



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
EL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES AGROQUÍMICOS EN EL DISTRITO DE
TAMBOGRANDE AÑO 2018**

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

AUTOR:

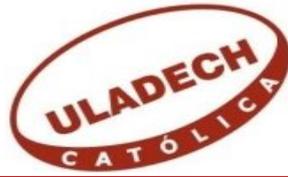
Bach. JONATHAN PAUL PULACHE SANDOVAL

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
EL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES AGROQUÍMICOS EN EL DISTRITO DE
TAMBOGRANDE AÑO 2018**

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

AUTOR:

Bach. JONATHAN PAUL PULACHE SANDOVAL

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

INVESTIGADOR PRINCIPAL:

Bach. JONATHAN PAUL PULACHE SANDOVAL

DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

DOCENTE ASESOR REVISOR:

Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

HOJA DE JURADO EVALUADOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca
Secretario

Dr. Félix Wong Cervera
Miembro

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme por el buen camino para lograr mis objetivos.

A todos los propietarios, encargados, que dirigen las Micro y pequeñas empresas rubro venta de Agroquímicos, por su información otorgada que sirvió para terminar mi tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño a una persona especial más que un segundo padre es mi amigo, que siempre está pendiente de mi vida y su apoyo incondicional.

A todas las personas importantes en mi vida que siempre están pendientes de mí, para lograr mis objetivos y ser una persona útil para la sociedad.

RESUMEN

La presente investigación ha tenido como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018, la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva de diseño no experimental - transversal; posee dos poblaciones, la primera es infinita para la variable gestión de calidad y la segunda es finita para la variable financiamiento. La muestra fue de 68 clientes para la variable gestión de calidad y 03 microempresarios para la variable financiamiento; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado por 25 preguntas nominales. Esta investigación tiene los siguientes resultados: Para la variable gestión de calidad, el 90% de clientes encuestados considera que la empresa donde adquiere sus productos no realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos.; y el 78% de clientes encuestados considera que los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades; en cuanto a la variable financiamiento: El 100% de microempresarios encuestados considera que posee productos innovadores que cubren las necesidades de sus clientes y el 100% considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo. Se concluye que las MYPEs cumplen con los principios de la gestión de calidad en su mayoría; se identificaron algunos beneficios de la gestión de calidad como el mejoramiento de los productos y la satisfacción; además de las estrategias de financiamiento; los tipos de financiamiento que utilizan son: el financiamiento interno y el financiamiento externo.

Palabras claves: Gestión de calidad, Financiamiento, agroquímicos.

ABSTRACT

The general objective of this research was to: Describe the main characteristics of quality management and financing of commercial agrochemical companies in the district of Tambogrande in 2018; the research is of a quantitative, descriptive type with no experimental - transversal design; It has two populations, the first is infinite for the quality management variable and the second is finite for the financing variable. The sample was of 68 clients for the quality management variable and 03 microentrepreneurs for the financing variable; in which a questionnaire consisting of 25 nominal questions was applied. This research has the following results: For the quality management variable, 90% of clients surveyed considers that the company where it acquires its products does not conduct studies on the consequence of risks and the impacts produced by chemical products; and 78% of customers surveyed consider that the products offered meet their needs; Regarding the financing variable: 100% of microentrepreneurs surveyed consider that they have innovative products that meet the needs of their clients and 100% consider that internal financing is the profits that were obtained during a period. It is concluded that the types comply with the principles of quality management in its majority; Some benefits of quality management were identified, such as product improvement and satisfaction; in addition to financing strategies; The types of financing they use are internal financing and external financing.

Keywords: Quality Management, Financing agrochemicals.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
CONTRACARÁTULA.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
HOJA DE JURADO EVALUADOR.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	23
2.1 Antecedentes.....	23
2.1.1 Variable Gestión de la Calidad.....	23
2.1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	23
2.1.1.2 Antecedentes Nacionales.....	28
2.1.1.3 Antecedentes Locales.....	31
2.1.2 Variable Financiamiento.....	36
2.1.2.1 Antecedentes Internacionales.....	36
2.1.2.2 Antecedentes Nacionales.....	39

2.1.2.3 Antecedentes Locales	43
2.2 Bases teóricas.....	47
2.2.1 Agroquímicos.....	47
2.2.1.1 Definición de Agroquímicos.....	47
2.2.1.2 Tipos de Agroquímicos.....	47
2.2.1.3 Clases de Agroquímicos	48
2.2.2 Micro y Pequeñas Empresas	49
2.2.2.1 Definición de MYPE	49
2.2.2.2 Características de las MYPE.....	49
2.2.2.3 Tratamiento Tributario.....	50
2.2.2.4 Programas de apoyo a la capacitación de la MYPE en el Perú	50
2.2.3 Sistema de Gestión de Calidad	50
2.2.3.1 Concepto de Sistema de Gestión de Calidad	51
2.2.3.2 Principios de Gestión de Calidad.....	53
2.2.3.3 Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad.....	60
2.2.4 Financiamiento.....	63
2.2.4.1 Concepto de Financiamiento	63
2.2.4.2 Estrategias financieras	64
2.2.4.3 Tipos de Financiamiento.....	69
2.2.4.4 Fuentes de Financiamiento	76
2.2.4.5 Tipos de garantías para un préstamo.....	82
2.2.4.6 Clases de crédito	83
2.2.4.6.1 Según el origen:	83

2.2.4.6.2 Según el destino:.....	84
2.2.4.6.3 Según el plazo:.....	85
2.2.4.6.4 Según la garantía:.....	85
III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	86
3.1 Diseño de la Investigación.....	86
3.2 Población y Muestra.....	87
3.2.1 Población.....	87
3.2.2 Muestra.....	87
3.3 Definición y operacionalización de las variables.....	90
3.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos.....	94
3.5 Plan de análisis.....	95
3.6 Matriz de Consistencia.....	96
3.7 Principios éticos.....	97
IV. RESULTADOS	98
4.1 Resultados.....	98
4.2 Análisis de Resultados.....	123
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
5.1 Conclusiones.....	134
5.2. Recomendaciones.....	135
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	137
ANEXOS	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos.	98
Tabla 2.	Conoce si el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales.	99
Tabla 3.	Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos.	100
Tabla 4.	La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos	101
Tabla 5.	Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua.	102
Tabla 6.	Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos	103
Tabla 7.	Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad.	104
Tabla 8.	La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos	105
Tabla 9.	Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicas	106
Tabla 10.	Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad	107
Tabla 11.	Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales	108
Tabla 12.	Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades.	109
Tabla 13.	Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados.	110
Tabla 14.	Se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente.	111

Tabla 15.	Considera que las empresas agroquímicas mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal.	112
Tabla 16.	Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado.	113
Tabla 17.	Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes	114
Tabla 18.	Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento	115
Tabla 19.	Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa.	116
Tabla 20.	Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo	117
Tabla 21.	Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse.	118
Tabla 22.	La empresa cuenta con provisiones para afrontar posibles pérdidas.	119
Tabla 23.	Cuando solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudió	120
Tabla 24.	Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato	121
Tabla 25.	Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1.	Gráfico de barras sobre si está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos	98
Figura 2.	Gráfico de barras sobre si el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales	99
Figura 3.	Gráfico de barras sobre el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos	100
Figura 4.	Gráfico de barras sobre la empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que producen los productos químicos.	101
Figura 5.	Gráfico de barras sobre si conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua.	102
Figura 6.	Gráfico de barras sobre si usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos	103
Figura 7.	Gráfico de barras sobre si considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad.	104
Figura 8.	Gráfico de barras sobre La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos.	105
Figura 9.	Gráfico de barras sobre si considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicas.	106
Figura 10.	Gráfico de barras sobre si incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad	107
Figura 11.	Gráfico de barras sobre si considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales	108
Figura 12.	Gráfico de barras sobre si los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades.	109

Figura 13. Gráfico de barras sobre si considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados.	110
Figura 14. Gráfico de barras sobre si se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente.	111
Figura 15. Gráfico de barras sobre si considera que la empresa mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal	112
Figura 16. Gráfico de barras sobre si considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado.	113
Figura 17. Gráfico de barras sobre si tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes.	114
Figura 18. Gráfico de barras sobre si realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento.	115
Figura 19. Gráfico de barras sobre si analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa	116
Figura 20. Gráfico de barras sobre si considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo.	117
Figura 21. Gráfico de barras sobre si su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse.	118
Figura 22. Gráfico de barras sobre si la empresa cuenta con provisiones para afrontar las posibles pérdidas.	119
Figura 23. Gráfico de barras sobre si cuándo solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudió.	120
Figura 24. Gráfico de barras sobre si antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato	121
Figura 25. Gráfico de barras sobre si considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes.	122

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 01. Mypes en investigación	89

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente el sector microempresarial en sus tres sectores (producción, comercio, y servicios) se han ido incrementando por lo que la población económicamente activa necesita incursionar en nuevas actividades que le otorgue ciertos créditos para manutención de su familia, siendo este estrato entonces una fuente potencial por lo que es necesario otorgar un apoyo directo por parte del gobierno.

