuatro categorías generales dependiendo de la habilidad para predecir las consecuencias de cada una.

Según Amaya J. (2010), en su libro “Sistemas de Información Gerenciales”, Un gerente debe tomar muchas decisiones todos los días. Algunas de ellas son decisiones de rutina mientras que otras tienen una repercusión drástica en las operaciones de la empresa donde trabaja. Algunas de estas decisiones podrían involucrar la ganancia o pérdida de grandes sumas de dinero o el cumplimiento o incumplimiento de la misión y las metas de la empresa. En este sentido cada vez más complejo, la dificultad de las tareas aumenta día a día. El decisor (una persona que tiene un problema) debe responder con rapidez a los acontecimientos que parecen ocurrir a un ritmo cada vez más veloz. Además, una decisión debe asimilar a su decisión un conjunto de opciones y consecuencias que muchas veces resulta desconcertante.

Según Turmero I. (2010), en su libro “Decisiones para el Financiamiento”, Toda organización y especialmente las empresas, deben enfrentar permanentemente decisiones de financiamiento; las cuales tendrán por tanto un impacto sustantivo en el progreso de la empresa y de sus proyectos. Se trata entonces no solo de decisiones delicadas y sensibles que demandan un actuar diligente, sino también de elecciones que pueden afectar hasta el mismo curso de viabilidad financiera de una entidad. Toda empresa, sea de una manera profesional o de forma empírica, debe ejecutar labores de administración financiera. La administración financiera se define como una conjunción de funciones como son “planear, obtener y utilizar los fondos para maximizar el valor de una empresa”. En cuenta la función de las finanzas forma parte de la administración principal de la empresa. Las decisiones de financiamiento se producen en mercados financieros. Ello significa que se debe evaluar cuál de estos segmentos del mercado es más propicio para financiar el proyecto o actividad específica para la cual la empresa necesita recursos.

Según Turmero I. (2010), en su libro “Decisiones para el Financiamiento”, Las autoridades fiscales dan a los pagos por

intereses el tratamiento de costo. Esto significa que la empresa puede deducir los intereses cuando calcule su beneficio imponible. El interés disminuye el beneficio antes de impuestos. Generalmente el costo del financiamiento a largo plazo es más alto que los costos de financiamiento a corto plazo, debido al alto grado de incertidumbre relacionado con el futuro. El convenio de financiamiento a largo plazo especifica la tasa de interés real que se carga al prestatario, la regulación de los pagos y el monto de estos.

Según Arnoletto E. (2012), en su libro "Liderazgo Político y Destrezas de Gestión Pública", Nos habla de las estrategias de operaciones que son directrices que ayudan a elegir cursos de acción adecuados para alcanzar las metas que la organización se ha fijado. Esas estrategias deben ser conducentes a los objetivos generales de la organización y tienen la mayor importancia, porque acarrear consecuencias para toda la organización y son el origen de las políticas de empresa y de todo el resto de la planificación.

Para Amaya J. (2010), en su libro "Sistemas de Información Gerenciales", La teoría de decisiones proporciona una manera de clasificar modelos para la toma de decisiones. Aquí se usara

“toma de decisiones” como un sinónimo de “selección”. Se supondrá que se ha definido el problema, que se tienen todos los datos y que se han identificado los cursos de acción alternativos. La tarea es seleccionar la mejor alternativa entre las cuatro categorías generales dependiendo de la habilidad para predecir las consecuencias de cada una.

2.2.2.1. Toma de decisiones bajo certidumbre

Esta se presenta cuando se pueden predecir con certeza las consecuencias de cada alternativa de acción. Es decir, existe una relación directa de causa y efecto entre cada acto y su consecuencia. Si está lloviendo, ¿Se debe llevar un paraguas? Si hace frío, ¿Se debe llevar un abrigo? Ya sea que se lleve o no el paraguas o el abrigo, las consecuencias son predecibles.

2.2.2.2. Toma de decisiones bajo riesgo

Esta categoría incluye aquellas decisiones para las que las consecuencias de una acción dada dependen de algún evento probabilista. El resultado más importante

de la teoría de decisiones bajo riesgo es que debe seleccionarse la alternativa que tenga el mayor valor esperado. Esto es equivalente a “apostar al promedio a largo plazo”, es decir, se debe seleccionar aquella alternativa con el pago promedio más alto.

2.2.2.3. Toma de decisiones bajo incertidumbre

Esta es una categoría que se parece a la toma de decisiones bajo riesgo, con una diferencia: ahora no se tiene conocimiento de las probabilidades de los eventos futuros y no se tiene idea de cuan posible sean las diferentes consecuencias. En muchas de las decisiones bajo incertidumbre se puede expresar el grado personal de optimismo o convertir el problema a riesgo con una exactitud razonable, llámese intuición, experiencia, juicio, suerte o como se desee. El hacer esto mejorara la toma de decisiones en mayor medida que cuando simplemente se hace un disparo en la oscuridad.

2.2.2.4. Toma de decisiones bajo conflicto

En esta categoría se tienen aquellos casos de toma de

decisiones bajo incertidumbre en los que hay un oponente. Las probabilidades de los eventos no solo se desconocen, si no que están influenciadas por un oponente cuya meta es vencer. Esta es la situación típica en cualquier competencia: beisbol, futbol, póquer, los negocios y la guerra. En el marco teórico, esto se llama juegos y teorías de juegos. Hasta el momento, los resultados teóricos están limitados, no espere descubrir cómo volverse invencible en el póquer.

2.2.2.5. Decisiones de Inversión

Para tomar la decisión de inversión las empresas deben tomar en cuenta principalmente las utilidades que se esperan obtener. Aunque en todos los casos el inversionista desea resguardar su capital, incrementando de manera moderada o agresiva, no obstante las decisiones financieras van desde el análisis de las inversiones de capital de trabajo, caja, bancos, cuentas por cobrar, inventarios, inversiones de capital como activos fijos, las empresas ya sean grandes o pequeñas el aspecto financiero es primordial para la categoría de los inventarios. Para

tomar tal decisión es necesario hacer un análisis detallado del proyecto, incluida una evaluación técnica y financiera de las operaciones propuestas.

En cuanto al análisis de inversión son básicamente dos cuestiones:

- Dado un proyecto de inversión, decidir si resulta conveniente o no, emprenderlo.

- De entre dos o más proyectos de inversión, todos ellos aconsejables, determinar la preferencia de los mismos desde un punto de vista financiero.

Los modelos de análisis de inversiones son modelos matemáticos que intentan simular la realidad del proceso de inversión, para evaluar sus resultados. Sistematizan una serie de datos cuantitativos, e informan con respecto a la conveniencia o no de emprender la realización del proyecto. Aunque estos modelos, son solamente una parte del proceso de decisión.

Otro aspecto a destacar, es que los modelos de análisis de inversiones al intentar simular la realidad futura, deben trabajar con estimaciones o previsiones de las variables que utilizan, por lo que la fiabilidad de sus resultados, dependerá lógicamente, del acierto de dichas previsiones. Por lo tanto, la capacidad de prever es un factor esencial para tomar decisiones acertadas en materia de inversiones. Sin embargo, el éxito del proyecto no sólo dependerá de la capacidad de predecir los movimientos de fondos futuros, sino también, de saber controlar el curso de los hechos que se produzcan una vez puesto en marcha el proyecto.

Las decisiones de inversión constituyen el armazón del desarrollo futuro de una empresa, siendo un factor básico de la eficiencia y del poder competitivo de las mismas. Por consiguiente, la adopción incorrecta de este tipo de decisiones tiene consecuencias graves sobre los beneficios y el futuro de una empresa. La decisión de invertir es una de las más peligrosas decisiones a tomar por una empresa. Son numerosos

los ejemplos que se podrían poner de empresas que han entrado en crisis por emprender procesos de inversión para los que no estaban preparadas o no eran adecuados para la situación de su entorno.

Efectivamente, la inversión conlleva un alto riesgo para la empresa, puesto que una vez tomada, es prácticamente irreversible, con unas implicaciones financieras generalmente muy importantes. Es por ello que las inversiones de cierta cuantía, sólo deben ser aprobadas después de un completo estudio donde se ponga de manifiesto su rentabilidad y viabilidad.

2.2.2.6. Políticas de inversión

Las políticas de inversiones han dado una nueva perspectiva al papel de la administración financiera, esto ha hecho que el tema sea de interés para todos los estudiosos y amantes de las finanzas.

Las decisiones de inversión son una de las grandes decisiones financieras, todas las decisiones referentes a las inversiones empresariales van desde el análisis de las inversiones en capital de trabajo, como la caja,

los bancos, las cuentas por cobrar, los inventarios como a las inversiones de capital representado en activos fijos como edificios, terrenos, maquinaria, tecnología etcétera. Para tomar las decisiones correctas el financista debe tener en cuenta elementos de evaluación y análisis como la definición de los criterios de análisis, los flujos de fondos asociados a las inversiones, el riesgo de las inversiones y la tasa de retorno requerida.

2.2.2.7. Objetivos de las decisiones de inversión

Aunque la intención principal es valorar la conveniencia económica o monetaria, debe reconocerse que la decisión frecuente entre las alternativas implica muchos factores diferentes a aquellos que pueden reducirse en forma razonable a términos monetarios. Los análisis económicos sólo funcionan para aquellos objetivos o factores que pueden reducirse a términos monetarios. Los resultados de estos análisis deben ponderarse con otros objetivos o factores no monetarios (irreducibles), antes de tomar una decisión final.

2.2.2.8. El crecimiento empresarial y las inversiones

Para que una empresa pueda crecer debe ser flexible, tener capacidad de aprendizaje y poder adaptarse rápida y eficazmente a la dinámica del mundo globalizado y competitivo. El crecimiento es algo relativo a cada empresa y ello contempla la expansión a partir de su propio desarrollo. Esto se da así debido a que en cada caso están presentes distintos factores críticos que intervienen directamente en el crecimiento de cada empresa. No hay reglas establecidas para definir el crecimiento de una empresa; sin embargo existen varias etapas, las cuales contemplan diversas actividades significativas en dicho crecimiento.

2.2.2.9. Competitividad

Porter M. (2005), en su libro “Ser Competitivo”, Define a la competitividad como la capacidad de una empresa de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio

económico en que actúan. Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etcétera, de que dispone una empresa y las cuales carecen sus competidores, lo cual hace posible la obtención de rendimientos superiores a estos.

La ventaja competitiva se deriva fundamentalmente de la mejora, la innovación y el cambio, abarca todo el sistema del valor, se mantiene solamente gracias a mejoras incesantes y necesita para mantenerse que sus fuentes de ventajas se perfeccionen. La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente, se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y al mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o

después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

2.2.2.10. Factores que determinan la competitividad

Para Porter M. (2005), en su libro "Ser Competitivo" Las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; y, segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Sin embargo, para saber los factores que determinan la competitividad, como bien dice Michael Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que

determinan que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo. Pues las medidas a instaurar son aquellos factores que conduzcan al logro del objetivo “ser competitivos”, son diferente, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad.

De la diversidad de información que se encuentra sobre competitividad, sobre todo en la web, de las múltiples maneras de enfocar el tema de acuerdo a cada situación, sector, nivel y ante la ausencia de una enumeración concreta en los diversos autores, se pone de manifiesto que son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las micro y pequeñas empresas, pero se podría señalar las siguientes, como las más importantes:

- a. **Capacidades Directivas:** La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y

creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamiento, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn: el cambio de paradigmas. Cambiar nuestras formas de liderar grupos de individuos y negocios de gerencia, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos. Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. La actitud no basta, la acción es esencial, el aprendizaje no se da hasta que el comportamiento no haya cambiado.

Los directivos desempeñan un papel crucial en las empresas, y sobre ellos recae la responsabilidad de elegir entre las distintas opciones estratégicas y

además en la mayoría de los casos son las que las implementan, por tanto se hace necesario un amplio conocimiento de los recursos y capacidades de sus empresas y de su entorno competitivo. El nivel de educación se relaciona de forma positiva con la capacidad del directivo para realizar elecciones estratégicas de acuerdo con las exigencias del entorno, con su propensión a generar e implantar soluciones creativas a los problemas de la empresa e, incluso, con su nivel de productividad. Las empresas que cuenten con directivos con un mayor grado de formación alcanzarán mayores niveles de éxito.

- b. **Calidad en la Producción o Prestación de Servicios:** El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los

clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

Lograr la conformidad del conjunto de características y atributos de un producto con las necesidades y expectativas del comprador representa otro de los factores necesarios para competir, el cual también determina decisivamente la reputación o imagen de la empresa en el mercado. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a medio y largo plazo reducen costos, atraen clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa.

- c. **Recursos Tecnológicos:** Dentro de los recursos tecnológicos se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación (know-how) y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo.

Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes,

las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados. El desarrollo de activos tecnológicos, requiere tiempo y dinero. Por lo que los directivos deben planificar cuidadosamente las inversiones en nuevas maquinarias y procesos, y asegurar en sus recursos humanos las competencias necesarias para su manejo.

- d. **Innovación:** No se puede implantar patrones competitivos o cualquier otro que se detecte como factor crítico de éxito del negocio, debido a que el mercado es cambiante. Por eso muy unido a los recursos tecnológicos aparece el de innovación. El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las

necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas.

e. **Recursos Comerciales:** Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

f. **Recursos Humanos-Capacitación Laboral:** Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos calificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los

ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

La escasa capacidad para atraer y retener personal calificado, se debe fundamentalmente a la menor posibilidad de ofrecer incentivos salariales. Para paliar este problema, los bajos salarios pueden complementarse con fórmulas alternativas de retribución adaptadas a cada individuo, por medio de la flexibilidad horaria, los planes de formación o la participación en la gestión, entre otros. El limitado acceso a procesos formativos de capital humano, obstaculiza el aumento de la productividad. Esta situación se traduce en un bajo nivel de competitividad del sector y repercute en una limitada capacidad sectorial para generar empleo productivo de mayor remuneración e ingresos para una alta proporción de la población.

- g. **Recursos Financieros:** El mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño. La

debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite la falta de liquidez. Asimismo, que habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito sea inversamente proporcional al tamaño de la empresa hace necesario primero, un alto conocimiento de la oferta financiera y una especial atención a los fondos propios. Además, resulta vital constituir reservas o fondos que permitan la disminución de los costes financieros.

2.2.3. Herramientas Financieras

Las herramientas financieras dentro del círculo empresarial son importantes porque por ese medio se muestra la utilidad o ganancias de la empresa que son los estados financieros. Las herramientas son aquellos recursos que nos sirven para llevar a cabo nuestros trabajos y obligaciones dentro de una entidad, ya que la importancia de la misma es para mejorar los servicios, productos de las empresas y tener una buena planeación.

La aplicación de herramientas financieras en las empresas nos

ayuda a la búsqueda de información para los administradores y personas encargadas de tomar decisiones. Los estados financieros, la toma de decisiones, las proyecciones financieras y aplicando las políticas de capital de trabajo y buenas administración, son una de las herramientas financieras que debe tomar en cuenta las empresas. También Sería muy importante poder aplicar todas estas herramientas financieras para poder competir y defenderse en el mercado globalizado. En las diferentes áreas que no se basan solamente en las utilidades de la empresa para la toma de decisiones.

Forsyth J. (2004), en su libro “Finanzas Empresariales, Rentabilidad y Valor”, menciona que la principal herramienta con la que cuentan las finanzas para poder medir el impacto de las decisiones financieras y determinar si se está consiguiendo el objetivo de maximizar el valor de la empresa, es el valor actual neto (VAN). El VAN es el valor agregado que genera la empresa o el mayor valor que se genera sobre el capital invertido, tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Asimismo Chu Rubio (2009), en su libro sobre “Finanzas para no Financieros”, nos dice que la contabilidad se le conoce como el lenguaje de los negocios. Muchas personas reconocen que la

contabilidad y las finanzas son herramientas patrimoniales para disminuir los riesgos de los negocios y oportunidades, establece objetivos, medir resultados y tomar decisiones.

Aparicio (2009), en la revista “Banca de Inversión”, nos explica como escoger la herramienta más adecuada que sea a la medida del cliente.

Por otro lado, (Montero Flores, 2009), en el diario “Gestión”, nos dice que la herramienta financiera leasing siempre estuvo dirigido a la gran empresa, sin embargo, poco a poco los bancos empezaron a mirar a la micro y pequeña empresa (MYPES) como clientes interesantes, al percibir que esta gran cantidad de emprendedores no solamente eran los que más demandaban renovar sus activos fijos, sino que además eran buenos pagadores. Hoy existe un mayor acceso del segmento MYPES a este tipo de operaciones.