Hoy en día el Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas, de un lado, la apertura comercial propugnada en los últimos años, han permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser uno de los pilares de su crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país, considerada también como generadora de empleo (Huamán, 2013).

Según datos de la Sociedad de Comercio Exterior (COMEXPERÚ) las ventas de las micro y pequeñas empresas (MYPE) representaron un 13.6% del total de la producción nacional, asimismo, se registró 5.2 millones de micro y pequeñas empresas ubicadas en su mayoría en zonas urbanas (89.3%), lo que indica una contracción del 8% con respecto al número registrado en 2012, de igual forma, en 2013 estos negocios emplearon a casi 8 millones de personas, casi un 47.4% de la población económicamente activa (PEA) del país. En detalle, la distribución de la fuerza laboral

MYPE por tamaño de la empresa, considerando las ventas anuales, está comprendida casi en su totalidad (99.9%) por microempresas (hasta 150 UIT en ventas anuales) y un 0.02% por pequeñas empresas (con ventas anuales entre las 150 y 1,700 UIT). con respecto a la actividad económica a la que se dedican las MYPE, el 40.5% se concentra en los sectores de servicios; el 26.4% en comercio (COMEXPERÚ, 2014).

Por lo tanto, estas MYPES vienen generando el 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, según el informe de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) "Pequeñas empresas, grandes brechas" (MYPES son las mayores generadoras).

Las MYPE son de suma importancia dentro de la economía nacional, no solo porque constituyan el 98% del universo empresarial del país o porque ocupen casi el 75% de la PEA, sino por su entrega al desarrollo, aún en este momento, en que el crecimiento económico pasa por una etapa de desaceleración. Tomando en consideración las dificultades que indicaron los emprendedores, se requiere por parte del Estado, una mayor participación en pro de la solución de estos problemas. Es indispensable asegurar que los emprendimientos se ubiquen en el sector formal, y no en el informal. Y a pesar de esta voluntad y de su importante participación en el desarrollo económico y social del país, no existe una estrategia nacional o política de Estado que generen de manera gradual pero sostenida, condiciones favorables para promover la competitividad y la dinamización de los mercados para las MYPE, ya que muchas de estas pequeñas empresas no se encuentran en el sector formal por falta de conocimiento y porque la SUNAT coloca grandes multas y está pendiente de ellos, además las ventas que tienen son de montos pequeños diariamente (Von, 2015).

Y los sistemas de gestión de calidad de los productos y servicios, hoy en día se han convertido en el valor indiscutible de la empresa; con capacidad de responder las diferentes expectativas y necesidades de los distintos clientes; ya que es un factor de suma importancia el cual determina la supervivencia de las empresas, con normas genéricas que son aplicables a todo tipo de empresas, el cual es visto como ventaja, así mismo se puede ver como un obstáculo, ya que las empresas deben ser capaces de aplicar las distintas cláusulas de las normas (Balagué y Jarmo, 2014).

Además, la gestión de la calidad es el principal factor de decisión para los clientes que demandan cada vez más productos y servicios, cobrando tanta fuerza e importancia que se considera la clave del éxito en cualquier empresa. Esto es totalmente cierto si se logra entender que un cliente satisfecho se llega a considerar un activo de gran importancia para una empresa; una persona satisfecha puede llegar a generar un número más alto de beneficios para la empresa que el cliente impactado por campañas publicitarias. Así, en este nuevo auge que se da por la calidad, es tarea primordial implementar esta “*cultura de calidad*” en la parte que nos toca, siendo esta por lo general dentro de los procesos de las organizaciones (Aguilar, 2010).

Entonces un Sistema de Gestión de Calidad exige como controlar y mejorar las actividades directas e indirectas relativas a la satisfacción de los requerimientos del cliente como proponer el propósito la principal consecuencia más y mejores clientes, por tanto un sistema consta de la organizativa de la micro y pequeña empresa como es: la planificación, los recursos, los procesos y la documentación necesaria para lograr los objetivos de la calidad, para mejorar sus productos y servicios, y para lograr la satisfacción del cliente y así conseguir la fidelización de los mismos (Jiménez, 2011).

Con respecto al financiamiento los sistemas financieros y la negativa hacia las MYPES son aspectos con mucha importancia y relevancia que vienen afectando a la economía en todo América. En el sistema financiero existen diferentes tasas de interés, según el monto solicitado y de acuerdo al tamaño de MYPE que solicita el préstamo, por ello existe escasa participación de este sector en el crédito al sector privado y la utilización de proveedores y el autofinanciamiento para contar con un capital y llevar a cabo sus inversiones en estas empresas; son los principales elementos que existe y marca las dificultades para acceder a un crédito en estos tipos de bancos:

La búsqueda para una mayor igualdad y poder acceder a un financiamiento la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) planteó un fundamento importante a los gobiernos de los países que son miembros de esta comisión, en la reunión de Brasilia en el 2010. Buscar un acceso heterogéneo al financiamiento ayudaría a reforzar la desigualdad entre la capacidad productiva y el ingreso a los grandes mercados, y de esa manera crear un círculo que ayude a este segmento productivo que son las MYPE a un crecimiento eficiente y permanente y que de esa manera se ubique en un mejor rango en el mercado de este sector. Por lo tanto, la importancia de este sector para disponer de financiamiento será reflejada en los diferentes programas que implemente cada gobierno para ayudar en la mejora de cada uno de ellos y empezar a mejorar en este último tiempo. El racionamiento del crédito puede obstaculizar las diferentes inversiones para el mejoramiento y aumentar la capacidad de producción y servicio en innovaciones, y en peor de los casos puede implicar el cierre definitivo de dichas empresas. Además, el mínimo desarrollo de las industrias de capital de riesgo o de mecanismos de financiamiento para start-up reduce

el porcentaje de nacimiento de empresas y la posibilidad de contar con un mejor número de firmas dinámicas en la economía a nivel de Latinoamérica (CEPAL, 2011).

Por consiguiente, García (2014) mencionó que el Gobierno debería aplicar una estrategia de apoyo al comercio electrónico a las MYPES, con el que se brinde asesoría, apoyo técnico y capacitación para que puedan usar estas herramientas y así con un “escaparate hacia el exterior”. Además, ante la falta de financiamiento para hacer crecer a estas empresas, ya que existe un 59% de MYPES que no buscan este financiamiento por dos motivos, “Una razón es porque hay empresarios peruanos que dicen que no quieren endeudarse y deber a los bancos. Y la segunda razón es que los empresarios frenan inversiones porque prefieren quedarse pequeños y así no acudir al banco para no endeudarse, tienen miedo al endeudamiento”, Según el Informe MIPYME Perú 2013, el 19% de MYPES se auto racionan a pedir créditos, es decir que los empresarios no acuden a los bancos a pedir préstamos por el simple hecho de que no se los van a dar. (...) “Lo positivo es que el 21% (de MYPES) que sí va al banco, apenas tienen restricciones financieras, esto es un dato positivo y es un dato optimista”.

Los micro y pequeños empresarios constituidos formalmente cuentan con la facilidad de acceder a fuentes de financiamiento provenientes de entidades bancarias, cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito. Lo beneficioso de optar por una alternativa es que “no se arriesga el patrimonio personal, por lo que surge la oportunidad de establecer mecanismos o cronogramas de pagos”, además tener especial cuidado al escoger líneas de sobregiro bancario y tarjetas de crédito como mecanismos de financiamiento. ¿La razón? Mientras aquellas implican una Tasa

Económica Activa (TEA) que bordea el 98%, la de éstas últimas se acerca al 70% (Agüero, 2013).

Por consiguiente, los gerentes y administradores de las MYPE son influenciados por diferentes factores del ambiente que según Chapman (2008) citado por Domínguez (2016) se clasifican en los factores externos e internos. Los factores externos los denomina PESTEL, encontrándose entre los factores políticos, factor económico, factor socio cultural, factor tecnológico, factor ecológico y factor legal.

En el aspecto político se encontró las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPES para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente, según la (LEY N° 28015, Promulgada el 3 de Julio del 2003) el gobierno Peruano en ayuda de la promoción de las MYPE se orienta con los lineamientos estratégicos siguientes:

Incentiva el desarrollo de programas e instrumentos que ayuden a la creación, el logro y la competitividad de estas MYPE, en el pequeño y largo plazo que fortalezcan la sostenibilidad financiera, social y económica de las empresas o personas involucrados; incentivan y facilitan la creación de las empresas y los tejidos empresariales a través del sector nacional e internacional y la relación de las distintas unidades productivas en los diferentes tamaños de empresas productivas y de servicio; fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y el ingreso en las diferentes cadenas productivas y distributivas, de actividad con ventajas productivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico y financiero de la nación;

fomentar el espíritu creativo y emprendedor de las personas e incentivar a iniciar la inversión privada, promoviendo en aquellas actividades en las que termine siendo necesario complementar las acciones que sea necesario llevar a cabo las empresas privadas en ayuda de las MYPE, y así difundir la información y porcentajes estadísticos con los que cuenta el gobierno y que gestionada de manera privada y pública representando un elemento de incentivo, conocimiento y competitividad de la realidad de las MYPE en el Perú, priorizando el uso de los diferentes recursos destinados para el financiamiento, formalización y la promoción de las diferentes MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones, personales; además promover la prestación de servicios empresariales por parte de las diferentes universidades, institutos, colegios a través de incentivos en las distintas etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos que faciliten la marcha de dichas empresas (LEY N° 28015, Promulgada el 3 de Julio del 2003).

Por lo tanto, el desarrollo laboral que se visualiza en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande, son empresas dedicadas a la comercialización de fertilizantes, herbicidas, y todos los insumos químicos; la mayoría está dentro de la formalidad, consideradas en lo que toca a la regulación laboral; facilitando la transición a una mayor formalidad, una mejor productividad del trabajo y generadoras de un crecimiento más sólido del salario. Los recursos humanos que laboran en estos negocios comerciales en su mayoría tienen educación alcanzando a haber culminado la educación básica regular secundaria. Por lo tanto, están acogidas a esta ley de las MYPE. por lo cual la SUNAT tendría mayor obligación a concientizar sobre estos beneficios y aspectos tributarios de esta ley.

Con respecto al factor económico, Peñaranda (2015) menciona que el Acuerdo de Libre Comercio que suscribió Perú con la Unión Europea entró en vigencia el primero de Marzo del año 2013, y desde ese entonces se espera que los exportadores peruanos aprovechen al máximo sus beneficios en los 28 países que conforman la Unión, entre estos países se puede encontrar que existe una mayor utilización del acuerdo en las exportaciones con destino a los Países Bajos, con 19,186 certificados de origen emitidos desde que el acuerdo entró en vigencia, seguido por España (18,979), Reino Unido (16,046), Alemania (9026) y Francia (7716). Estos cinco países lideran el ranking de aprovechamiento, siendo el principal sector el Agroindustrial, que en promedio representa un 40,30% del total de los certificados emitidos, seguido por Minería y Petróleo (33,90%), cabe mencionar que el Perú teniendo un acuerdo tan importante no aprovecha y el gobierno no brinda la estabilidad y el apoyo necesario a las MYPE, para beneficiarse con la finalidad que exista mayores ingresos y crecimiento en el país.

La estabilidad económica de nuestro país motiva a las empresas de la Unión Europea a diversificar sus inversiones, ya que Europa busca salir de su crisis económica mediante acuerdos comerciales e inversiones en el exterior, por tanto, el Perú se ha vuelto atractivo para los inversionistas europeos, debido a su política macroeconómica y estabilidad económica (Horejs, 2014).

Además las alianzas estratégicas son factores micro ambientales en las empresas, llegándose a encontrar en los diferentes escenarios empresariales cada vez con mayor frecuencia y motivadas por la disminución de los ciclos de vida en los artículos y disgregación vertical; el aumento de las necesidades de inversión de capital en las empresas, los deseos de incrementar la competitividad a través del aprendizaje

organizacional y la disminución de costos de investigación y dirección de las mismas; y en las otras razones. Y existen a la vez acuerdos de los colaboradores en una relación vertical, horizontal y como un centro de los canales de distribución, por tanto, la otra parte de las alianzas estratégicas, son con mucha frecuencia horizontales, verticales y comprenden asociaciones de investigación y dirección entre organizaciones que son casi iguales a los demás (Mora, 2014).

Las empresas comerciales de agroquímicos tienen un gran potencial de desarrollo y son parte del crecimiento económico por lo que ellos están generando muchos puestos de trabajo. La debilidad es que no están informados de acuerdo a su régimen, les gusta arriesgar y estas estrategias muchas veces no se encuentran preparadas para afrontar a los mayores competidores internos y externos. Además, las empresas comerciales vienen creciendo económicamente como microempresarios debido a la venta de productos químicos al por mayor y menor, ya que este lugar es frecuentado por comerciantes de los otros distritos y centros poblados para adquirir estos productos químicos, y también por agricultores del mismo lugar que necesitan de estos insumos y son fidelizados. La economía de este sector se manifiesta fuerte, enfrentando retos y riesgos que les permitirá impulsar sobre todo las relaciones emprendedor comprador.

Respecto a la comercialización de productos agroquímicos ascendería a US\$ 220 millones, lo que representaría un incremento de 10% respecto a los US\$ 200 millones alcanzados el 2016, informó la directora ejecutiva de CultiVida, Mirna Zuzunaga. Agregó que este incremento es menor a lo previsto a inicios del 2017, cuando se proyectó lograr ventas por US\$ 230 millones a US\$ 240 millones. Preciso que los insecticidas son los principales productos vendidos en el rubro de agroquímico,

gracias al incremento de la venta de estos productos, dichas empresas en Tambogrande, seguirán permaneciendo en el mercado (Cóndor, 2017).

En el aspecto socio – cultural sabemos que la población ha crecido a nivel nacional de 25 millones hace 10 años ahora estamos llegando los 30 millones de habitantes, y según el último reporte del INEI, los habitantes del Perú ascendían a 31 millones 151 mil 643 personas, presentando una concentración del 31.57% en la capital. Esto se traduce en una densidad poblacional de 24.5 hab/km². En base al ritmo de crecimiento que se ha presentado durante los años, se prevé que para el año 2021 la población incremente a más de 33 millones y en el 2050, el Perú superaría los 40 millones de habitantes (La Rosa, 2016).

Por otro lado, “solo el 28% del total de la Población Económicamente Activa (PEA) en Perú, estimada en 17 millones 70.100, trabaja en el sector formal, es decir cuatro millones 539.800, informó hoy el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)”; además, del total de la PEA, el 56,2% son varones y el 43,8% mujeres. En cuanto a la edad, el 48,4% de la PEA oscila entre los 25 y 44 años, el 33,9% tiene 45 o más y el 17,7% está entre los 14 y 24 años. Los sectores más vulnerables para conseguir un empleo, formal o informal son los jóvenes y las mujeres, los que no cuentan con niveles de educación y los que residen en zonas rurales (La Rosa, 2016).