Hinojosa (2000), en su libro “Evaluación Económica Financiera de Proyectos de Inversión”, nos dice que la evaluación financiera es el concepto de equivalencia financiera, está muy asociado con el concepto del valor del dinero a través del tiempo, y se refiere a que dos cantidades de dinero en dos tiempos diferentes pueden

tener el mismo valor económico. Por ejemplo, si se tiene \$ 1000 que se invierte durante un año y se incrementan a \$ 1100, entonces esos \$ 1000 actuales son equivalentes a \$ 1100 un año después. Es oportuno señalar que el valor del dinero en un momento particular puede no ser el mismo para dos personas o empresa, depende de las condiciones y necesidades económicas que tenga cada una. El costo de oportunidad del capital en la actualidad por los avances de la comunicación no es el mismo el dinero, se desplaza de un sitio a otro del planeta, en busca de mejores oportunidades de utilidades y menores riesgos. Se dice que los recursos monetarios no saben de nacionalidades, si no de utilidades. Y es que una cantidad de dinero solamente puede estar invertida en un lugar y tiempo, ya que no es posible que esa misma cantidad de dinero esté invertida en dos proyectos a la vez. Es por esta razón, que los inversionistas siempre están comprando entre las diferentes opciones de inversión para escoger la que más les conviene. Esto implica invertir en alguno o algunos negocios únicamente y dejar de participar en otros. El hecho de que existan diferentes opciones de inversión y que el dinero sea escaso, origina el concepto de costo de oportunidad del capital. El costo de oportunidad del capital, se define como aquellas utilidades que se dejan de ganar por no invertir en un proyecto particular, por haber escogido aplicar los recursos en

otro. Por ejemplo, un estudiante pensaba comprar un automóvil, con su dinero que es para costear sus estudios, él toma la decisión de estudiar y sacrificar la compra del auto, porque sabe que los beneficios que recibirá del estudio serán mayores de los que le puede brindar la compra del automóvil, entonces el costo de oportunidad del estudiante en este caso, será el beneficio que no recibió del uso del automóvil. De igual manera, los inversionistas tienen alguna opción de inversión que por sus características se convierten en su costo de oportunidad: para decidirse a arriesgar su dinero en otra opción, esta otra por lo menos, le debe pagar el premio de su costo de oportunidad más algo. Ese algo más que exigirá el ahorrador, dependerá de los riesgos y las expectativas del negocio. Tengamos presente que el costo de oportunidad no es el mismo para todas las personas o empresas, éste depende de la capacidad económica de la persona o empresa y de las oportunidades de inversión.

Valencia Dongo (2009), en el diario "Gestión", nos dice en relación "La cultura financiera para desarrollo a las MYPES que dice los pequeños y microempresarios deben conocer aspectos de planificación financiera, porque, es la única herramienta para que puedan desarrollar sus negocios. Esta cultura se va construyendo con el apoyo de las entidades financieras que

atienden al micro y pequeño empresario que son las MYPES, las cajas rurales, las financieras especializadas y Mi Banco. En total, son 23 instituciones afiliadas a la Asociación de Instituciones de Micro finanzas del Perú (Asomif Perú). Todas realizan labores para capacitar a los empresarios en contabilidad básica y herramientas financieras. Generalmente, el microempresario no cuenta con garantías reales tradicionales, por lo que no suele ser sujeto de crédito en la banca tradicional. Sin embargo, cuando accede a un préstamo formal cuida mucho su relación con la entidad que se lo brindó, de ahí que se caracterice por ser buen pagador. Los microempresarios mantienen un permanente contacto con los analistas de crédito de las instituciones financieras. Estos les van transmitiendo en cada reunión la importancia de contar con una planificación financiera, la única herramienta para que puedan desarrollar sus negocios y para fomentar el ahorro.

Olcese Fernandez (2009), en el Diario “La Primera”, en la revista “Microfinanzas”, Nos dice que si el crédito es la principal herramienta que tienen los empresarios de las MYPES, también es real que éste debe nutrir la buena gestión empresarial del negocio para que pueda crecer en el mediano plazo. Los créditos son la base del crecimiento económico en cualquier nación. La

imagen de un “microempresario” (empresario de la pequeña y micro empresa) en su taller fabricando calzado, ropa o muebles. Eso hará que los empresarios vinculados a la MYPE sean más competitivos, es notorio que el emprendedor vinculado en su gestión administrativa puede crecer y generar en un tiempo prudencial. Es decir, la pequeña empresa tiene como herramienta fundamental al crédito para crecer y ganar mayores mercados. Actualmente el Perú está asistiendo a uno de sus mejores momentos económicos, pero al mismo tiempo requiere asumir nuevos retos y saber qué es lo está dinamizando a la economía, que entendemos en parte, se debe a la micro, pequeña y mediana empresa, en esta tecnología no es el crédito lo más importante, sino los diferentes servicios que ofrece la industria microfinanciera que deben adecuarse a las reales necesidades y posibilidades del emprendedor. En el Perú, las MYPES informales llegan al 70% de las unidades económicas y muchas de éstas sucumben en este estado, debido a la falta de información financiera, o por la ausencia de información básica sobre los beneficios versus el costo de mantenerse en la informalidad.

Rebollo Lozano (2005), en su libro “Diagnóstico de Operaciones de las MYPES”, nos habla de la importancia de la empresa

MYPES. A diferencia de la antigua creencia acerca de la desaparición de las empresas micro y pequeña (debido a las ventajas de la gran empresa manifestadas por su alta tecnología, mayor productividad, menores costos unitarios, producción en masa y comercialización generalizada, incluye publicidad masiva). En la actualidad se puede afirmar que todo tipo de empresa tiene un importante papel en la economía. Lo anterior expresado se confirma, ya que las empresas tienen la importante misión de proporcionar empleo y por lo tanto poder adquisitivo a la población y satisfacer las necesidades de los consumidores. Las pequeñas empresas son importantes, debido a las características que presentan y que les dan un gran potencial para generar el desarrollo, sobre todo en países emergentes. En primer lugar, las pequeñas empresas juegan un papel importante en los procesos de innovación y cambio tecnológico. Estudios recientes han demostrado que una gran parte de las innovaciones provienen de empresarios y empleados de pequeños negocios, en segundo lugar, las pequeñas empresas tienen una gran capacidad para generar empleo, ya que sus procesos productivos se caracterizan por su integridad en el factor trabajo. De esta forma, los pequeños negocios se vinculan estrechamente con mejor distribución del ingreso nacional y mayor desarrollo social. Otros estudios han demostrado que

países con presencia generalizada de numerosas y prosperas pequeñas empresas se asocian con distribuciones del ingreso más equilibradas, que aquellos que se caracterizan por presentar un menor número y empresas más grandes. Otra razón por la cual las pequeñas empresas deben ser atendidas, es que a partir del empleo asociado a ellas, es posible acrecentar y vigorizar la demanda interna y así generar aún más oportunidades de negocio y empleo.

Teullet (2009), en la revista “América Economía”, nos habla sobre el momento de la MYPE. Hace algún tiempo me encontré en medio de una reunión en que las MYPES reclamaban atención especial al gobierno. Al ser cuestionada respecto a sus posibilidades de crecimiento, muy suelto de huesos, uno de los asistentes sostuvo que a él “no le interesaba crecer”, “cuando creces, viene la SUNAT y comienza a fastidiarte para que pagues impuestos.” Creo que esa visión ha quedado superada, en circunstancias en que la situación económica desanima a muchos grandes empresarios, como para demostrar que a pesar de las dificultades, la pequeña empresa sí ve con optimismo el futuro.

Anzola Rojas (1996), en su libro “Administración de Pequeñas

Empresas”, nos dice que muchos empresarios, antes de convertirse en dueños de su propia pequeña empresa, fueron empleados asalariados. Se cree que lo que más influye en ese cambio es el deseo de independencia y las molestias que ocasiona la rutina del trabajo asalariado. El deseo de independencia es visto desde un punto individualista y aplicado tradicionalmente a algunas formas de pensar clásicas dentro de la vida de las pequeñas empresas familiares; además esta situación lleva a un deseo de poseer su propia empresa y tener el control y dirección total de las mismas. La pequeña empresa representa un soporte para el desarrollo de las grandes empresas, ya que de ella depende que sus productos lleguen en condiciones satisfactorias a su mercado y sirve de enlace para actividades que difícilmente la gran empresa podría cubrir debido a su compleja estructura. En otras palabras, se puede decir que las necesidades de proveer bienes y servicios al cliente, en ventas al detalle, la incapacidad de la empresa grande para manejar pequeñas empresas tales como tiendas y la comunidad, son factores que hacen pensar en un futuro próspero para la pequeña empresa. Por otro lado, los factores que impiden este desarrollo, son el crédito insuficiente y la falta de asistencia técnica – financiera que requiere para su desarrollo.

Oceano (2007), en el libro “MYPES”, nos da el alcance de que el fracaso en las MYPES sigue el curso marcado por su director. Se han analizado muchas empresas con problemas en períodos largos de tiempo. Uno de los estudios más serios, realizado sobre una muestra significativa de empresa potencialmente estable, señala que las causas de sus tribulaciones son casi siempre las mismas y que, directa o indirectamente, pueden imputarse a la dirección. Casi la mitad de los problemas empresariales se deben, en alguna medida, a la falta de preparación de sus Gerentes o dueños. Algunas personas sin la suficiente preparación para hacer frente a las responsabilidades de un negocio, deciden sin embargo, crear una empresa.

Conterno (2009), en el diario “Expreso”, opina sobre el “Factoring electrónico para las MYPES, con la ayuda de la banca privada más de 70 mil empresarios de las MYPES serán beneficiados con el sistema factoring electrónico, que les permite el cobro de facturas por adelantado a través del portal web. Preciso que, a través de la cuenta corriente. El empresario y el Banco Continental, las MYPES podrán simplificar el tiempo en las gestiones y operaciones, lo que permitirá un incremento en la producción y también en la generación del empleo. Con esta nueva herramienta, se facilita la dinamización de la relación entre

las grandes y pequeñas empresas, esta última de gran importancia en la creación de puestos de trabajo. Asimismo, detalló que la implementación de este proyecto, no sólo permitirá bajar los costos de las grandes empresas, si no establecerá la viabilidad en la contratación de las MYPES, que a la vez podrán acceder a mayor financiamiento y en mejores condiciones. Las grandes empresas al conocer la responsabilidad de los proveedores, servirán como respaldo para que la entidad bancaria facilite la colocación de préstamos a favor de ellas mismas y en mejores condiciones para el empresario.

2.2.3.1. Rentabilidad Financiera

Según Núñez, A. & Vieites, R. (2009), en la revista "Contaduría y Administración" La rentabilidad financiera es un ratio que mide la remuneración de los fondos propios de la empresa. Es decir toma el resultado final de la empresa (ganancia o pérdida) una vez descontados todos los gastos e impuestos, se divide entre los recursos propios de la empresa (capital social, reservas).

Por lo tanto se trata de un tipo de rentabilidad

íntimamente vinculada al accionista de la empresa. No existe un valor que se pueda considerar adecuado para esta rentabilidad, pero sirve para compararlo con inversiones alternativas que nos puedan ofrecer algún tipo de rendimiento.

Desde el punto de vista de la empresa, se busca que la rentabilidad sea la más alta posible, pudiendo tomar como referencia la medida de rentabilidad de las empresas del sector en el que opera en una determinada área geográfica.

2.2.3.2. Análisis Financiero

Según Turmero I. (2010), en su libro “Decisiones para el financiamiento” Los estados financieros son un reflejo de los movimientos que la empresa ha incurrido durante un periodo de tiempo. El análisis financiero sirve como un examen objetivo que se utiliza como punto de partida para proporcionar referencia acerca de los hechos concernientes a una empresa. Para poder llegar a un estudio posterior se le debe dar la importancia al significado en cifras

mediante la simplificación de sus relaciones. La importancia del análisis va más allá de lo deseado de la dirección ya que con los resultados facilita su información para los diversos usuarios.

El ejecutivo financiero se convierte en un tomador de decisiones sobre aspectos tales como dónde obtener los recursos, en qué invertir, cuáles son los beneficios o utilidades de las empresas cuándo y cómo se le debe pagar a las fuentes de financiamiento, se deben reinvertir las utilidades.

2.2.3.3. Métodos de Interpretación de Datos Financieros

- a. **Método vertical o estático:** El método vertical se refiere a la utilización de los estados financieros de un período para conocer su situación o resultados; permite evaluar la eficiencia de la empresa en un mismo periodo.

- b. **Método horizontal:** En el método vertical se comparan entre sí los dos últimos períodos, observando los cambios positivos o negativos y

corregir los efectos negativos: También encontramos el control presupuestario ya que en el período que está sucediendo se compara la contabilidad contra el presupuesto.

- c. **Método histórico:** En el método histórico se analizan tendencias, ya sea de porcentajes, índices o razones financieras, puede graficarse para una mejor ilustración.

2.2.3.4. Las razones financieras

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social. La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de generar dicha información, y una forma de hacerlo es mediante una serie de indicadores que

permiten analizar las partes que componen la estructura financiera de la empresa.

Las razones financieras permiten hacer comparativas entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si a ello hubiere lugar. Las razones financieras se pueden clasificar en:

Razones de Liquidez: Las razones de liquidez permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta la empresa y para ello se utilizan los siguientes indicadores:

- **Capital neto de trabajo:** Se determina restando los activos corrientes al pasivo corriente. Se supone que en la medida en que los pasivos corrientes sean menores a los activos corrientes

la salud financiera de la empresa para hacer frente a las obligaciones a corto plazo es mayor.

- **Índice de solvencia:** Se determina por el cociente resultante de dividir el activo corriente entre el pasivo corriente (activo corriente/pasivo corriente). Entre más alto (mayor a 1) sea el resultado, más solvente es la empresa.
- **Prueba ácida:** Es un índice de solvencia más exigente en la medida en que se excluyen los inventarios del activo corriente. (activo corriente – Inventarios)/pasivo corriente.
- **Rotación de inventarios:** Indicador que mide cuanto tiempo le toma a la empresa rotar sus inventarios. Recordemos que los inventarios son recursos que la empresa tiene inmovilizados y que representan un costo de oportunidad.
- **Rotación de cartera:** Es el mismo indicador conocido como rotación de cuentas por cobrar que busca identificar el tiempo que le toma a la

empresa convertir en efectivo las cuentas por cobrar que hacen parte del activo corriente. Las cuentas por cobrar son más recursos inmovilizados que están en poder de terceros y que representan algún costo de oportunidad.

- **Rotación de cuentas por pagar:** Identifica el número de veces que en un periodo la empresa debe dedicar su efectivo en pagar dichos pasivos (compras anuales a crédito/promedio de cuentas por pagar).

2.2.3.5. Crecimiento Financiero

Según Quisiguiña F. (2005), en la revista “Gestiopolis” El nuevo estilo de la dirección de las finanzas que presupone el perfeccionamiento empresarial, ha creado las bases para que las empresas puedan desarrollar de forma organizada todas las transformaciones necesarias que permitan lograr una gestión eficiente, económica y eficaz, a través de indicadores financieros.

Frente a la administración financiera y su gestión el responsable debe proveer todas las herramientas para realizar las operaciones fundamentales de la empresa frente al control, en las inversiones, en la efectividad en el manejo de recursos, en la consecución de nuevas fuentes de financiación, en mantener la efectividad y eficiencia operacional y administrativa, en la confiabilidad de la información financiera, en el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, pero sobretodo en la toma de decisiones.

2.2.3.6. Nivel de Endeudamiento

Muestra la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Por tanto, expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales, dando una idea de la autonomía financiera de la misma. Es un ratio que mide el grado de dependencia que tiene la empresa de financiación ajena respecto de los recursos propios.

Debemos tener en cuenta que este ratio indica lo apalancado que esta la empresa, mediante financiación ajena, que esta la empresa entre la

financiación a largo y corto plazo. En este sentido, lo ideal es que el grueso de la financiación se encuentre a largo plazo, pudiendo dar el caso de que el pasivo exigible iguale en cuantía al patrimonio neto, con lo que el ratio de endeudamiento de la empresa se situaría en 1.

Por otra parte lo ideal es que el pasivo circulante se encuentre por debajo del 50% del patrimonio neto, con lo que el ratio de endeudamiento a corto plazo se situaría como máximo por debajo del 0.5.

2.2.3.7. Razón de endeudamiento

Mide la proporción de los activos que están financiados por terceros. Recordemos que los activos de una empresa son financiados o bien por los socios o bien por terceros (proveedores o acreedores). Se determina dividiendo el pasivo total entre el activo total.

2.2.3.8. Razón pasivo capital

Mide la relación o proporción que hay entre los activos financiados por los socios y los financiados por terceros y se determina dividiendo el pasivo a largo plazo entre el capital contable.

2.2.3.9. Razones de Rentabilidad

Con estas razones se pretende medir el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, con respecto al monto de los activos de la empresa o respecto al capital aportado por los socios. Los indicadores más comunes son los siguientes:

- **Margen bruto de utilidad:** Mide el porcentaje de utilidad logrado por la empresa después de haber cancelado las mercancías o existencias:
 $(\text{ventas} - \text{costo de ventas})/\text{ventas}$.
- **Margen de utilidades operacionales:** Indica o mide el porcentaje de utilidad que se obtiene con

cada venta y para ello se resta además del costo de venta, los gastos financieros incurridos.

- **Margen neto de utilidades:** Al valor de las ventas se restan todos los gastos imputables operacionales incluyendo los impuestos a que haya lugar.
- **Rotación de activos:** Mide la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos. Los activos se utilizan para generar ventas, ingresos y entre más altos sean estos, más eficiente es la gestión de los activos. Este indicador se determina dividiendo las ventas totales entre activos totales.
- **Rendimiento de la inversión:** Determina la rentabilidad obtenida por los activos de la empresa y en lugar de tomar como referencia las ventas totales, se toma como referencia la utilidad neta después de impuestos (utilidad neta después de impuestos/activos totales).

- **Rendimiento del capital común:** Mide la rentabilidad obtenida por el capital contable y se toma como referencia las utilidades después de impuestos restando los dividendos preferentes. (Utilidades netas después de impuestos - dividendos preferentes/ capital contable - capital preferente).
- **Utilidad por acción:** Indica la rentabilidad que genera cada acción o cuota parte de la empresa. (Utilidad para acciones ordinarias/número de acciones ordinarias).

2.2.3.10. Riesgo Financiero

Para Mascareñas, J. (1994), en su libro “Casos Prácticos de Inversión y Financiación en la Empresa” El riesgo financiero hace referencia a la incertidumbre asociada al rendimiento de la inversión debida a la posibilidad de que la empresa no pueda hacer frente a sus obligaciones financieras (principalmente, al pago de los intereses y la amortización de las deudas). Es

decir, el riesgo financiero es debido a un único factor: las obligaciones financieras fijas en las que se incurre.

El riesgo financiero se refiere a la variabilidad de los beneficios esperados por los accionistas; además es el resultado directo de las decisiones de financiación, porque la composición de la estructura de capital de la empresa, el nivel de apalancamiento financiero incide claramente en su valor.

2.2.3.11. Diagnostico Económico

Según Mascareñas, J. (1994), en su libro “Fundamentos de Economía de la empresa” El diagnóstico empresarial analiza la situación y las expectativas de la empresa para evaluar su capacidad para competir, tomar decisiones y formular planes de acción, e incluye la identificación de las oportunidades y las amenazas procedentes del entorno, los puntos fuertes y débiles internos, y el escrutinio del futuro. El contexto de la estrategia de la empresa y de su relación con el entorno es la directriz que guía al

diagnóstico para conocer lo que sucede, prever el futuro y decidir el plan de acción.

Como parte del diagnóstico empresarial se inscribe el económico, que se centra en la propia situación económica, concretada en áreas tales como el crecimiento, la rentabilidad, la productividad de los procesos y en la utilización de los recursos, la liquidez, la solvencia, la estructura de financiación, el valor y el riesgo. Pero además, este análisis especializado apoya al diagnóstico general, puesto que toda actuación de la empresa repercute sobre sus estados contables. Como los síntomas identificados por el diagnóstico económico responden a problemas y oportunidades de sus operaciones, es imprescindible contemplar las características de la actividad, representadas por los factores clave de éxito, es decir, las áreas de la gestión que deben comportarse de manera excelente y que anticipan los resultados financieros.

En resumen, los cuatro principios que orientan el diagnóstico económico son: el análisis de la totalidad,

que contempla la globalidad de la empresa y de su entorno; la perspectiva temporal, que estudia el pasado y el presente para anticipar el futuro; la formulación secuencial de hipótesis que se deben contrastar; y la síntesis de las conclusiones para extraer las relevantes.

2.3. Definición de términos básicos

Análisis e interpretación de estados financieros: Es la acción de entender la apreciación relativa de conceptos y cifras del contenido de los estados financieros, basado en el análisis y la comparación.

Apalancamiento financiero: Indica el nivel de endeudamiento de una empresa en relación a sus activos o patrimonio, que consiste en la utilización de la deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio.

Balance Scorecard: Es una herramienta de gestión que traduce la estrategia de una organización en resultados; El balance scorecard es el proceso que permite traducir los objetivos estratégicos en resultados.

Costos financieros: Incluyen el costo de obtener el financiamiento necesario para manejar la empresa, básicamente los costos financieros son los intereses que se pagan sobre préstamos y otras líneas de crédito.

Estado de Resultados: Nos permite calcular el resultado de las operaciones directamente vinculadas a la actividad de la empresa (producción de bienes y servicios).

Flujo de Caja: Es el cálculo del saldo resultante entre los ingresos y egresos que ejecuta la empresa durante un determinado período.

Gestión empresarial: Trata sobre la planificación y organización empresarial.

Herramientas financieras: Son recursos que sirven para analizar correctamente los estados financieros, ayudando a tener una adecuada proyección financiera para la empresa.

Inversión: Colocación de fondos en una operación financiera o en un proyecto con la intención de obtener una rentabilidad en el futuro.

Presupuesto Financiero: Es el que se ocupa de la estructura

financiera de la empresa, esto es de la composición y relación que debe existir entre los Activos, Pasivos y Capital.

Punto de equilibrio: Permite conocer cuál es el volumen mínimo de ventas para que en el negocio no pierda. Con ello se puede fijar, por ejemplo, el margen de ganancia que tendrá el precio del producto o servicio ofrecido.

Toma de decisiones: Es una resolución o determinación que se toma respecto a algo y al proceso que consiste en realizar una elección entre diversas alternativas.

Valor actual: Es el valor en el momento presente de una suma a percibir en el futuro, calculado mediante la aplicación a la misma de una tasa de descuento que refleje los tipos de interés y el elemento de riesgo de la operación.

Valor neto realizable: Es el importe que se puede obtener por su enajenación en el mercado, de manera natural y no forzada, deduciendo los costes estimados necesarios para llevarla a cabo.

Valor razonable: Es el importe por el que puede ser adquirido un activo o liquidado un pasivo, entre partes interesadas y debidamente

informadas.

Ventaja competitiva: Es la condición favorable que obtienen las empresas al realizar las actividades de manera más eficiente que sus competidores.

2.4. Sistema de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El manejo de herramientas contables y financieras influye directamente en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del Sector Comercial de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a.** Existe poco manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del Sector Comercial de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.

- b.** La toma de decisiones en las MYPES del Sector Comercial de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza, fundamentalmente se basan en un conocimiento empírico.

2.5. Sistema de variables

2.5.1. Variable Independiente

Variable	Concepto	Indicador	Instrumento
MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS	Empleo de datos financieros que permiten realizar el análisis de los estados financieros de las empresas con el fin de tomar correctamente decisiones para incrementar las utilidades de la misma.	Flujo de Caja	Encuesta
		Estado de Resultados	Encuesta
		Estado de situación financiera	Encuesta
		Ratios	Encuesta
		Análisis	Encuesta
		Apalancamiento financiero	Encuesta
		Punto de equilibrio	Encuesta

2.5.2. Variable Dependiente

Variable	Concepto	Indicador	Instrumento
TOMA DE DECISIONES	Es el proceso para identificar y solucionar un problema en específico, recopilando datos y generando alternativas de Solucion.	Calidad de decisiones.	Encuesta
		Identificación de problemas.	Encuesta
		Generar alternativas.	Encuesta
		Evaluar alternativas.	Encuesta
		Seleccionar alternativas.	Encuesta
		Implementación.	Encuesta

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Se trata de una investigación básica o pura de acuerdo a su finalidad con el cual se pretende incrementar el cuerpo teórico del conocimiento. Por su manejo de datos de investigación cuantitativa.

3.2. Nivel de investigación

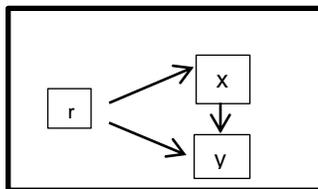
El nivel de investigación es correlacional debido a que se pretende medir el grado de relación entre la variable independiente y la variable dependiente.

3.3. Diseño de investigación

El diseño de investigación es No Experimental, ya que se observa el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlos.

3.4. Métodos de investigación

La investigación se desarrollara bajo el método científico con el diseño correlacional que estudia la relación entre dos o más variables. Las investigaciones correlacionales rara vez requieren muestras grandes, sino de muestras moderadas de 50 a 100 casos. Ejemplo: Analizar la relación que existe entre el fenómeno impositivo con la situación económica.



r = Relación

x = Variable Independiente

y = Variable Dependiente

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población está constituida por 56 directivos de MYPES en el Sector Comercial de Alimentos, en el Distrito de Alto de la Alianza del Departamento de Tacna.

3.5.2. Muestra

No se consigna muestra ya que se trabajara con el 100% de la población.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

Para la variable independiente manejo de herramientas financieras se aplicará una encuesta valorada y para la variable dependiente toma de decisiones se aplicará la técnica de la encuesta.

3.6.2. Instrumentos

Para la variable independiente manejo de herramientas financieras se aplicara como instrumento un cuestionario de 14 ítems escala multivariada, y para la variable dependiente toma de decisiones se aplicó como instrumento un cuestionario de 12 ítems.

3.7. Ámbito de la investigación

La investigación se llevará a cabo en el Sector Comercial de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza de la Ciudad de Tacna.

3.8. Técnicas de procesamiento de datos

Para el procesamiento se utilizara las tablas de frecuencias y los gráficos, para el análisis de información se utilizara la estadística descriptiva, media, moda y la mediana y para la comprobación de hipótesis se utilizara el estadístico de chicuadrado.

3.9. Selección y validación de los instrumentos de investigación

La validación se realizó median el juicio de expertos y la prueba de confiabilidad se realizó mediante el coeficiente de alfa de cronbach con una prueba piloto de 20 unidades de estudio, los resultados son los siguientes:

Para la toma de decisiones

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C12  
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,875	20