Mayormente el recurso humano de estas empresas comerciales está conformado por hombres, ya que son productos fuertes, además el personal muchas veces tiene que ir al campo, e ingresar a las parcelas para poder ofrecer los productos a los agricultores y así conseguir vender más productos. Además, estas empresas

comerciales generan puestos de trabajo en este sector, el cual disminuye la delincuencia.

Respecto a la tecnología se puede decir que, en el Perú, actualmente la innovación es considerada como uno de los factores básicos de desarrollo en los países avanzados. La innovación no consiste únicamente en la incorporación de tecnología, sino que ha de ir más allá, debe ayudar a prever las necesidades de los mercados y a detectar los nuevos productos, procesos y servicios de mayor calidad, generando nuevas prestaciones con el menor coste posible. Por tanto, la innovación hace necesaria la reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado, además consideramos de gran interés, es la inclusión de fuentes adicionales de recursos en Internet. Y de esta forma el lector podrá acceder, a través de las diferentes páginas web recopiladas y analizadas en los diferentes libros, información adicional y actualizada sobre los temas abordados y se pretende de esta forma contribuir a la utilización de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, entre las que Internet destaca como herramienta clave para el acceso a la información actualizada en los diferentes temas ya sea empresariales, política y sobre todo las empresas pueden actualizarse y tener mejores ventas e ingresos para la rentabilidad de sus empresas (Fernández, 2012).

Hoy en día la tecnología brinda una gran fuente de información que ayuda al desarrollo de las actividades de la empresa cuentan computadora con internet para así llevar el control diario detallado de ventas y compras del día, cuentan correo electrónico con página de Facebook teléfono fijo y celular. Es importante precisar que al estar este trabajo dirigido a empresas MYPE, las inversiones en tecnología serán de acuerdo a sus posibilidades económicas, y conocimientos técnicos, Gran parte de estas

empresas no invierte en tecnología de punta solo cuentan con tecnología manufacturada, el cual consiste en llevar sus controles en sistemas como Excel no cuentan con un sistema para el control de inventarios, además no cuentan con un sistema de calidad tanto del producto y servicio.

Respecto al medio ambiente o ecológico los productos agroquímicos que son utilizados para controlar las plagas, los aditivos y fertilizantes, están destinados incrementar las cosechas de los productos, y mejorar la calidad de los suelos, cabe indicar que el mal uso de estos productos químicos produce contaminación en los suelos y aguas, tanto superficiales como subterráneos. Es por lo que existen reuniones en donde participan todos los que están involucrados como son: cámaras de la Agricultura, importadores, productores, comercializadores, agricultores, fabricantes, entre otros; por ende, los técnicos manifiestan que los productos importados deben tener un respaldo técnico y jurídico, puesto que las empresas nacionales utilizan esos materiales como base para elaborar formulaciones químicas para la fabricación de fertilizantes. También se debe controlar a los distribuidores, con lo cual se respaldará la calidad de los fertilizantes. Además, el técnico de la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), indica que falta un poco de capacitación a los agricultores. *“A veces el uso previsto en la etiqueta del plaguicida dice que se lo debe usar solo en arroz, pero ellos lo utilizan en maíz y tabaco”*, entonces han considerado y aumentará el control en la comercialización de estos productos para que el agricultor solamente utilice el plaguicida de la forma que indica la etiqueta. Respecto al uso de estos plaguicidas en jardines de zonas urbanas, y estos productos son de uso agrícola, exclusivamente, y que no se los debe utilizar en ningún medio urbano porque podrían intoxicar a las personas (Arias, 2012).

Mientras que, en la parte legal el Estado promueve el desarrollo y las limitaciones con las empresas, Ley de Promoción del Manejo Integrado para el Control de Plagas Ley N° 26744, el objetivo de la presente Ley es promover el Manejo Integrado para el Control de Plagas en la agricultura nacional, tomando como referencia básica los aspectos ecológicos de las medidas de control y fundamentalmente la preservación de la vida y las personas y la promoción del control ecológico, en el marco del Manejo Integrado para el Control de Plagas, estará dirigida al fortalecimiento de las capacidades de los agricultores, a través de las actividades que llevarán a cabo las Instituciones Públicas y Privadas especializadas en esta materia. El control genético se realizará con las debidas medidas de seguridad sobre las posibles variaciones genéticas. Además, el estado prohíbe el uso a casos estrictamente necesarios, determinados en el reglamento de la presente Ley, los productos agroquímicos elaborados en base a los ingredientes activos que contengan: Lindano, Parathion Etilico y Parathion Metílico. En el Artículo 5o.- Prohíbese el uso, fabricación e importación de todos los productos agroquímicos a los que se refiere el artículo anterior y los demás registrados, que para el inicio del año 2000 no cuenten con un Estudio de Impacto Ambiental (EIA) aprobado por autoridad competente. A los infractores de esta ley se les aplicará las penas establecidas en el artículo 288o del Código Penal o en lo dispuesto en el Título XIII, Delitos contra la Ecología del Código Penal según el caso, sin perjuicio de las sanciones administrativas correspondientes (Ley 26744).

En este aspecto se determina al conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros

Públicos, Ministerios de Industria, Turismo, Ministerios de la Producción. Estas instituciones cumplen como funciones, para ejercerlas, emiten normas y regulaciones, así el Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, así como mediante regulaciones de distintos mercados como el laboral (sueldos mínimos, derechos y obligaciones del trabajador y empresario, contratación temporal, etc.) y los mercados financieros, se tiene que la microempresa que se acoge debe cumplir con: remunerar a sus trabajadores con por lo menos la remuneración mínima vital, S/. 850,00 (ochocientos cincuenta y 00/100 nuevos soles), derecho de descanso vacacional de por lo menos quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios, jornada 10 de trabajo de 8 horas diarias o 48 semanales, descanso semanal y descanso por días feriados: 24 horas (Miranda, 2011).

En lo que respecta al microambiente o ambiente interno de las empresas comerciales agroquímicos, realizó un estudio de las fuerzas competitivas de Porter:

Con respecto al poder de negociación de los proveedores, en una posición negociadora fuerte, pueden optar por reducir la cantidad de producto disponible, algo que es más eficaz si hay pocos sustitutos con los cuales los compradores se puedan cambiar. Los proveedores también están en una posición de fuerza si el producto o servicio que suministran es un componente esencial del producto final de su cliente. Por lo tanto, después de analizar el poder de negociación de los proveedores, se puede concluir que los proveedores nacionales tienen poder de negociación alto (López, 2015).

Por lo general, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su poder de negociación, ya que al no haber tanta oferta de materias primas, éstos pueden

fácilmente aumentar sus precios y ser menos concesivos; pero además de la cantidad de proveedores que existan en las empresas agroindustriales, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando: Existen pocas materias primas sustitutas, el costo de cambiar de una materia prima a otra es alto; las empresas agroindustriales no realizan compras de poco volumen, es por ello que el poder de negociación de los proveedores es muy alto, pero al tener una buena relación con ellos, hace que esto represente una oportunidad para ambos y se genere un punto neutral.

Por otro lado, el poder de negociación de los compradores se concentra en comparar a los productores y se produce el escenario en el cual hay pocos compradores y muchos vendedores, lo cual se convierte en un poder de negociación alto (Marín, 2015).

En el caso de las empresas agroindustriales, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado, por lo general en el distrito de Tambogrande las empresas agroindustriales no son abundantes, en el presente estudio se logró identificar solo a tres mypes dedicadas a este rubro, en cambio la demanda de sus productos es alta, debido al sector agrícola predominante en la región, esto les da cierta ventaja a la mype, ya que existe la suficiente demanda para cubrir las expectativas de dichas mypes.

En este sector existe diferentes tipos de compradores los cuales están divididos en: Distribuidoras o mayoristas, los cuales son empresas que compran grandes cantidades, por lo tanto, el poder de negociación es alto, estas distribuidoras venden a tiendas pequeñas que compran en pequeñas cantidades para mantener su stock, y los

pedidos del producto se realizan a través del encargado de atención al cliente, o también por medio de los representantes de ventas que llegan a sus tiendas; los fundos, son empresas que cuentan con parcelas de gran tamaño, que para tratar sus cultivos necesitan grandes cantidades de productos y por último los agricultores, al igual que los fundos, son usuarios finales de los productos que comercializan la empresa. Los agricultores realizan sus pedidos mediante los representantes de ventas, o acercándose directamente a los negocios, por lo tanto, existe alto poder de negociación, alta rentabilidad y bajo riesgo con las distribuidoras mayoristas, y baja rentabilidad con los clientes finales.

Los propietarios de estos negocios comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande manifiestan que los segmentos de clientes dentro del sector agrícola se pueden clasificar en función de distintos criterios, de los que se pueden destacar: las ventas, tipo de cultivo que trabajan o el modelo preferencial de compra de insumos, si este es a través de ejecutivo asignado o atención asistida en el local. Es de alta relevancia para proveedores y distribuidores conocer su cartera de clientes.

Además de poder segmentar de acorde a algunos criterios indicados. La segmentación trae consigo beneficios concretos y de alto valor, como, por ejemplo: mejorar la rentabilidad del negocio, establecer servicios especializados acorde a las necesidades de cada segmento, aumentando la lealtad de estos, y establecer procesos de negocios que les permitan marcar diferencias respecto de su competidor potencial.

Al analizar los sectores de demanda de la industria agrícola, de acuerdo a su tamaño de venta, se puede apreciar un efecto de concentración que va en aumento en los grandes agricultores, tal y como se observa en otros sectores de la economía, como

la construcción. El efecto es que los grandes agricultores van aumentando cada vez más su participación relativa en las ventas del sector y, por consiguiente, el poder de compra de insumos agroquímicos.

La rivalidad entre competidores es la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en un mismo sector, ofreciendo el mismo tipo de producto; la fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas, a medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de los negocios disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores.

Existe alta rivalidad y guerra de precios por tratarse de los productos, y existe poca diferenciación de los productos, por lo tanto, los competidores son muchos en cantidad y similitud de operaciones; la economía presenta un crecimiento lento en el sector, y las diferencias del producto son muy bajas por lo general entre las empresas del sector.

Uno de las dificultades que sufren estos negocios es que las nueve empresas que controlan la importación y distribución de agroquímicos en el país venden plaguicidas a los agricultores a precios hasta 750% por encima del manejado en el mercado internacional, abusando de la aplicación de la Norma Andina para el Registro y Control de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola (Decisión N° 436), tal es el caso del plaguicida Buprofezin, útil para combatir la cochinilla y la mosca blanca de los

cítricos, cuyo genérico es comercializado internacionalmente a un precio promedio de US\$ 5,40 por kilogramo. Sin embargo, en Perú este mismo producto es vendido a los agricultores a US\$ 46 aproximadamente (752% más alto) y otros agroquímicos como el Pyriproxifen, Procloraz y Pirimetanil, son comercializados en el Perú hasta por 500% más caros que en otros países (Cruz, 2014).

La amenaza de entrada de nuevos competidores hace referencia a la entrada potencial a la venta de agroquímicos, de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto; cuando las empresas pueden acceder fácilmente a un negocio en el mismo sector, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, acceder a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada.

Para el ingreso de nuevos competidores a este sector existen altas barreras de ingresos legales y barreras por economías, el crecimiento de la agricultura en el país es un aliciente de ingreso a empresas extranjeras o locales.

La amenaza de productos sustitutos hace referencia al potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la empresa, la presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto). No existen productos sustitutos a las moléculas actuales que logren los mismos resultados de los productos agroquímicos.

Algunos de estos productos sustitutos son el control biológico de plagas, cultivos transgénicos, fitohormonas y fertilizantes orgánicos.

Las microempresas comerciales agroquímicas, se vislumbra en la poca capacidad de un sistema de calidad, lo cual conlleva a una baja adquisición de la tecnología, la baja rentabilidad y la búsqueda de nuevos mercados. Por lo que, este sector tiene poca capacidad, y sólo son las empresas medianas y grandes, pero no son fuente de empleo. Saben que, para conquistar mercados, mantenerse en ellos, requieren de la necesidad de garantizar productos y servicios de calidad. Asegurando su propia supervivencia, buscando una clientela fiel. Dar paso a una buena gestión como estrategia de posicionamiento en el mercado, buscando de este modo una ventaja competitiva creando dinamismo en su producción y generando mayores volúmenes de venta.

El desconocimiento o la falta de aplicación de modernas herramientas o técnicas empresariales que coadyuvaron el proceso en la entrega de productos con calidad, cantidad, precio y oportunidad; disminuye la capacidad competitiva, pérdida de liderazgo, disminución de participación en el mercado, la falta de financiamiento y finalmente su desaparición.

La deficiencia en la gestión de calidad y la falta de financiamiento son unos de las dificultades que enfrentan las empresas comerciales agroquímicos por lo que el presente estudio va a permitir a los diferentes agentes conocer el comportamiento de estas variables en este sector empresarial del sector de Tambogrande, y para las entidades que se encuentran en el negocio del financiamiento, les va a ser útil disponer de información que le facilite la penetración a este amplio mercado. Desde esa perspectiva se debe identificar las debilidades como son, una extensa competencia que día a día se incrementa con las nuevas empresas nacionales e internacionales que se sitúan en la ciudad.

Sin embargo, a estas tiendas les falta innovación, modernidad, visión empresarial, gestión empresarial, capacitación, financiamiento etc. no son competitivos lo que ha provocado el atraso de estas. De allí nace nuestra inquietud por desarrollar el presente trabajo de investigación planteándonos el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018?, problema que se pretende brindar soluciones con las cuales los empresarios pueden buscar una alternativa, con la finalidad de mejorar su MYPE.

Y para dar respuesta a esta pregunta nos planteamos el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018.

Para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son: (a) describir los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018; (b) identificar los beneficios que brinda la gestión de calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018; (c) identificar las estrategias de financiamiento que utilizan las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018; (d) describir los tipos de financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018.

Por lo tanto, la presente investigación se justifica en el aspecto teórico, ya que busca mediante la aplicación teórica y los conceptos básicos de las características, estrategias, principios y beneficios de la gestión de calidad y del financiamiento, por

tal motivo es importante empezar a desarrollar trabajos descriptivos sobre la variable: gestión de calidad y financiamiento de estas empresas comerciales. A nivel descriptivo permitirá conocer las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales de Tambogrande y de la empresa comercial agroquímicos en el distrito de estudio en el año 2018.

Desde el punto de vista práctico, porque el estudio nos dio a conocer las soluciones concretas a problemas de acceso al financiamiento, tasas de interés brindado por entidades bancarias, los principios y el tipo beneficios que brindan estas empresas comerciales, la inversión que realizan las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Sullana, y de esta manera brindar información verídica para las autoridades políticas y la sociedad civil, e investigadores; la cual será utilizada para mejorar las condiciones en las cuales se desenvuelven estas empresas.

Desde el punto de vista metodológico proporciona un cuestionario para el recojo de información con el cual brindara datos estadísticos con respecto a las variables gestión de calidad y financiamiento.

Cabe resaltar que también brindó un aporte a la sociedad permitiendo servir de base para realizar otros estudios similares en el distrito de Tambogrande y Sullana, en especial a la empresa, ya que le permitirá conocer con datos exactos respecto a la gestión de calidad y el financiamiento de estas empresas comerciales.

Asimismo, el presente trabajo de investigación sirvió como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote y otras universidades, tanto local como nacional.

Además, la investigación se justifica porque sirvió como aporte profesional para el crecimiento en el desarrollo profesional.