Para el manejo de herramientas financieras

```
RELIABILITY
```

```
/VARIABLES= E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14
```

```
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	40

Conforme a los resultados se deduce que en ambos instrumentos tienen un alto grado de fiabilidad.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS SOBRE LAS CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

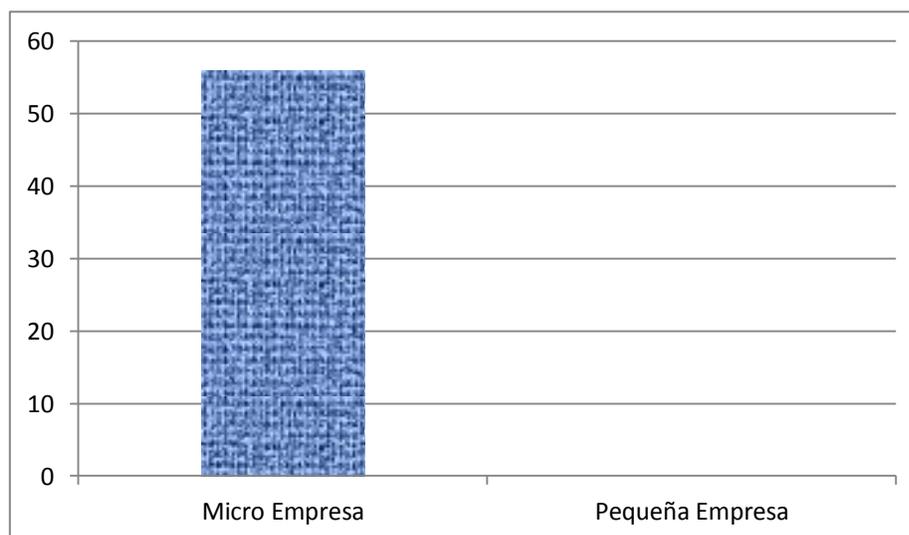
Tabla N° 01

Tipo de empresa según el tamaño

Tipo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Micro Empresa	56	100,0	100,0
Pequeña Empresa	0	0,0	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 01



Interpretación

La tabla N° 01 presenta la información sobre el tipo de empresa según el tamaño; donde apreciamos que: el 100% son micro empresa.

De la información anterior deducimos que la totalidad de las empresas comerciales de alimentos son micro empresas con un numero de 1 a 10 trabajadores laborando con un ingreso máximo de hasta 150 UIT anuales, ya que ninguna se consideró pequeñas empresas porque sus ingresos anuales no llegaban a los 850 UIT a pesar que se necesita 1 a 50 trabajadores laborando.

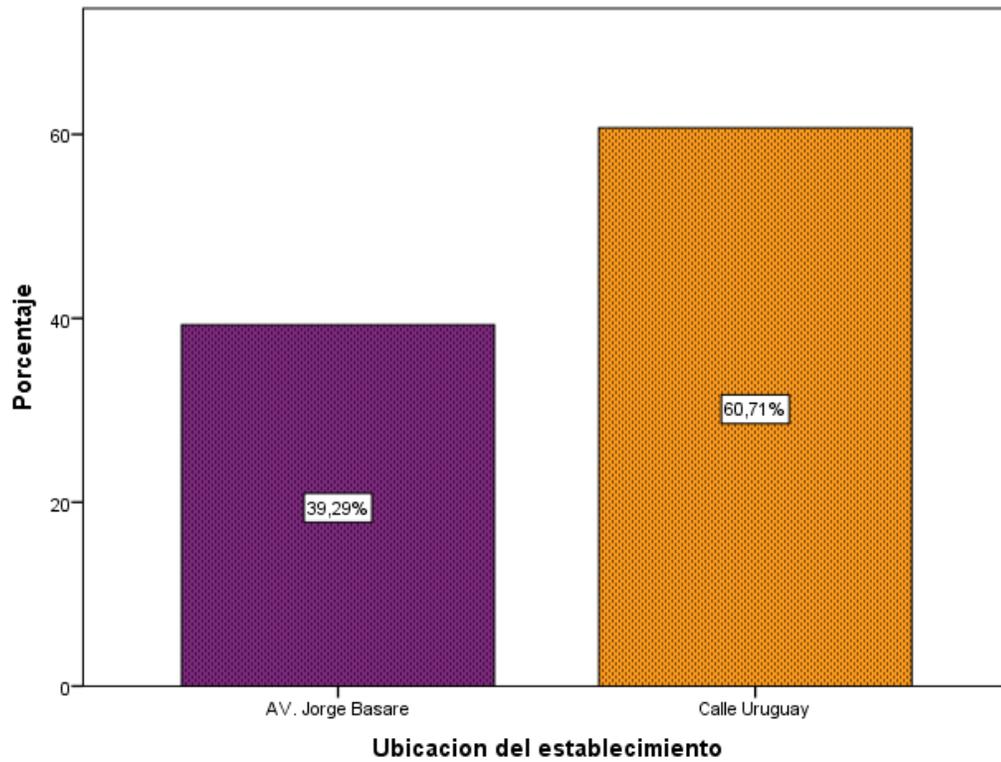
Tabla N° 02

Dirección del establecimiento

DIRECCION	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
AV. Jorge Basadre	22	39,29	39,3
Calle Uruguay	34	60,71	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 02



Interpretación

La tabla N° 02 presenta la información sobre la Dirección del establecimiento; donde apreciamos que: el 39.29% Av. Jorge Basadre y el 60.71% Calle Uruguay.

Como apreciamos las MYPES cuentan con sus establecimientos dentro del radio geográfico del distrito alto de la alianza, básicamente en la zona comercial de este distrito.

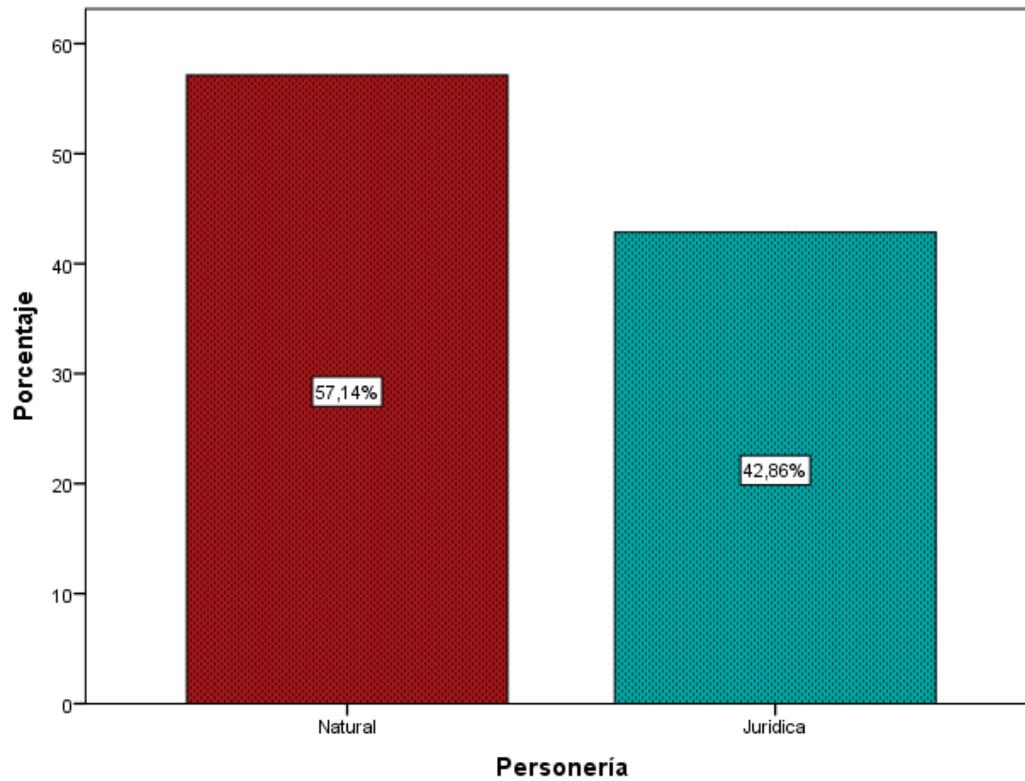
Tabla N° 03

Personería

PERSONERIA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Natural	32	57,1	57,1
Jurídica	24	42,9	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 03



Interpretación

La tabla N° 03 presenta la información sobre la Personería; donde apreciamos que: el 57.14% Persona natural con negocio y el 42.86% Persona jurídica con negocio.

Esta información deja ver que la propiedad de los negocios es variada, aunque se aprecia que un porcentaje elevado manejan con personería jurídica.

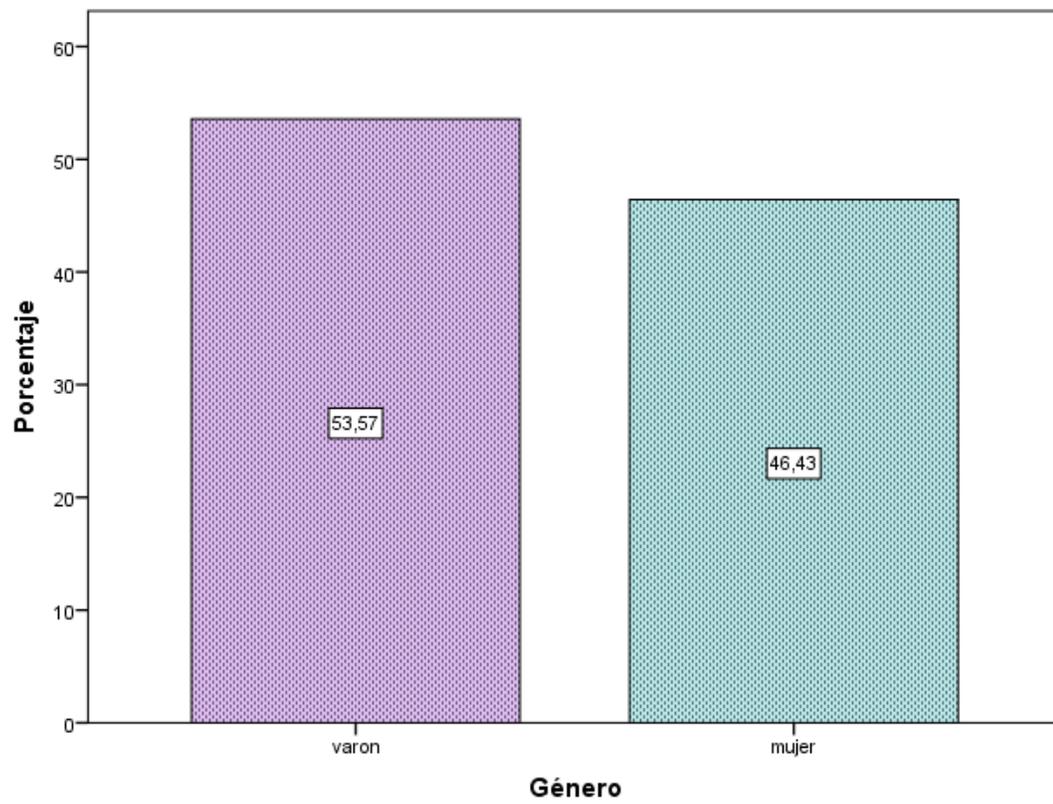
Tabla N° 04

Género

GÉNERO	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Varón	30	53,6	53,6
Mujer	26	46,4	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 04



Interpretación

La tabla N° 04 presenta la información sobre el Género; donde apreciamos que: el 53.57% Varones y el 46.43% mujeres tienen a su mando el negocio.

Como se aprecia existe mayor emprendimiento en los varones sin embargo las mujeres manejan un porcentaje importante de los negocios.

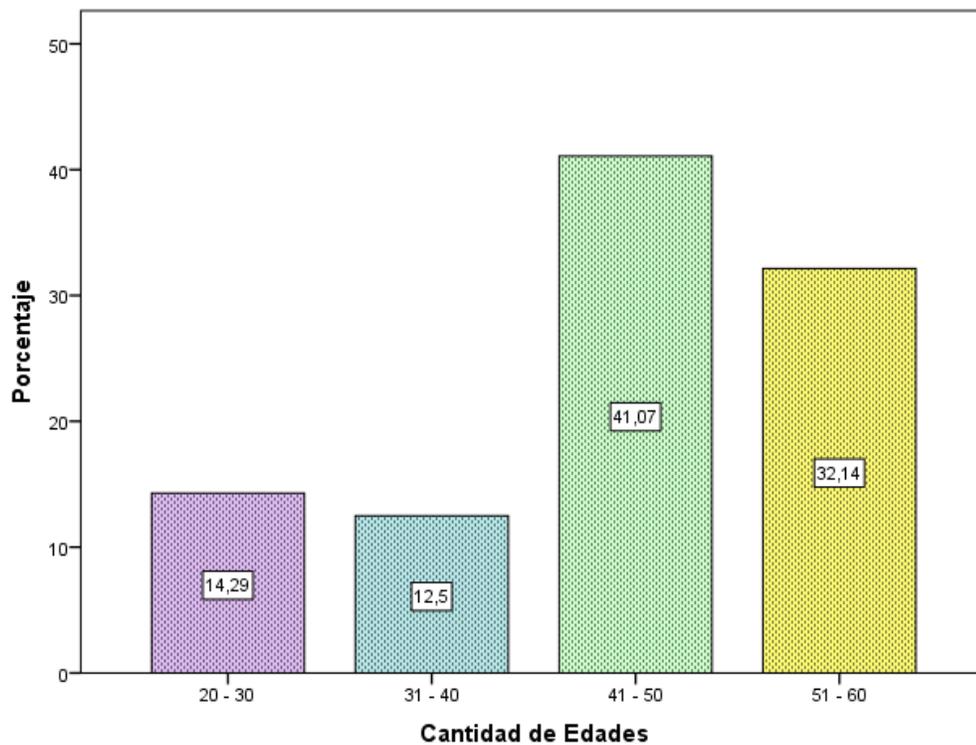
Tabla N° 05

Edades de los propietarios de los negocios

CANTIDAD	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
20 - 30	8	14,3	14,3
31 - 40	7	12,5	26,8
41 - 50	23	41,1	67,9
51 - 60	18	32,1	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 05



Interpretación

La tabla N° 05 presenta la información sobre la edad de los propietarios de los negocios; donde observamos que: el 14.29% tienen entre 20 a 30 años, el 12.50% tienen entre 31 a 40 años, el 41.07% tienen entre 41 a 50 años y el 32.14% tienen entre 51 a 60 años de edad.

Se puede deducir que el mayor porcentaje de emprendedores están en edades comprendidas entre 41 y 50 años, es decir, son personas adultas, el porcentaje de jóvenes con estas iniciativas es bajo pero no menos importante.

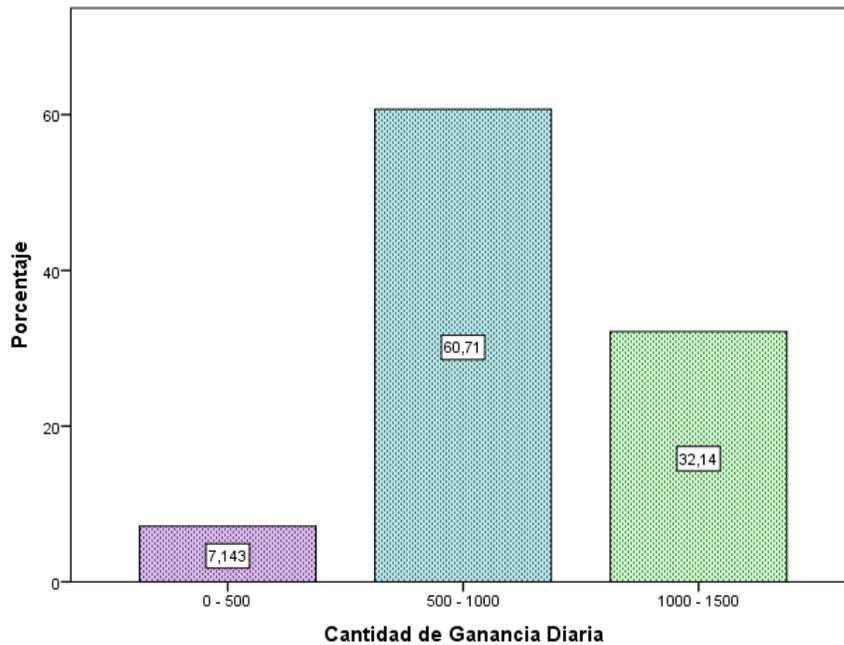
4.2. RESULTADOS SOBRE EL MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS

Tabla N° 06
Ventas diarias

CANTIDAD	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0 - 500	4	7,1	7,1
500 - 1000	34	60,7	67,9
1000 - 1500	18	32,1	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 06



Interpretación

La tabla N° 06 presenta la información sobre la Cantidad de ganancia diaria; donde apreciamos que: el 7.143% tienen un ingreso diario entre 0 a 500 soles, el 60.71% tienen un ingreso diario entre 500 a 1000 soles y por último el 32.14% tienen un ingreso diario entre 1000 a 1500 soles diarios.

Al respecto deducimos que la mayoría de los negocios tienen ingresos diarios 500 a 1000 soles en ventas.

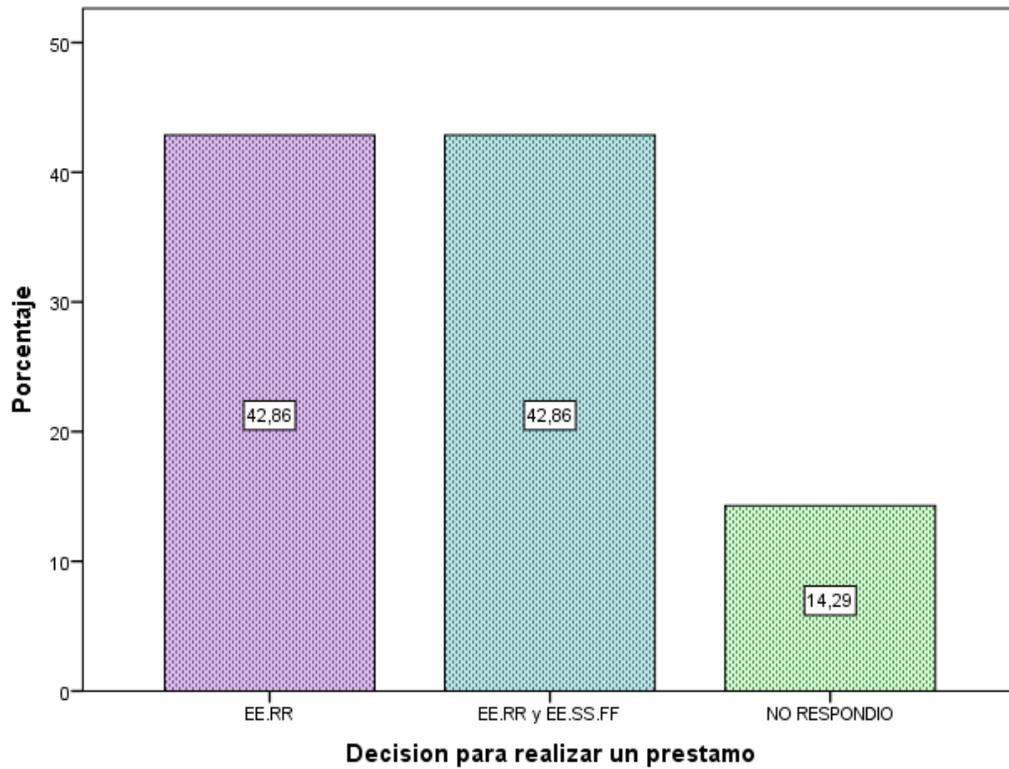
Tabla N° 07

Decisión para realizar un préstamo

DECISION	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EE.RR	24	42,9	42,9
EE.RR y EE.SS.FF	24	42,9	85,7
NO RESPONDIO	8	14,3	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 07



Interpretación

La tabla N° 07 presenta la información sobre la Decisión para realizar un préstamo; donde apreciamos que: el 42.86% tiene como referencia el EE.RR para poder tomar la decisión de realizar un préstamo, el 42.86% tiene como referencia el EE.RR y el EE.SS.FF de igual manera para poder tomar la decisión de realizar un préstamo y por último el 14.29% no respondieron al no tener noción alguna sobre estas herramientas financieras.

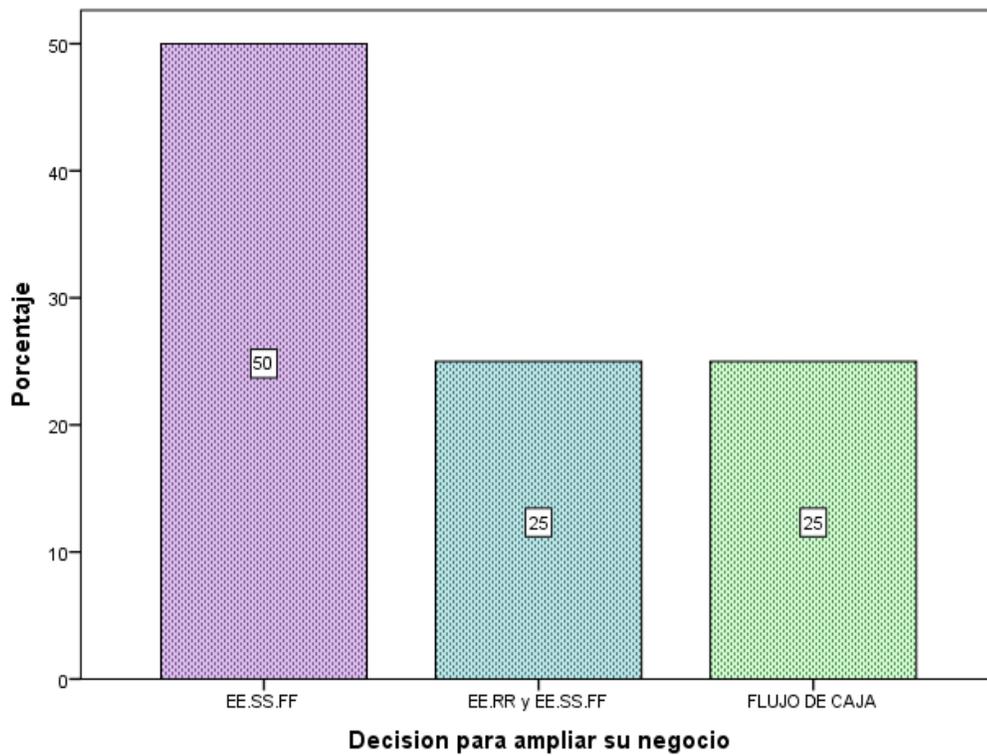
Tabla N° 08

Decisión para ampliar su negocio

DECISION	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EE.SS.FF	28	50,0	50,0
EE.RR y EE.SS.FF	14	25,0	75,0
FLUJO DE CAJA	14	25,0	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 08



Interpretación

La tabla N° 08 presenta la información sobre la Decisión para ampliar su negocio; donde apreciamos que: el 50.0% tiene como referencia el EE.SS.FF para poder tomar la decisión de ampliar su negocio, el 25.00% tiene como referencia el EE.RR y el EE.SS.FF de igual manera para poder tomar la decisión de ampliar su negocio y por último el 25% tiene como referencia el flujo de caja para poder tomar la decisión de ampliar su negocio.

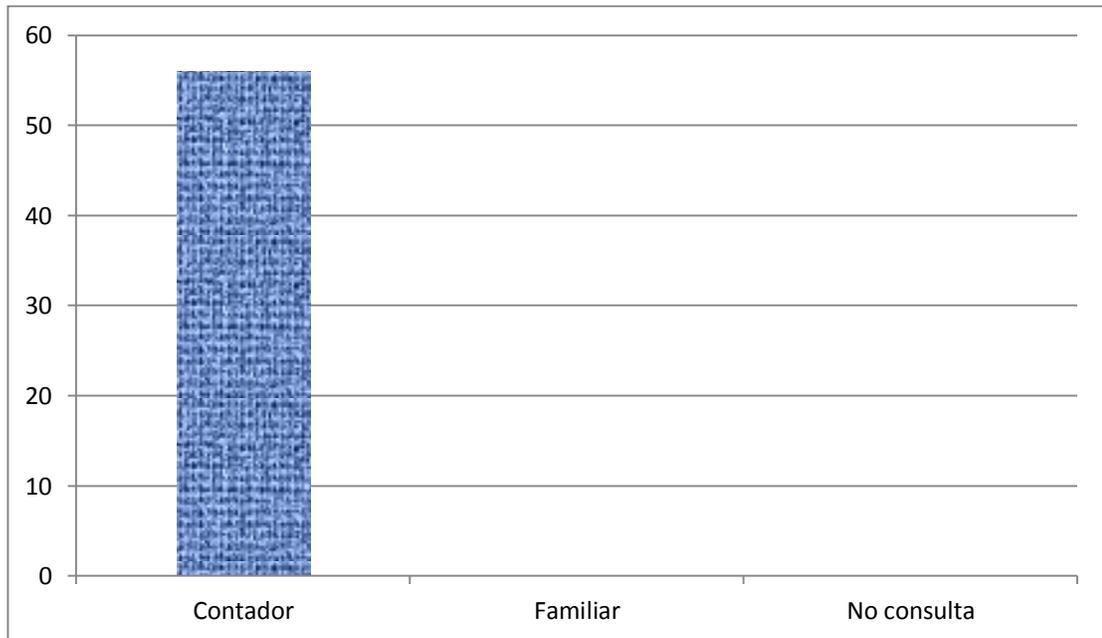
Apreciamos que la mayoría de los empresarios toma como referencia pocas herramientas financieras para ampliar su margen de ventas.

Tabla N° 09
Consulta para tomar una decisión

CONSULTA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
CONTADOR	56	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 09



Interpretación

La tabla N° 09 presenta la información sobre la Consulta para tomar una decisión; donde apreciamos que: el 100.00% de la encuesta en su totalidad opta por consultar alguna decisión al contador, ya que para los dueños del negocio hay una gran confianza sobre él.

Esta situación permite conocer que la mayoría de los propietarios de estos negocios toman como apoyo solo la información del contador, para sus decisiones financieras.

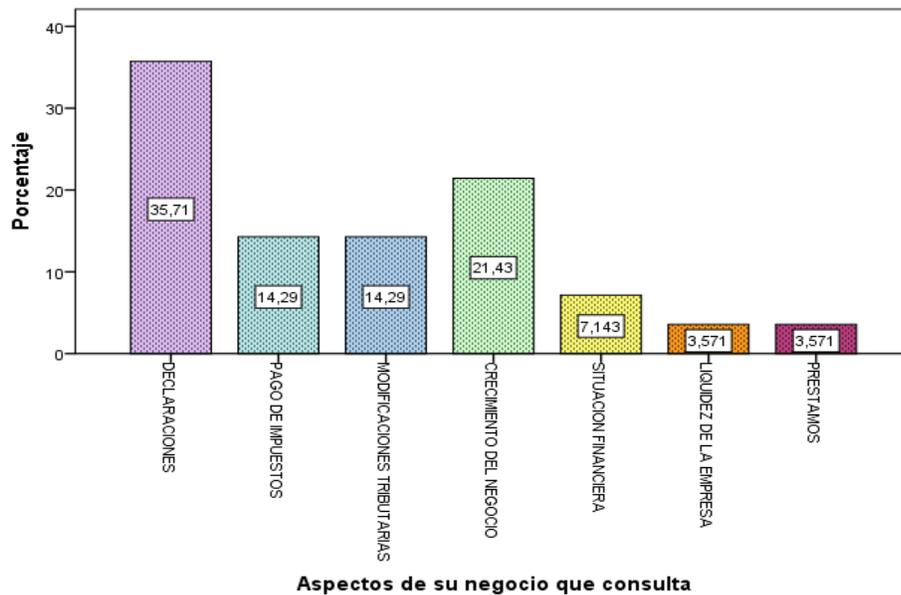
Tabla N° 10

Aspectos de su negocio que consulta

CONSULTA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
DECLARACIONES	20	35,7	35,7
PAGO DE IMPUESTOS	8	14,3	50,0
MODIFICACIONES TRIBUTARIAS	8	14,3	64,3
CRECIMIENTO DEL NEGOCIO	12	21,4	85,7
SITUACION FINANCIERA	4	7,1	92,9
LIQUIDEZ DE LA EMPRESA	2	3,6	96,4
PRESTAMOS	2	3,6	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 10



Interpretación

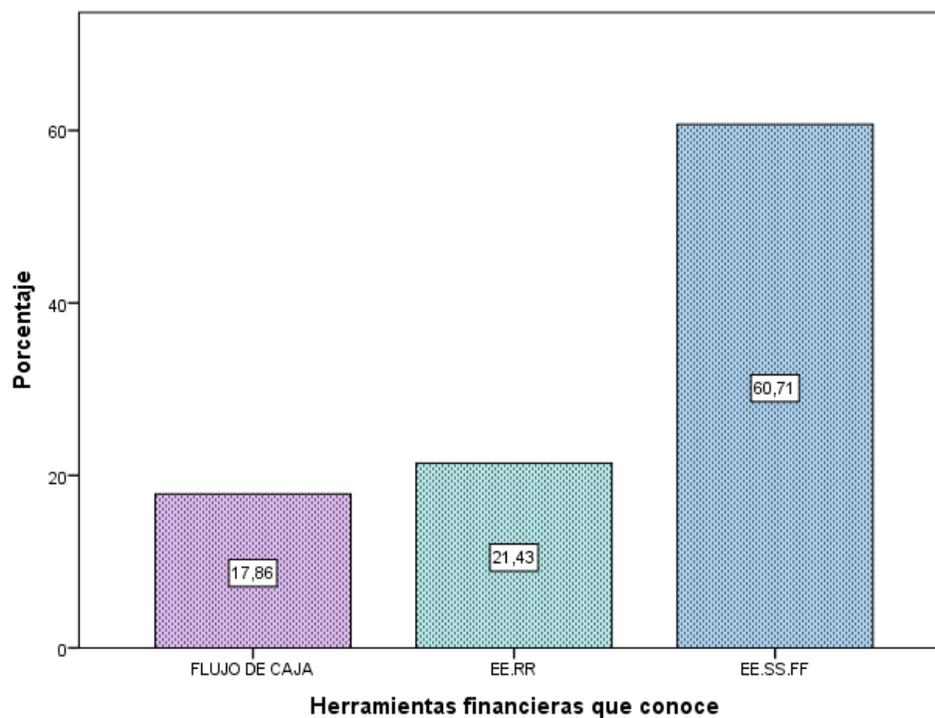
La tabla N° 10 presenta la información sobre la Aspectos de su negocio que consulta; donde apreciamos que: el 35.71% de la encuesta consultan sobre sus declaraciones, el 14.29% consultan sobre pagos de impuestos, el 14.29% consultan sobre modificaciones tributarias, el 21.43% consultan sobre el crecimiento del negocio, el 7.143% consultan sobre la situación financiera del negocio, el 3.571% consulta sobre la liquidez del negocio y por último el 3.571% consulta sobre préstamos para su negocio.