Por último, se justifica la conveniencia de la investigación porque permite conocer la realidad que maneja de la gestión de calidad y el financiamiento contribuyendo a implementar el fortalecimiento de capacidades y equipo en dichas empresas.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Gestión de la Calidad

2.1.1.1 Antecedentes Internacionales

– Marulanda & Tijanca (2016) en su tesis de investigación titulado sobre “Desarrollo de un sistema de gestión de calidad en la empresa Express & Clean lavandería S.A.S.", tesis para optar el título de Ingeniero Industrial en la Universidad Libre de Colombia, Colombia, el cual tuvo como objetivo general: Desarrollar un sistema de gestión de calidad en la empresa EXPRESS & CLEAN LAVANDERÍA S.A.S bajo los lineamientos de la NTC ISO 9001:2008; empleó la metodología La Práctica de Técnicas de Entrevista, Encuesta y Observación, Método de Análisis y Síntesis, Métodos Estadísticos: Permiten evaluar los resultados cuantitativos desarrollo e implementación un sistema de gestión de calidad en EXPRESS & CLEAN LAVANDERÍA S.A.S con base en la NTC ISO 9001:2008; los principales resultados y conclusiones fueron que no da cumplimiento de las solicitudes del cliente: 25,83%. Capacitación de los operarios de la maquinaria: 21,67%. Incumplimiento en tiempos de entrega: 17,50%. Poca revisión en el proceso de lavado secado y planchado: 14,7%. Confusión en los servicios solicitados: 9,17%. Selección adecuada de personal para la empresa: 6,67%. Amabilidad en la toma del servicio: 5,00%, y concluyo que la empresa cuenta con problemas que generan inconformidad en los clientes, siendo los más relevantes las fallas en los tiempos de entrega, esto se genera por la falta de estandarización en los procesos, por lo que el desarrollo del SGC en la empresa se hizo necesario y

pertinente. Por otro lado, se encontró que la falta de estandarización en los procesos de la empresa requiere de ajustes desde la calidad en la prestación de servicios, el diagnóstico dejó ver que existen fallas en el cumplimiento de la norma ISO 9001:2008, del 19% por falta de cumplimiento y del 49% por parcialidad en el mismo. Lo que permitió ver que las fallas se pueden corregir con el adecuado desarrollo de un SGC para la empresa, teniendo en cuenta sus particularidades. Aunque no existía un mapa de procesos, se desarrolló, su creación permitió tener claros los procesos y procedimientos adelantados en Express & Clean Lavandería SAS. Así como el desarrollo del SGC, con el fin de permitir que se dé una mejora continua a los procesos que tienen fallas principalmente y a todos de manera general. La estandarización de procesos permite conocer cuáles son los existentes, las fallas que se presentan en los procedimientos que componen cada proceso y los roles que cada funcionario y operario debe cumplir. Por lo que se hizo necesario el desarrollo de los formatos específicos para cada proceso, lo que permitió establecer la forma como se debe procesar la información y la documentación necesaria y exigida por la ISO 9001:2008. Por medio de la creación del SGC, se definen las acciones de mejora continua, basada en el ciclo PHVA: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Lo que permite que la mejora en el servicio al cliente y en todos los servicios ofrecidos se mantenga en aumento constantemente. El control estadístico de la calidad realizado permitió observar que los mayores problemas son 1. No cumplimiento de las solicitudes del cliente con un 25,83% y 2. Fallas en la capacitación de los operarios de la maquinaria: 21,67%, de acuerdo a los resultados del Pareto relacionado con la calidad del servicio. En cuanto al Pareto de entrega a tiempo de servicios solicitados a los clientes, los mayores problemas fueron con su

respectivo porcentaje los siguientes: 1. Falla en la programación de entregas: 28,24%, 2. No cumplir con los tiempos establecidos con los clientes: 22,14%. Lo que implica que estos son los problemas que mayores pérdidas monetarias generan a la empresa.

– Rugel (2016) en su tesis de investigación titulado sobre “Diseño de un sistema de gestión de calidad para el mejoramiento de los procesos administrativos de la empresa Mayepsa”, tesis para optar el título de Ingeniería Comercial en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador, el cual tuvo como objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de calidad aplicado a la empresa MAYEPSA de la ciudad de Guayaquil, para mejorar la productividad y rentabilidad del negocio, a través de procesos más organizados y eficientes; empleó la metodología inductivo-deductivo mediante la aplicación de herramientas estadísticas de recolección, descripción y análisis de datos mediante la creación de gráficos simples, los cuales permitan comunicar la información recabada de manera sencilla y comprensible; los principales resultados y conclusiones fueron que el 100% del personal de la empresa dijeron que no cuentan con todos estos requisitos, el 20% menciona como valor principal a la honestidad en sus procesos y con sus clientes, el 6,67% mencionó al liderazgo y a la puntualidad, el 40% de los encuestados mencionan que estas actividades las realizan de manera mensual, el 100% de los encuestados contestó que todas las actividades o procedimientos de la empresa son detallados de manera verbal, por lo que no cuentan con respaldo físico, y concluyo que la empresa MAYEPSA es una empresa dedicada a la importación y distribución de electrodomésticos para el país, que posee gran aceptación, pero,

sin embargo, ha mostrado problemas importantes sobre el manejo de sus procedimientos internos debido a la falta de control administrativo para sus principales actividades como control de inventario, capacitaciones a empleados, auditorías internas, entre otros. Los procesos administrativos de la empresa comprenden la importación y distribución de electrodomésticos a clientes y distribuidores, los cuales poseen crédito con la institución, por lo que existen problemas con la actualización de datos de clientes, Esta situación ha generado problemas como la aparición de cuentas incobrables y demás problema en la cobranza de la cartera vencida. De acuerdo a los resultados de la investigación de campo, a través de la aplicación de encuestas y entrevistas al personal de la compañía, se pudo establecer que todos los problemas se han ocasionado debido a que no se cuenta con procesos documentados y, al no haber respaldos, las funciones son realizadas de manera empírica; situación que afecta la gestión de la compañía, y genera inconsistencias en el área de bodega, donde el inventario presenta desajustes por la falta de control. Por consecuencia es necesario contar con respaldos digitales para el inventario físico, y demás estrategias de control que permita evaluar la eficiencia de los procesos de la entidad. Adicionalmente, es necesario que se establezcan parámetros con los cuales se pueda identificar el desarrollo de cada departamento, dado que, en la actualidad, no existen indicadores para la evaluación ni el control del desempeño del área ni de los empleados, de manera que se desconoce la necesidad de cada colaborador.

– Orellana (2017) en su tesis de investigación denominada “Sistema de gestión de conocimiento aplicado al proceso de importación en la empresa industria gráfica envasadora Ecuatoriana S.A.”, Tesis para optar el título de Ingeniería Comercial en la Universidad LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE Guayaquil, Ecuador, el cual tuvo como objetivo general: Diseñar un sistema de gestión del conocimiento aplicado al proceso de importación, mediante capacitaciones al personal de la empresa Industria Gráfica Envasadora Ecuatoriana, ampliando los conocimientos requeridos y aumentando la rentabilidad de la compañía, empleó la metodología el método hipotético deductivo, el tipo de investigación descriptivos, con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que la responsabilidad que posee el empleado conforme a su cargo, el 79% conoce el nivel de esta que posee, el 43% del personal está de acuerdo en la preparación que recibe al momento de su contratación, lo que es altamente positivo para la empresa; la totalidad de los empleados indicaron que no existe un manual de procedimientos sobre el proceso de importación que efectúa la empresa, con esto queda clara la necesidad de la implementación de esta herramienta en la organización, y concluyo que El sistema de gestión del conocimiento en la empresa es uno de los puntos más importantes al momento de desarrollar innovación referente a los procesos organizacionales, debido a que, esto no solo se basa en impartir datos o actividades que se deben realizar por parte de los trabajadores, sino aumentar los conocimientos del mismo, a fin de que puedan ampliar su eficiencia operativa y mejoren sus habilidades profesionales. 2. Mediante el desarrollo de un estudio de campo se pudo determinar la necesidad del diseño de un sistema de gestión del conocimiento con el fin de mejorar los procesos actuales con respecto a

las importaciones de materias primas para la empresa, además de la asignación estratégica de responsabilidades entre los encargados de las áreas relacionadas con el proceso, a fin de mejorar la comunicación entre ellos y el desarrollo de un clima organizacional más ordenado. 3. Como propuesta para la mejora de la problemática de estudio se establece un sistema en el cual se complementan las responsabilidades de los trabajadores, los procesos para la importación y la gestión del conocimiento, el desarrollo de capacitaciones y la complementación con capacitaciones para el personal.

2.1.1.2 Antecedentes Nacionales

– Chávez (2018) en su tesis de investigación denominada “Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huaraz, quien tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el Modelo Integral de la Productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del Distrito de Huaraz, 2017. La metodología que empleó fue cuantitativa descriptiva no experimental, para el recojo de información se determinó mediante la fórmula del muestreo aleatorio estratificado, una muestra de 16 representantes de las micro y pequeñas empresas de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores, a quienes se les aplicó un cuestionario de 10 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 50% de representantes encuestados usan los medios de promoción a veces,

el 31,25% usan los medios de comunicación pocas a veces, el 81,25% relacionan la calidad del producto con el precio siempre, un 75% maneja base de datos para registrar sus proveedores siempre y un 43,75% trabaja en coordinación con sus colaboradores muchas veces y concluyo las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículo automotores en la ciudad de Huaraz, no están aplicando de formado correcta la gestión de calidad con el modelo integral de la productividad, debido que en sus procesos solo aplican algunos de los indicadores requeridos para el logro de sus objetivos, la aplicación de todos es necesarias para lograr la productividad requerida.

– Gallegos (2018) en su tesis de investigación denominada “Gestión bajo el enfoque de marketing en las Mypes del sector comercial, venta de Agroquímicos, distrito de Callería, año 2018”, Tesis para optar el título de licenciado en Administración, en la Universidad los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Callería, el objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de marketing en las mypes del sector comercial, venta de agroquímicos, distrito de Callería, año 2018. La metodología de investigación se caracteriza por ser del tipo mixta: cuantitativa y cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta se entrevistó a los emprendedores hallándose que la mayoría (67,9%) se encuentra en el rango de edad de “31 a 40 años”; son gerenciados por ambos sexos (masculino, 53,6% y femenino 46,4%); y tienen el nivel de instrucción “universitario” 64,3%. Respecto a la gestión: son negocios que en su mayoría la dirección administrativa solo es práctica, el 25,0%

de la muestra si lleva una gestión enfocada en la calidad. Las mejores prácticas administrativas están relacionadas al control de sus procesos y aspectos técnicos de los productos que comercializan. Un hallazgo importante es que el 67,9% carece de un plan de negocios. Respecto al enfoque en Marketing: la investigación señala que el 46,4% acompañan a la gestión de su empresa un plan de marketing; sin embargo, para un sector compuesto por 39,3% de las mypes el plan de marketing no es un tema prioritario, esto se refleja en que 67,9% no tiene un plan para hacer frente a la competencia para no perder posición en el mercado. Finalmente, se recomiendan que sus emprendedores comprendan mejor los alcances del marketing, por ejemplo, se puede aprovechar mejor las ventajas de un plan de comunicación al cliente.

– Kano (2017) en su tesis de investigación titulada “Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de gestión de calidad a través de la atención al cliente y el nivel de competitividad del micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, Nuevo Chimbote, año 2016. La investigación fue el diseño no experimental transaccional porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único y correlacional descriptivo simple, se aplicó un cuestionario a 60 clientes (12 por cada panadería) ubicado en el distrito de Nuevo Chimbote, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario teniendo como técnica la encuesta y la observación, los principales resultados y conclusiones fueron que el nivel de

Gestión en atención al cliente, se comprueba que el 43% está muy satisfecho, seguido de un 40% de satisfecho, y concluyó que la relación entre la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas concluimos que sí se relaciona significativamente, esto se ha comprobado mediante el análisis estadístico en el cumplimiento de sus metas y en el desarrollo de sus procesos esto relacionado a su planeación en el logro de los objetivos.

2.1.1.3 Antecedentes Locales

– Castillo (2015) en su trabajo de investigación titulada “propuesta de un sistema de calidad total para una empresa dedicada a la comercialización de productos agroindustriales”, tesis para optar el título de Contador Público en la Universidad Nacional de Piura en la ciudad de Piura, quien tuvo como objetivo general: Implementar una Propuesta de un Sistema de Calidad Total para una empresa dedicada a la comercialización de productos agroindustriales, ayudará a que las empresas mejoren la calidad de sus productos y obtengan mayor rentabilidad, empleó la metodología de nivel Análisis descriptivo explicativo con la técnica de la encuesta y análisis documental con el instrumento del cuestionario y referencia bibliográfica, los principales resultados y conclusiones fueron que el 43% de los encuestados consideran que la importancia del manual de calidad es la formalización de la política de la empresa mientras que el otro 43% considera que es la guía que desarrolla cada Empresa, no cuentan con un Sistema de Calidad Total que logren beneficios para la Empresa y concluyó que la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad requiere la participación de un conjunto de especialistas de diferentes funciones de la empresa, que deben trabajar para lograr

que este se ajuste a las características de la empresa y para mantener y mejorar su funcionamiento a fin de lograr el perfeccionamiento de la gestión empresarial. Los costos de calidad constituyen una importante herramienta para la gestión de calidad y que permite expresar el problema de la calidad en el "lenguaje del dinero" que es utilizado en los altos niveles de dirección y resulta por tanto mayor impacto, esto facilita analizar la calidad como una inversión y demostrar hasta donde resulta errado que el incremento de la calidad trae aparejado un incremento de los costos. Los desembolsos necesitamos para realizar las actividades para la obtención de productos con calidad repercuten en el costo de los productos y por ende en los resultados financieros de las empresas.

– Navarro (2015) en su trabajo de investigación titulada “Competitividad y gestión de calidad en las MYPE, de confecciones trajes de fiesta, mercado modelo - Piura 2015”, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, el cual tuvo como objetivo general determinar los factores de la Competitividad y Gestión de Calidad. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, siendo la interacción fuerte entre el cliente y el empleado, los principales resultados y conclusiones fueron que los factores que influyen en el servicio esperado de la Gestión de Calidad son: Comunicación boca a boca, Necesidades personales, Experiencias anteriores y Comunicación externa; lo cual significa que el cliente siempre espera recibir más de lo que espera es decir siempre busca quedar satisfecho por el servicio brindado y a cambio del buen servicio éste recomendará a la MYPE para hacerla más conocida, Los indicadores simples de la

Gestión de Calidad son: Los que miden la calidad dentro de las empresas, Los que miden la satisfacción de los clientes, Observar la evolución que sufre la calidad del servicio a lo largo del tiempo, Comparar la situación de la empresa con sus principales competidores, Segmentar a los clientes en función de cómo valoran la calidad recibida, Evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad del servicio de los distintos departamentos. Es por lo que en este trabajo se utilizó la encuesta SERVQUAL del Autor Parasuraman, en dónde se analiza el comportamiento de las percepciones considerando que los clientes esperan recibir un servicio extremadamente satisfactorio.

– Cueva (2015) en su trabajo de investigación titulada “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”, tesis para optar el título de Ingeniero Industrial y de Sistemas en la Universidad Nacional de Piura en la ciudad de Piura, quien tuvo como objetivo general: Dar a conocer la escala SERVQUAL, una nueva metodología para medir la calidad de servicio, muy utilizada en el mundo de servicios pero poco aplicada en nuestro país, y junto con ello, aplicar dicha metodología a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el grado de satisfacción de los clientes y pueda servir de herramienta a los directivos para implementar prácticas de mejora, empleó la metodología SERVQUAL en el hotel descrito, primero se diseñó un cuestionario adecuado para este tipo de servicio, tomando como referencia y cuestionarios modelo encontrados en diversos estudios referentes al tema, como ya se han nombrado en el apartado 1.2.2, siempre adecuándolo a las características particulares que presenta el hotel elegido, los

principales resultados y conclusiones fueron que la calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes y es difícil determinar el nivel de calidad de un servicio y su impacto en los resultados de la empresa. Además, la calidad de servicio es un concepto abstracto, de naturaleza compleja, cuya evaluación incorpora dos componentes claramente subjetivos: las expectativas y percepciones de los clientes. En esta misma línea, al no contar con una adecuada herramienta de medición y análisis de la calidad, gran parte de las decisiones que toman los directivos de este tipo de empresas se basan en pura intuición, lo cual lleva a una inadecuada inversión de recursos.