Tabla N° 11
Herramientas financieras que conoce

HERRAMIENTAS FINANCIERAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
FLUJO DE CAJA	10	17,9	17,9
EE.RR	12	21,4	39,3
EE.SS.FF	34	60,7	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 11



Interpretación

La tabla N° 11 presenta la información sobre las Herramientas financieras que conoce; donde apreciamos que: el 17.86% de la encuesta conocen como herramienta financiera al flujo de caja, el 21.43% conocen como herramienta financiera al EE.RR y por último el 60.71% tienen conocimiento como una herramienta financiera al EE.SS.FF.

De esta información deducimos que si bien es cierto que los empresarios tienen conocimiento de una que otra herramienta financiera, estas no son suficientes para realizar un análisis adecuado.

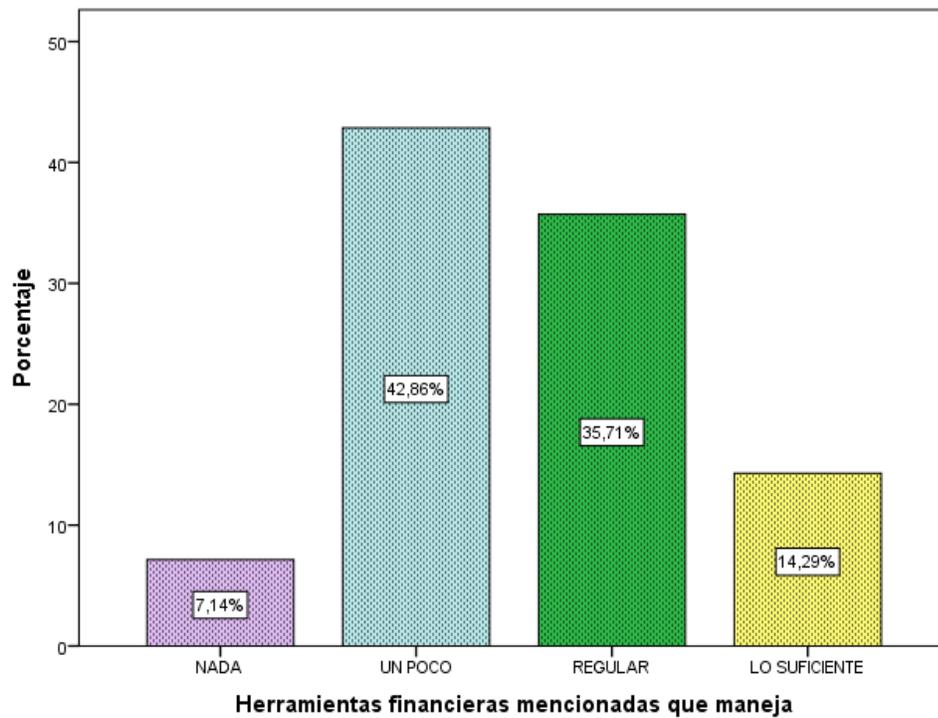
Tabla N° 12

Manejo de Herramientas financieras

HERRAMIENTAS FINANCIERAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NADA	4	7,1	7,1
UN POCO	24	42,9	50,0
REGULAR	20	35,7	85,7
LO SUFICIENTE	8	14,3	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 12



Interpretación

La tabla N° 12 presenta la información sobre las Herramientas financieras mencionadas que maneja; donde apreciamos que: el 7.14% de la encuesta no maneja nada las herramientas financieras que conoce, el 42.86% de la encuesta maneja un poco las herramientas financieras que conoce, el 35.71% maneja regularmente las herramientas financieras que conoce y por último el 14.29% maneja lo suficiente las herramientas financieras que conoce en beneficio de su negocio.

4.3. RESULTADOS SOBRE LA TOMA DE DECISIONES

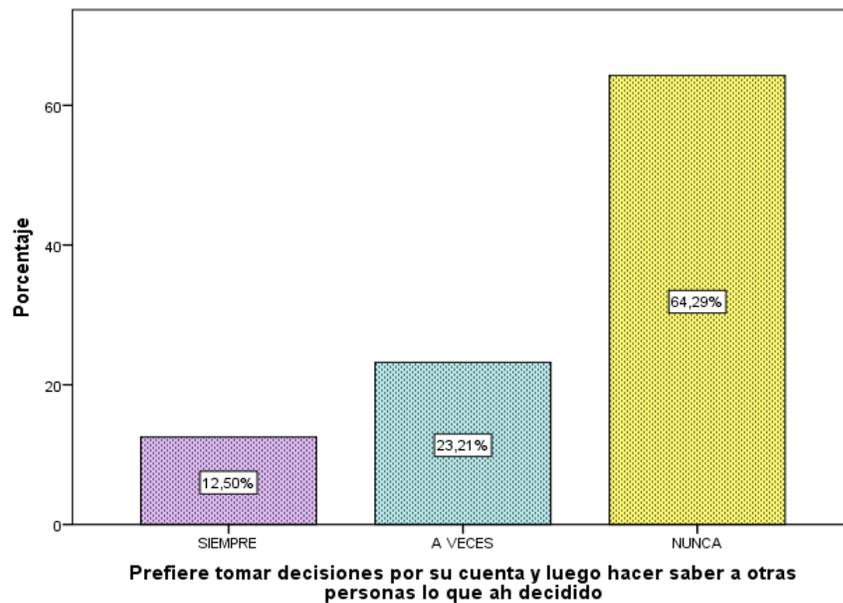
Tabla N° 13

Prefiere tomar decisiones por su cuenta y luego hacer saber a otras personas lo que ha decidido

DECISIONES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	7	12,5	12,5
A VECES	13	23,2	35,7
NUNCA	36	64,3	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 13



Interpretación

La tabla N° 13 presenta la información sobre si Prefiere tomar decisiones por su cuenta y luego hacer saber a otras personas lo que ha decidido; donde apreciamos que: el 12.50% de la encuesta siempre prefiere tomar decisiones por su cuenta y hacerlo saber a otras personas lo que ha decidido, el 23.21% de la encuesta a veces prefiere tomar decisiones por su cuenta y hacerlo saber a otras personas lo que ha decidido y el 64.29% de la encuesta nunca prefiere tomar decisiones por su cuenta y hacerlo saber a otras personas lo que ha decidió.

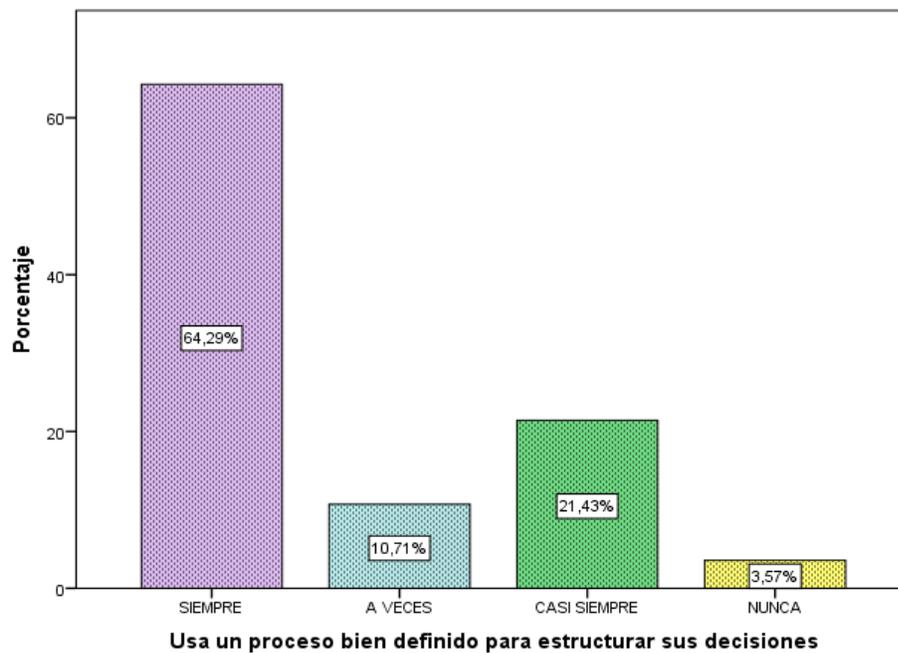
Tabla N° 14

Usa un proceso bien definido para estructurar sus decisiones

DECISIONES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	36	64,3	64,3
A VECES	6	10,7	75,0
CASI SIEMPRE	12	21,4	96,4
NUNCA	2	3,6	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 14



Interpretación

La tabla N° 14 presenta la información sobre si Usa un proceso bien definido para estructurar sus decisiones; donde apreciamos que: el 64.29% de la encuesta siempre tiene un proceso bien estructurado para sus decisiones, el 10.71% de la encuesta a veces tiene un proceso bien estructurado para sus decisiones, el 21.43% de la encuesta casi siempre tiene un proceso bien estructurado para sus decisiones y el 3.57% de la encuesta nunca tiene un proceso bien estructurado para sus decisiones.

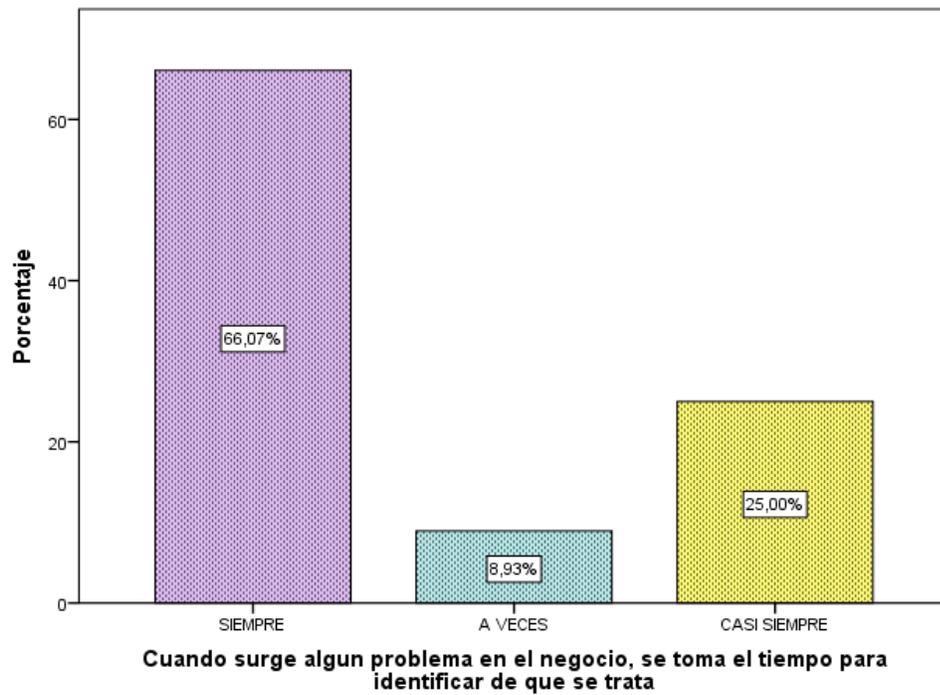
Tabla N° 15

Cuando surge algún problema en el negocio, se toma el tiempo para identificar de que se trata

IDENTIFICAR PROBLEMA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	37	66,1	66,1
A VECES	5	8,9	75,0
CASI SIEMPRE	14	25,0	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 15



Interpretación

La tabla N° 15 presenta la información sobre si Cuando surge algún problema en el negocio, se toma el tiempo para identificar de que se trata; donde apreciamos que: el 66.07% de la encuesta siempre se toma el tiempo para poder identificar el problema, el 8.93% de la encuesta a veces se toma el tiempo para poder identificar el problema y el 25.00% de la encuesta casi siempre se toma el tiempo para poder identificar el problema.

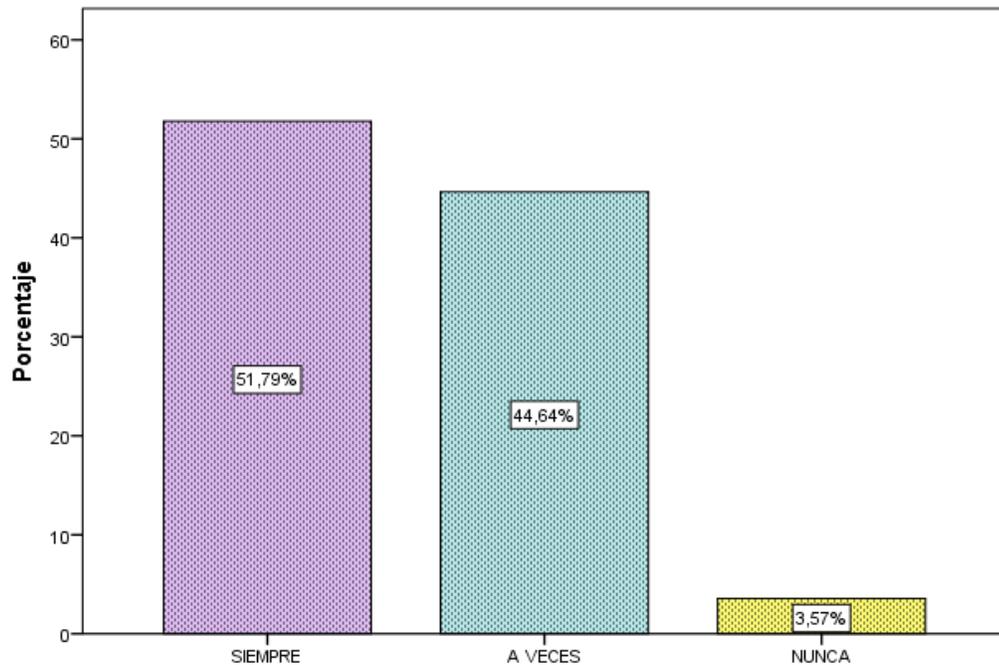
Tabla N° 16

En muchas oportunidades ha pecado de mucha confianza y se ha llegado a equivocar al identificar un problema

MUCHA CONFIANZA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	29	51,8	51,8
A VECES	25	44,6	96,4
NUNCA	2	3,6	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 16



En muchas oportunidades ha pecado de mucha confianza y se ha llegado a equivocar al identificar un problema

Interpretación

La tabla N° 16 presenta la información sobre si En muchas oportunidades ha pecado de mucha confianza y se ha llegado a equivocarse al identificar un problema; donde apreciamos que: el 51.79% de la encuesta siempre ha pecado de mucha confianza, el 44.64% de la encuesta a veces ha pecado de mucha confianza y el 3.57% de la encuesta nunca ha pecado de mucha confianza al equivocarse al momento de identificar un problema.

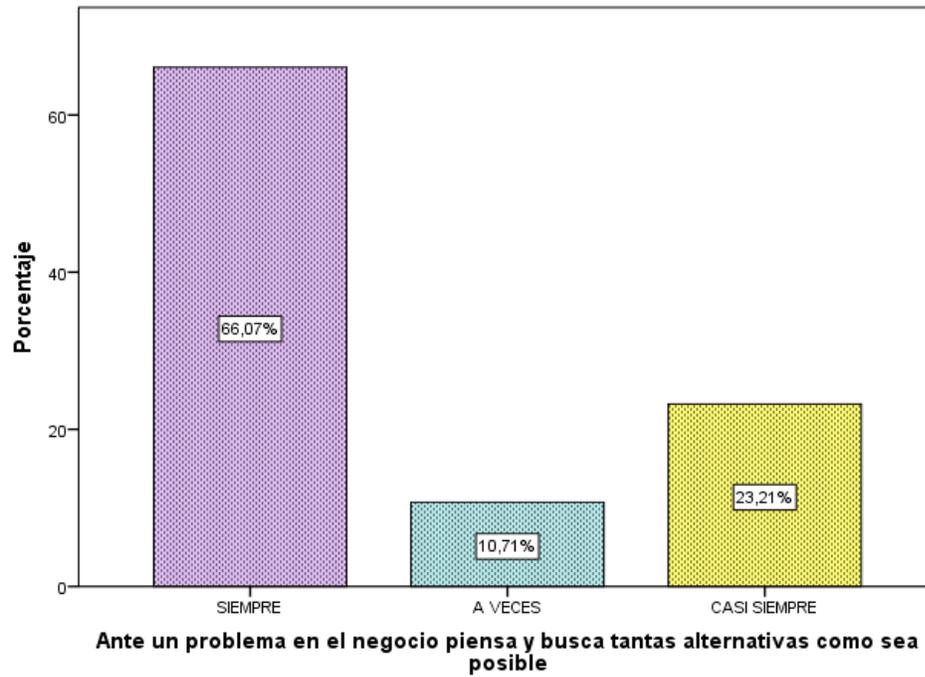
Tabla N° 17

**Ante un problema en el negocio piensa y busca tantas alternativas
como sean posibles**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	37	66,1	66,1
A VECES	6	10,7	76,8
CASI SIEMPRE	13	23,2	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 17



Interpretación

La tabla N° 17 presenta la información sobre si Ante un problema en el negocio piensa y busca tantas alternativas como sea posible; donde apreciamos que: el 66.07% de la encuesta siempre piensa y busca tantas alternativas como sea posible, el 10.71% de la encuesta a veces piensa y busca tantas alternativas como sea posible y el 23.21% de la encuesta casi siempre piensa y busca tantas alternativas como sea posible para la solución de un problema.

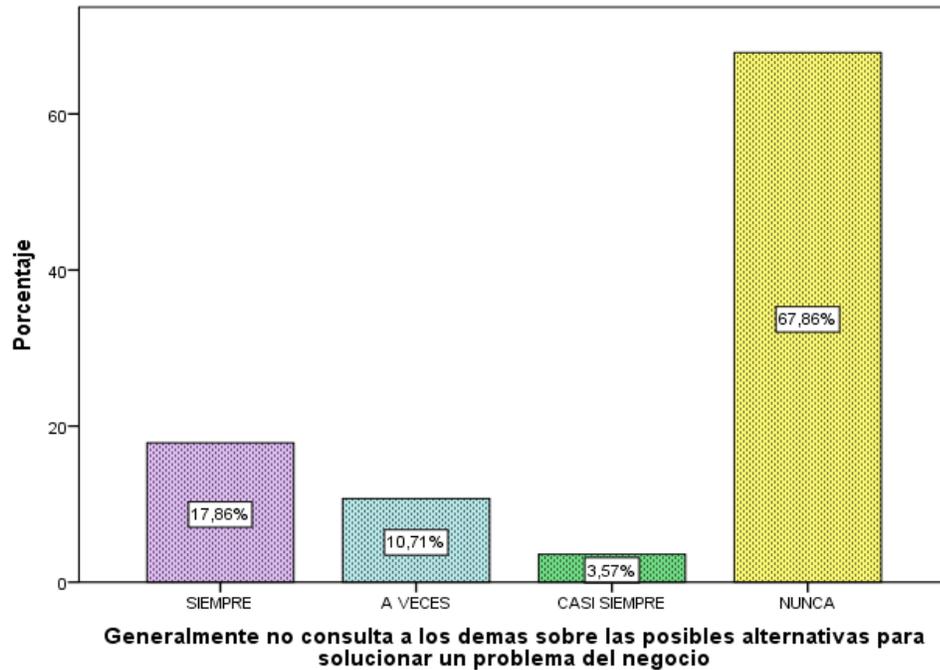
Tabla N° 18

Generalmente no consulta a los demás sobre las posibles alternativas para solucionar un problema del negocio

CONSULTA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	10	17,9	17,9
A VECES	6	10,7	28,6
CASI SIEMPRE	2	3,6	32,1
NUNCA	38	67,9	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 18



Interpretación

La tabla N° 18 presenta la información sobre si Generalmente no consulta a los demás sobre las posibles alternativas para solucionar un problema del negocio; donde apreciamos que: el 17.86% de la encuesta respondió con que siempre consulta a los demás sobre posibles alternativas para la solución de un problema en el negocio, el 10.71% de la encuesta a veces no consulta a los demás sobre posibles alternativas para la solución de un problema en el negocio, el 3.57% de la encuesta casi siempre no consulta a los demás sobre posibles alternativas para la solución de un problema en el negocio y por último el 67.86% nunca consulta a los demás sobre posibles alternativas para la solución de un problema en el negocio.

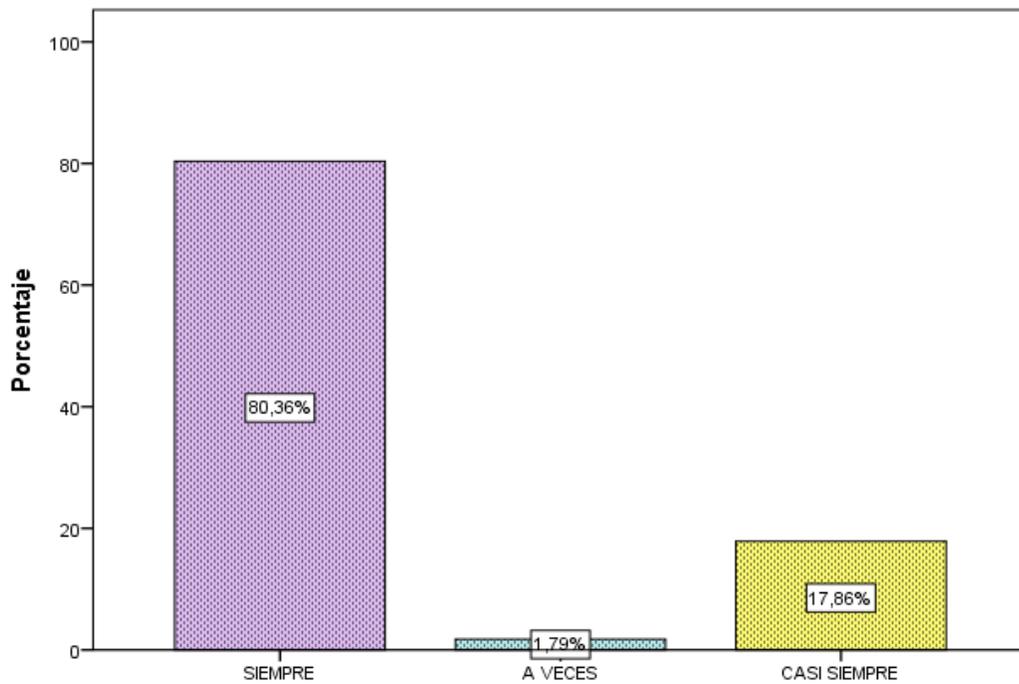
Tabla N° 19

Cuando reconoces que existe un problema ¿Identifica las alternativas que existen para resolverlo?

IDENTIFICA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	45	80,4	80,4
A VECES	1	1,8	82,1
CASI SIEMPRE	10	17,9	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 19



Cuando reconoces que existe un problema ¿Identifica las alternativas que existen para resolverlo?

Interpretación

La tabla N° 19 presenta la información sobre si Cuando reconoces que existe un problema ¿Identifica las alternativas que existen para resolverlo?; donde apreciamos que: el 80.36% de la encuesta respondió con que siempre identifica alternativas para resolver el problema, el 1.79% de la encuesta a veces identifica alternativas para resolver el problema y por último el 17.86% de la encuesta casi siempre identifica alternativas para resolver el problema.

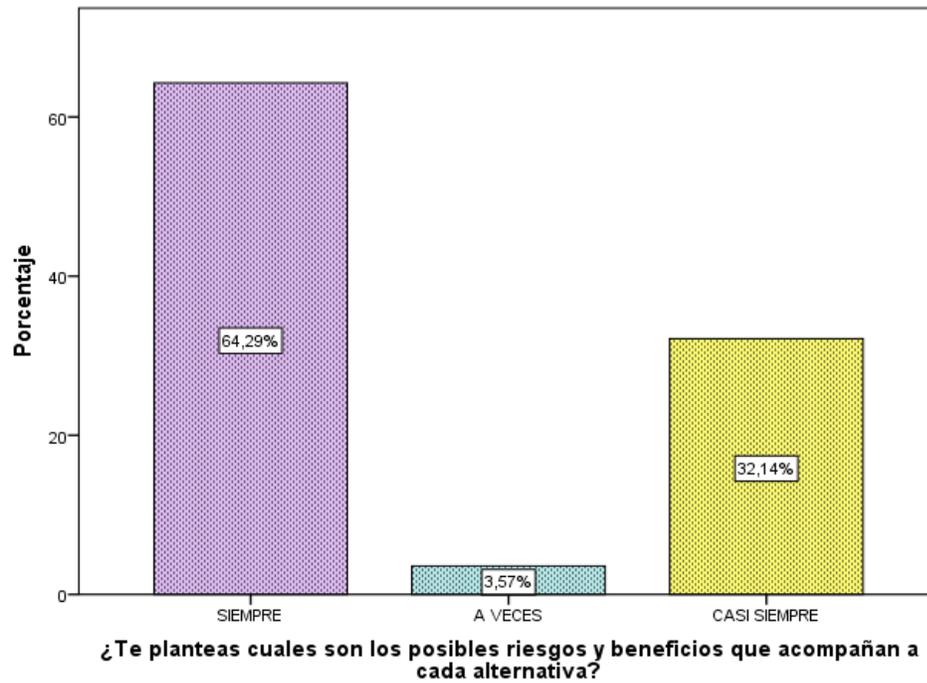
Tabla N° 20

¿Te planteas cuales son los posibles riesgos y beneficios que acompañan a cada alternativa?

RIESGOS Y BENEFICIOS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	36	64,3	64,3
A VECES	2	3,6	67,9
CASI SIEMPRE	18	32,1	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 20



Interpretación

La tabla N° 20 presenta la información sobre si ¿Te planteas cuales son los posibles riesgos y beneficios que acompañan a cada alternativa?; donde apreciamos que: el 64.29% de la encuesta respondió que siempre se plantea cuáles pueden ser los posibles riesgos y beneficios al encontrar una alternativa de solución, el 3.57% de la encuesta a veces se plantea cuáles pueden ser los posibles riesgos y beneficios al encontrar una alternativa de solución y por último el 32.14% de la encuesta casi siempre se plantea cuáles pueden ser los posibles riesgos y beneficios al encontrar una alternativa de solución.

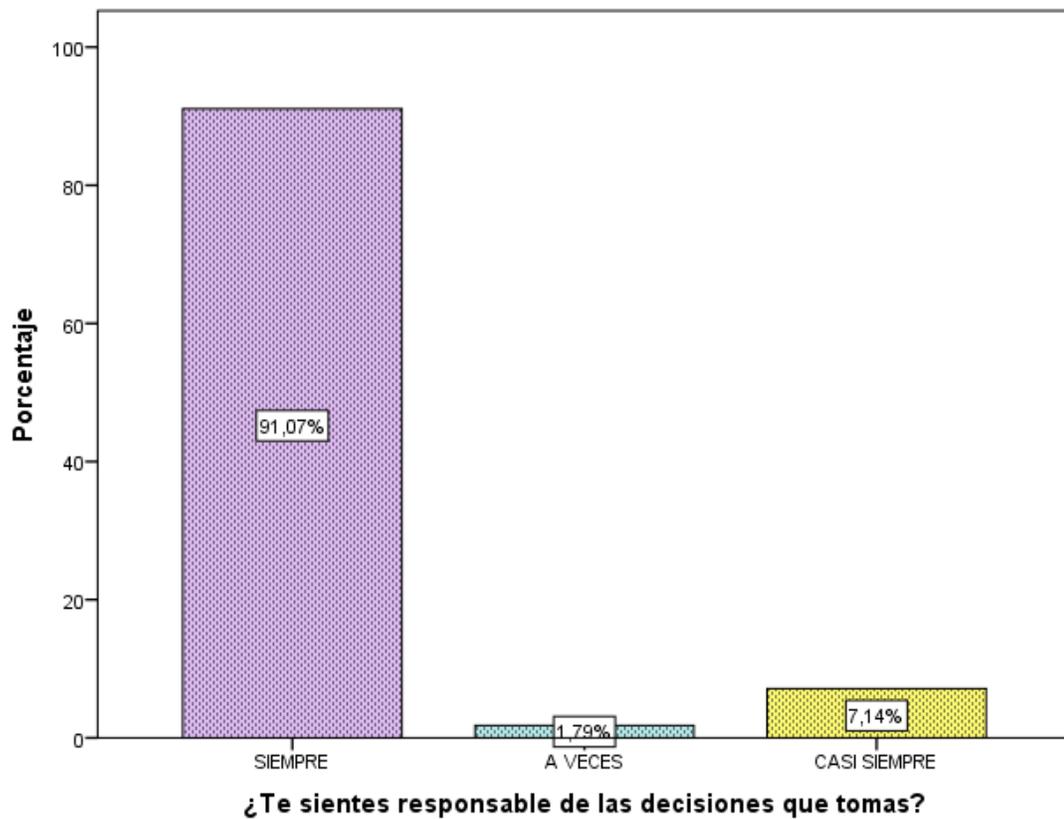
Tabla N° 21

¿Te sientes responsable de las decisiones que tomas?

DESICIONES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	51	91,1	91,1
A VECES	1	1,8	92,9
CASI SIEMPRE	4	7,1	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 21



Interpretación

La tabla N° 21 presenta la información sobre si ¿Te sientes responsable de las decisiones que tomas?; donde apreciamos que: el 91.07% de la encuesta respondió que siempre se hace responsable de las decisiones que toma, el 1.79% de la encuesta a veces se hace responsable de las decisiones que toma y por último el 7.14% de la encuesta casi siempre se hace responsable de las decisiones que toma.

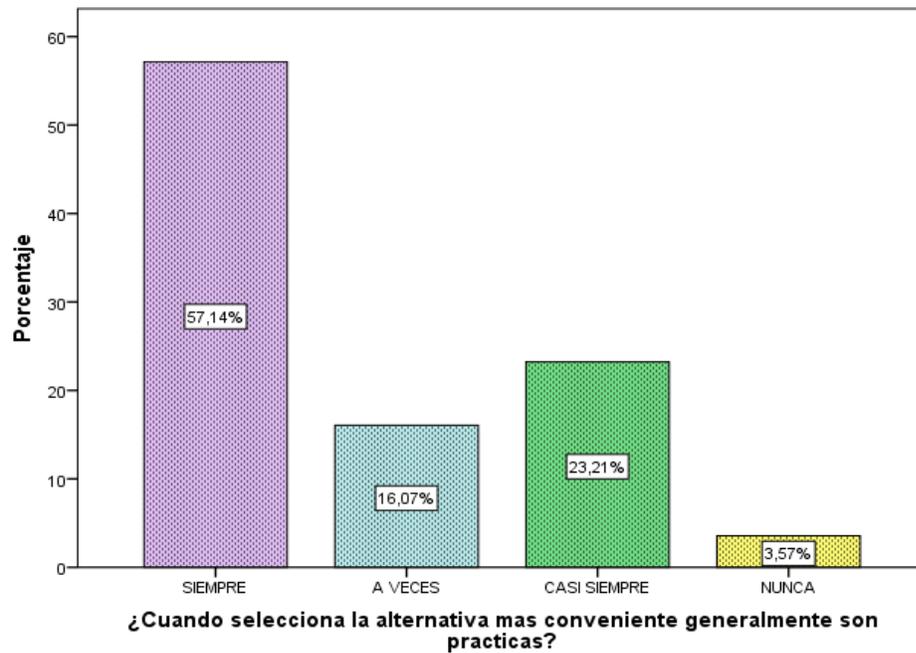
Tabla N° 22

¿Cuándo selecciona la alternativa más conveniente generalmente son prácticas?

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	32	57,1	57,1
A VECES	9	16,1	73,2
CASI SIEMPRE	13	23,2	96,4
NUNCA	2	3,6	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 22



Interpretación

La tabla N° 22 presenta la información sobre si ¿Cuándo selecciona la alternativa más conveniente generalmente son prácticas?; donde apreciamos que: el 57.14% de la encuesta respondió que siempre son prácticas, el 16.07% de la encuesta a veces la alternativa suele ser prácticas, el 23.21% de la encuesta respondió que casi siempre la alternativa a elegir es práctica y por último el 3.57% de la encuesta respondió con un nunca al no hacersele fácil elegir una alternativa de solución práctica.

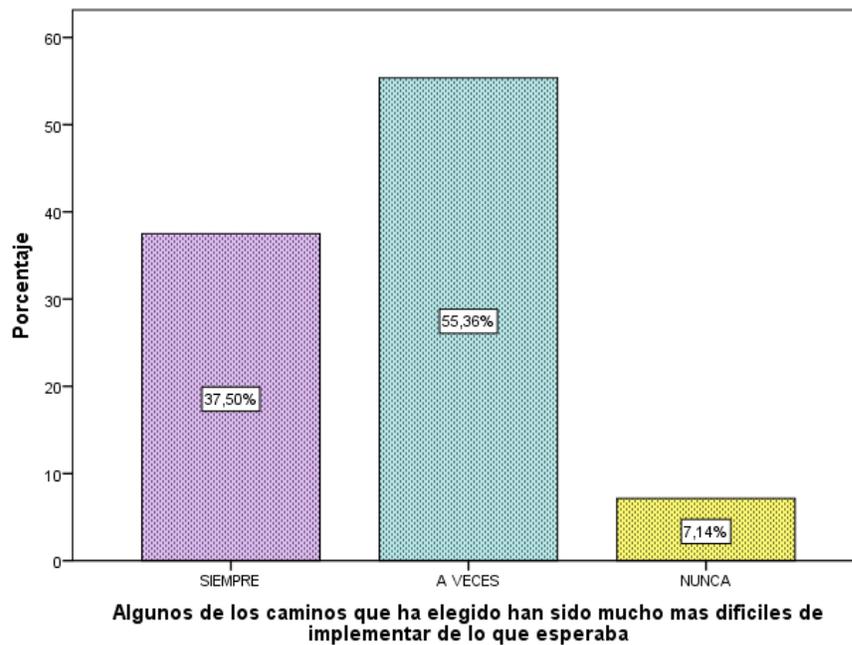
Tabla N° 23

Algunos de los caminos que ha elegido han sido mucho más difíciles de implementar de lo que esperaba

DIFICILES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	21	37,5	37,5
A VECES	31	55,4	92,9
NUNCA	4	7,1	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 23



Interpretación

La tabla N° 23 presenta la información sobre si Algunos de los caminos que ha elegido han sido mucho más difíciles de implementar de lo que esperaba; donde apreciamos que: el 37.50% de la encuesta respondió que siempre algunos caminos que han elegido se les ha hecho difícil, el 55.36% de la encuesta respondió que a veces algunos caminos que han elegido se les ha hecho difícil y por último el 7.14% de la encuesta nunca se les ha hecho difícil algunos caminos que han elegido.

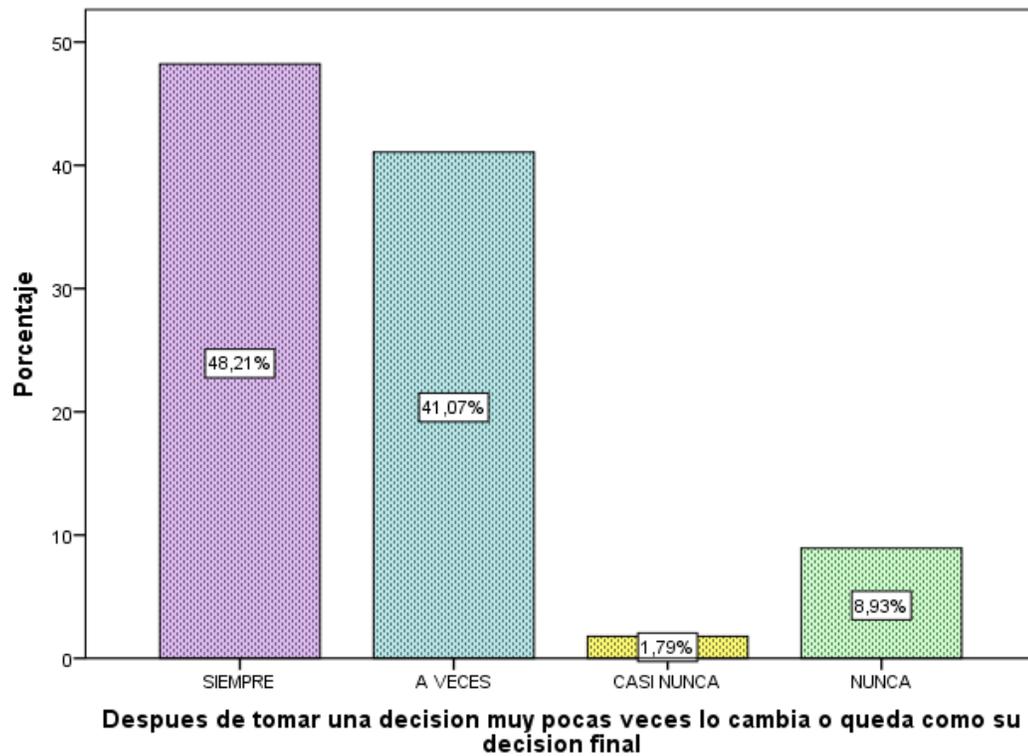
Tabla N° 24

Después de tomar una decisión ¿Queda como su decisión final?

DECISION	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	27	48,2	48,2
A VECES	23	41,1	89,3
CASI NUNCA	1	1,8	91,1
NUNCA	5	8,9	100,0
Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 24



Interpretación

La tabla N° 24 presenta la información sobre si Después de tomar una decisión ¿Queda como su decisión final?; donde apreciamos que: el 48.21% de la encuesta respondió que siempre queda como su decisión final, el 41.07% de la encuesta respondió que a veces queda como su decisión final, el 1.79% respondió que casi nunca quedaría como su decisión final y por último el 8.93% de la encuesta respondió que nunca quedaría como su decisión final sin antes consultarlo.

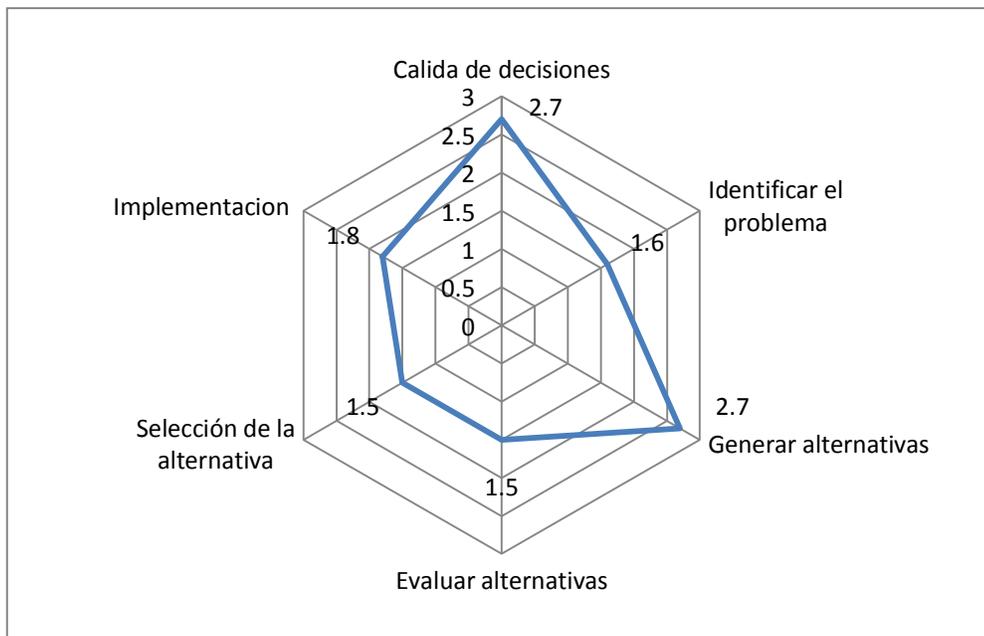
Tabla N° 25

Indicadores

INDICADORES	PUNTUACION
Calidad de decisiones	2.7
Identificar el problema	1.6
Generar alternativas	2.7
Evaluar alternativas	1.5
Selección de la alternativa	1.5
Implementación	1.8

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 25



Interpretación

La tabla N° 25 presenta la información sobre los Indicadores; donde apreciamos que: el indicador calidad de decisiones obtiene una puntuación de 2.7 sobre la escala de evaluación, la identificación del problema tiene 1.6 puntos, el generar alternativas tiene 2.7, el evaluar alternativas tiene 1.5 puntos, la selección de alternativas tiene 1.5 puntos y el indicador de implementación tiene una puntuación de 1.8.

Donde podemos observar que el indicador con mayor puntuación es el indicador calidad de decisiones y el de generar alternativas ya que los dos indicadores obtienen una puntuación de 2.7. Sin embargo, hay que recalcar que estos son índices bajos.

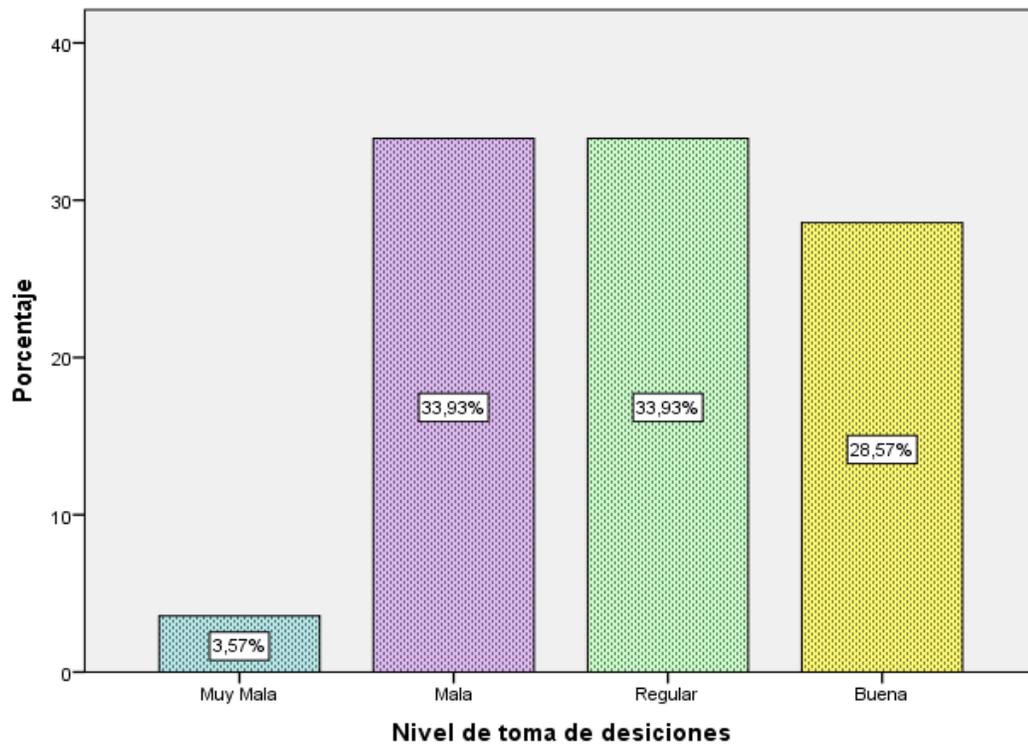
Tabla N° 26

Nivel de toma de decisiones

DESICIONES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
MUY MALA	2	3,6	3,6
MALA	19	33,9	37,5
REGULAR	19	33,9	71,4
BUENA	16	28,6	100,0
MUY BUENA	56	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 26



Interpretación

La tabla N° 26 presenta la información sobre el Nivel de toma de decisiones; donde apreciamos que: el 3.57% de la encuesta toma decisiones de una manera muy mala, el 33.93% de la encuesta toma decisiones de una manera mala, el 33.93% de la encuesta toma decisiones de una manera regular y por último el 28.57% de la encuesta toma decisiones de una manera buena, generando así buenas soluciones para el negocio.

4.4. CONTRASTE DE HIPOTESIS

A. Planteamiento de hipótesis

Ho: No existe relación significativa entre el manejo de herramientas financieras y la toma de decisiones.

Hi: Si existe relación significativa entre el manejo de herramientas financieras y la toma de decisiones.

B. Nivel significancia

Alfa = 0.05

C. Aplicando el estadígrafo

Se aplicó el estadístico chi cuadrado para la prueba de hipótesis, habiendo obtenido el siguiente resultado que se presenta en el reporte SPSS 22.0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	42,393 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	30,319	9	,000
Asociación lineal por lineal	,138	1	,710
N de casos válidos	56		

D. Decisión

$P = 0.00 < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto se puede afirmar que a un nivel de significancia de 0.05 se ha comprobado si existe relación significativa entre el manejo de herramientas financieras y la toma de decisiones.

4.5. DISCUSIONES DE RESULTADOS

En la presente investigación sobre el manejo de herramientas financieras y la toma de decisiones de las MYPES del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza, año 2015, se pudo comprobar que los comerciantes del sector de alimentos no tienen un buen conocimiento ni utilización de las herramientas financieras debido a que: el 7.14% de los dueños no maneja las herramientas financieras, el 42.86% maneja un poco las herramientas financieras que conoce, el 35.71% maneja regularmente las herramientas financieras que conoce y por último el 14.29% maneja lo suficiente las herramientas financieras que conoce.

Por otro lado en lo relacionado con el nivel que tienen los dueños del sector comerciales de alimentos al tomar de decisiones, encontramos que el 3.57% de la encuesta toma decisiones de una manera muy mala, el 33.93% de la encuesta toma decisiones de una manera mala, el 33.93% de la encuesta toma decisiones de una manera regular y por último el 28.57% de la encuesta toma decisiones de una manera buena, generando así buenas soluciones para el negocio. Un trabajo similar Charles Ribbeck Gómez (año 2014) en su tesis Análisis e interpretación de estados financieros: Herramienta clave para la toma de decisiones en las MYPES, donde el 4% de sus encuestados toman

de manera muy mala sus decisiones, teniendo por otro lado que el 56% de sus encuesta toma malas decisiones y por último el 40% de su encuesta toma decisiones buenas; como vemos estos resultados comparados con los hallazgos en la presente investigación son similares.

Por ultimo en el punto 4.4 se sometió a prueba de hipótesis la relación entre la toma de decisiones y el manejo de herramientas financieras, mediante el estadígrafo chi cuadrada, los resultados de la prueba indican que en cual, a un nivel de significatividad de 0.05, $p \text{ valor} = 0.00 < 0.05$, por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna comprobándose que existe una relación significativa entre ambas variables. Siendo que la toma de decisiones en los propietarios de estos negocios es inadecuada, esto se debe principalmente a que no tienen buen manejo de herramientas financieras. Un trabajo similar fue reportado por Walter Casahuaman Asparrin (año 2014) en su tesis Herramientas financieras en la gestión de las MYPES de calzados de cuero donde da a conocer que el 60% de los encuestados toman decisiones malas al no tener mayor conocimiento de las herramientas financieras para poder decir.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los resultados de la investigación se puede afirmar que el 42.86% de los dueños de las empresas manejan un poco las herramientas financieras que conocen del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza y en consecuencia no realizan una planificación financiera que les permita tomar una adecuada decisión de financiamiento.
2. Un gran número de empresas presenta un bajo nivel de competencia debido que no conocen correctamente las herramientas financieras, por lo que no realiza un adecuado control de sus operaciones, ocasionando que la toma de decisiones no sea la más correcta y oportuna.
3. Los resultados de la investigación dio como porcentaje que el 33.93% de los empresarios del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza toman decisiones de una manera mala, quiere decir que no saben tener decisión fijas ni futuras en perjuicio de su negocio.

4. Las empresas del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza tienen un nivel bajo al momento de tomar sus decisiones debido a que no tienen como referencia una buena base, ni conocimiento de la utilización de las herramientas financieras ya que va de la mano con la toma de decisiones, generando un menor crecimiento y oportunidad para la micro y pequeña empresa.

SUGERENCIAS

1. Las empresas del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza deben contar con los conocimientos necesarios sobre lo que son y para qué sirven las herramientas financieras, para que puedan realizar un diagnóstico financiero y así les permita desarrollar una planificación y toma de decisiones a corto y largo plazo, con la finalidad de reflejar futuras inversiones para la puesta en marcha de la empresa, para generar así rentabilidad, optimizando sus recursos y minimizando el riesgo.
2. Las empresas del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza deben colocar más énfasis en conocer un poco más sobre las herramientas financieras, de tal manera esto genere una iniciativa para cada uno de los empresarios de este sector y así poder tomar mejores decisiones que les permitan ser más competitivas en su rubro.
3. Las empresas del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza, deben juntarse en un grupo considerable para poder solicitar a la Municipalidad de su Distrito, es este caso a la Municipalidad de Alto de la Alianza, capacitaciones

en temas basados al manejo de herramientas financieras y para toma de decisiones, ya que es obligación de las Municipalidades en general velar por el desarrollo y bienestar de su comunidad.

4. Las empresas del sector comercial de alimentos del distrito Alto de la Alianza para un mayor control y ahorro de sus gastos, deben utilizar una cuenta bancaria en la cual puedan depositar sus ingresos diarios, semanales o mensuales, y así poder tener un respaldo en el caso de tomar una decisión a corto o larga plazo, por ejemplo en tener una idea de ampliar el negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abreu, S. (2003), Contabilidad, Análisis de Información Contable – Editorial Líder OGM Linp. Uruguay.

Amaya, J. (2010), Administración, Información Gerenciales – Editorial Rocapried Frw. México.

Arnoletto, E. (2012), Gestión, Destrezas de Gestión Pública – Editorial Arango Wrd. Guatemala.

Quisiguiña, F. (2005), en la revista “Gestiopolis” – Diario la Primera. Perú.

Valencia, F. (2009), en la revista “Banca de Inversión” – Diario Gestión. Perú.

Delgado, G. (2009), en la revista “Banca de Inversión” – Diario Gestión. Perú.

Forsyth, J. (2004), Finanzas, Rentabilidad y Valor – Editorial Bonelli Caigo. Argentina.

Hinojosa, J. (2000), Economía, Proyectos de Inversión – Editorial Trillas. México.

Olcese, J. (2009), en la revista “Microfinanzas” - Diario La Primera. Perú.

Rebollo, J. (2005), Economía, Operaciones de las MYPES – Editorial Trillas. México.

Chu Rubio, M. (2009), Finanzas, en Finanzas para no financieros – Editorial Kemocorp International. Perú.

- Conterno, E. (2009), en el Diario “Expreso”. Perú
- Mascareñas, J. (1994), Finanzas, Financiación en la Empresa – Editorial Uned. España – Madrid.
- Mascareñas, J. (1994), Economía, Economía de la Empresa. – Editorial Uned. España – Madrid.
- Núñez, A. & Vieites, R. (2009), en la revista “Contaduría y Administración” – Diario Unam. México.
- Porter M. (2005), Liderazgo, Ser Competitivo – Editorial D. F. Cecs. México.
- Anzola S. (1996), Administración, Pequeñas Empresas – Editorial MC Graw Hill. México.
- Tanaka, G. (2001), Finanzas, Análisis de Estados Financieros – Editorial Wrindehit. EE.UU.
- Turmero, I. (2010), Finanzas, Decisiones para el Financiamiento – Editorial Seijas Merino. Venezuela.
- Montero, V. (2009), en la revista “Banca de Inversión” – Diario Gestión. Perú.
- Wehrich, H. (1999). Administración, una Prospectiva Global – Editorial MC Graw Hill. México.
- Zavala, M. (2005), Contabilidad, la Contabilidad Financiera – Editorial Rospiguiosi Rill. Guatemala.

ANEXOS

CUESTIONARIO

Soy Egresado de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Privada de Tacna, el presente cuestionario es para conocer su opinión para determinar el manejo de herramientas financieras en la toma de decisiones de las MYPES del Sector Comercial de Alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.

MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS

I. INFORMACION GENERAL

1. Nombre de la empresa:

2. TAMAÑO: Pequeña () Mediana()
3. GIRO DEL NECIO: _____ Rubro: _____
4. UBICACIÓN: _____
5. PERSONERÍA: Natural () Jurídica()
6. GENERO DEL DUEÑO DEL NEGOCIO: Varón () Mujer ()
7. EDAD: _____
8. VENTA APROXIMADA AL DIA: _____

II. INFORMACIÓN SOBRE EL MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS

1. ¿Cuándo toma una decisión para realizarse un préstamo, que herramientas financieras utiliza?

2. ¿Cuándo toma una decisión para ampliar el negocio, que herramientas financieras utiliza?

3. ¿Cuándo toma una decisión sobre su empresa a quienes consulta:
- a) No consulto a nadie toma la decisión solo
 - b) Al contador
 - c) Al Banco
 - d) A un amigo
 - e) A un familiar
 - f) Otros: _____
4. Sobre qué aspectos de su negocio suele consultarle al contador:
- _____
- _____
- _____
5. ¿Cuáles de las siguientes herramientas financieras las conoce y maneja?
- a) Flujo de caja
 - b) Estado de resultados
 - c) Estado de la situación financiera
 - d) Análisis financieros - Ratios
 - e) Apalancamiento financiero
 - f) Punto de equilibrio
 - g) Otras: _____
6. De todas las herramientas financieras mencionadas anteriormente hasta qué punto las maneja
1. Nada () 2. Un poco () 3. Regular () 4. Lo suficiente () 5. Bastante ()

**ENCUESTA
TOMA DE DECISIONES**

I. CALIDAD DE LAS DECISIONES

1. Prefiere tomar decisiones por su cuenta y luego hacer saber a otras personas lo que ha decidido.
- A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()
2. Usa un proceso bien definido para estructurar sus decisiones.
- B. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

II. IDENTIFICAR EL PROBLEMA

1. Cuando surge algún problema en el negocio, se toma el tiempo para identificar de que se trata.
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()
2. En muchas oportunidades ha pecado de mucha confianza y se ha llegado a equivocar al identificar un problema.
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

III. GENERAR ALTERNATIVAS

1. Ante un problema en el negocio piensa y busca tantas alternativas como sea posible.
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()
2. Generalmente no consulta a los demás sobre las posibles alternativas para solucionar un problema del negocio.
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

IV. EVALUAR LAS ALTERNATIVAS

1. Cuando reconoce que existe un problema, ¿Identifica las alternativas que existen para resolverlo?
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()
2. ¿Se plantea cuáles son los posibles riesgos y beneficios que acompañan a cada alternativa?
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

V. SELECCIONAR LA ALTERNATIVA

1. ¿Se siente responsable de las decisiones que toma?
A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

2. ¿Cuándo selecciona la alternativa más conveniente generalmente son prácticas?
- A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

VI. IMPLEMENTACIÓN

1. Algunos de los caminos que ha elegido han sido mucho más difíciles de implementar de lo que esperaba.
- A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()
2. Después de tomar su decisión, muy pocas veces lo cambia, o queda como su decisión final.
- A. Siempre () B. Casi siempre () C. A veces () D. Casi nunca () E. Nunca ()

Gracias.

CALLE URUGUAY



AV. JORGE BASADRE



MATRIZ DE CONSISTENCIA

MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL DE ALIMENTOS DEL DISTRITO ALTO DE LA ALIANZA, AÑO 2015

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES											
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿En qué medida el manejo de herramientas contables y financieras influye en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICAS:</p> <p>a. ¿Cuál es el manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?</p> <p>b. ¿Cómo es la toma de decisiones en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la influencia del manejo de herramientas contables y financieras en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, en el año 2015.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. Determinar el manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.</p> <p>b. Evaluar la toma de decisiones en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, en el año 2015.</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL:</p> <p>El manejo de herramientas contables y financieras influye directamente en la toma de decisiones de los directivos de las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIAS:</p> <p>a. Existe poco manejo de herramientas contables y financieras en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, año 2015.</p> <p>b. La toma de decisiones en las MYPES del sector comercial de alimentos del Distrito Alto de la Alianza, fundamentalmente se basan en conocimientos empíricos.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (X): “MANEJO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS”</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">INDICADORES</th> <th style="width: 50%;">INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>• Flujo de Caja</td> <td rowspan="6" style="text-align: center; vertical-align: middle;">ENCUESTA</td> </tr> <tr> <td>• Estado de Resultados</td> </tr> <tr> <td>• Estado de situación financiera</td> </tr> <tr> <td>• Ratios</td> </tr> <tr> <td>• Análisis</td> </tr> <tr> <td>• Apalancamiento Financiero</td> </tr> <tr> <td>• Punto de Equilibrio</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	INDICADORES	INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN	• Flujo de Caja	ENCUESTA	• Estado de Resultados	• Estado de situación financiera	• Ratios	• Análisis	• Apalancamiento Financiero	• Punto de Equilibrio	
INDICADORES	INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN													
• Flujo de Caja	ENCUESTA													
• Estado de Resultados														
• Estado de situación financiera														
• Ratios														
• Análisis														
• Apalancamiento Financiero														
• Punto de Equilibrio														

			<p>VARIABLE DEPENDIENTE (Y): "TOMA DE DECISIONES"</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>INDICADORES</th> <th>INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>• Calidad de decisiones.</td> <td rowspan="6">ENCUESTA</td> </tr> <tr> <td>• Identificación de Problemas.</td> </tr> <tr> <td>• Generar alternativas.</td> </tr> <tr> <td>• Evaluar alternativas.</td> </tr> <tr> <td>• Seleccionar alternativas.</td> </tr> <tr> <td>• Implementación.</td> </tr> </tbody> </table>	INDICADORES	INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN	• Calidad de decisiones.	ENCUESTA	• Identificación de Problemas.	• Generar alternativas.	• Evaluar alternativas.	• Seleccionar alternativas.	• Implementación.
INDICADORES	INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN											
• Calidad de decisiones.	ENCUESTA											
• Identificación de Problemas.												
• Generar alternativas.												
• Evaluar alternativas.												
• Seleccionar alternativas.												
• Implementación.												