– Carreño (2017) en su tesis de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana, tuvo como como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017, la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable financiamiento es de 10 personas, y en la variable

gestión de calidad es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 22 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 52% manifestaron que si tienen nivel de gestión de calidad, un 90% se orientan a ser competitivos y brindar calidad frente a su competencia y concluyó que las unidades económicas en materia de investigación, para la gestión de la organización es importante el financiamiento en las MYPES por el flujo de efectivo porque cubre todos los gastos de las empresas como son pagos de personal, servicios básicos, seguros, impuestos, la modalidad de obtención es a largo plazo; en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes. Se identificaron los objetivos de gestión de calidad que aplican los microempresarios en sus empresas son aseguramiento de calidad de la empresa y que garanticen el buen funcionamiento de la empresa; satisfacción de sus clientes y para lograr brindan servicio de calidad, atención personalizada, cumplen con los requisito de Ley; buena relación con los clientes porque tienen un fuerte vínculo, que puede hacer la diferencia entre la competencia, sobre todo cuentan con liderazgo, objetivos fundamentales para mejorar la competitividad y la calidad frente a su competencia.

2.1.2 Variable Financiamiento

2.1.2.1 Antecedentes Internacionales

– Bohórquez & López (2018) en su tesis de investigación denominada “Fuentes de financiamiento para pymes y su incidencia en la toma de decisiones financieras”, Tesis para optar el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, Ecuador. El objetivo primordial de este trabajo investigativo es: Analizar las fuentes de financiamiento para Pymes y su incidencia en la toma de decisiones financiera. Empleó la metodología descriptiva, con un enfoque cualitativo, utilizando técnicas de investigación, tales como: encuestas, entrevista y análisis de los Estados Financieros para obtener información aceptable y lograr los resultados del proyecto, los principales resultados y conclusiones fueron que El 62% empresas indicaron conocer las fuentes de financiamiento externas refiriéndose a préstamos con las instituciones financieras, el 50 % de los encuestados que han incurrido a una fuente de financiamiento externa, el 50% de los encuestados corresponde a Préstamos Bancarios, y el 38 % no se acogen a ninguna fuente de financiamiento, el 100% que es la totalidad de los encuestados manifiestan que la falta de información impide optar por fuentes de financiamiento, y concluyo que como resultado se dio a conocer alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo, si bien es cierto este tema es de gran aporte para nuestra carrera por la necesidad específica respecto de la profundización y actualización de conocimientos financieros, laborales, tributario, orientados al Sector de las Pequeñas y Medianas Empresas basado en la contribución y desarrollo de las Pymes en el Ecuador. Sin embargo, detectamos deficiencia en el control interno debido a la carencia de manuales y

políticas internas de las empresas. No se evidenció una planificación estratégica, para prevenir los riesgos operacionales, inherentes, crediticios así poder llegar a establecer mecanismo oportuno que conlleva a la toma de decisiones. Con el desarrollo de los indicadores, se logró analizar e interpretar las ratios de liquidez, solvencia, endeudamiento, inventarios, cuentas por pagar, en el cual me permite ver de una manera diferente la realidad empresarial, con la finalidad de conocer profundamente el mismo, transformarlos y generando al mismo tiempo desarrollo social en todos los niveles de la empresa y a si de esta manera nos brindan información pertinente para la toma oportuna de decisiones.

– Arias (2015) en su investigación denominada “Alternativas de financiamiento para las empresas manufactureras del sector metalúrgico en el estado Aragua”, trabajo final para optar el título de magister en Administración de Empresa con Mención en Finanzas en la Universidad de Carabobo, Venezuela. El objetivo primordial fue: Proponer alternativas de financiamiento, para las empresas manufactureras del sector metalúrgico, en el Estado Aragua, que permitan la utilización óptima de sus recursos, empleó la metodología de tipo explicativa y analítica con la técnica de recolección de datos y observativa, y concluyó que la inversión, el financiamiento y las decisiones gerenciales, tienen un impacto significativo en el crecimiento, desarrollo y éxito de las organizaciones. Es por ello que en el desarrollo de esta investigación, se intentó destacar la importancia que tiene para un Gerente, conocer el efecto que una determinada decisión, puede tener sobre la gente y sobre los resultados financieros de la empresa; en este sentido, la propuesta de asociación entre empresas manufactureras del sector metalúrgico, en

el Estado Aragua, constituye una técnica novedosa de financiamiento que se basa en un nuevo enfoque de la economía moderna, y se ofrece como una alternativa interesante para mantenerse en un mercado, donde adquirir recursos a través de los entes gubernamentales es muy restringido, y los altos costos de un financiamiento por una entidad bancaria, dificultan su acceso. Aunado a esta realidad, existe un riesgo latente para las empresas, la descapitalización progresiva, dadas las características del contexto inflacionario en el país; además, la propuesta constituye una fuente de financiamiento que no afecta la liquidez monetaria de la empresa, sino que contrariamente, le permite mantener su capacidad de endeudamiento con otras entidades; esta modalidad de financiamiento no es una deuda, sino una manera distinta de hacer negocio.

– Logreira & Bonett (2017) en su investigación titulado sobre “Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla - Colombia”, tesis para optar el título de Magister en Administración en la Universidad De La Costa, Colombia, su objetivo general: Analizar el financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla - Colombia; empleó la metodología los diseños no experimentales se pueden clasificar en transversales o transeccionales y longitudinales, técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades: oral o escrita (cuestionario), la entrevista, el análisis documental, los instrumentos de fichas, formatos de cuestionario, guía de entrevista, lista de cotejo, escalas de actitudes u opinión; los principales resultados y conclusiones fueron que se identifican las finalidades de la autofinanciación que utilizan las microempresas resaltándose

principalmente la expansión de sus operaciones (92,5%), seguida por el mantenimiento de las operaciones (7%) y finalmente otras finalidades con un mínimo nivel de reporte correspondiente al (0,5%), en primera instancia cabe resaltar que el 50,5% de las microempresas reportó contar con alguna fuente de financiación externa de largo plazo y concluyó que Respecto a la financiación de corto plazo, las microempresas utilizan también los préstamos bancarios, crédito comerciales (con proveedores) pero estos no ofrecían ventaja alguna para el microempresario, debido que el acceso a estos eran en las mismas condiciones que cualquier Pyme o gran empresa. Se debe tener en cuenta que los bancos comerciales son los que más requisitos exigen. La principal dificultad o barreras reportada por los microempresarios en Barranquilla corresponde al costo de las fuentes de financiación (44%), seguido por el nivel de desconocimiento sobre las fuentes de financiación (21%), la identificación de un plazo corto para la devolución del capital (20%) y el nivel de exigencia en los requisitos para la financiación (14%). Muchas microempresas no cuentan con estos requisitos ya que muchos son información contable o financiera o bien garantías que se les exigen para acceder al financiamiento.

2.1.2.2 Antecedentes Nacionales

– García (2016) en su trabajo de investigación titulado “Efectos del financiamiento en las medianas y pequeñas empresas agroindustriales del distrito Locumba, provincia Jorge Basadre – Tacna 2016”, tuvo como objetivo general conocer la importancia que tiene el Financiamiento en el desarrollo de las Medianas y Pequeñas empresas, mediante el empleo de técnicas, entrevistas, encuestas, análisis y documentos con la finalidad de establecer el efecto en la gestión de las

empresas agroindustriales del Distrito Locumba, Provincia Jorge Basadre - Tacna. Por el tipo de investigación el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser calificada como una “Investigación Aplicada”, en relación que busca la solución a la problemática antes referida. El nivel de investigación que se utilizó es de tipo Descriptivo por considerarlo lo más apropiado para la investigación. Para la contrastación de hipótesis se trabajará con la prueba no Paramétrica Chi Cuadrado. La población está conformada por el personal de las empresas agroindustriales del Distrito de Locumba, específicamente se refiere a las dedicadas a la agricultura como el cultivo de cebolla, ají, sandía, palta y elaboración de derivados lácteos (queso y yogurt), siendo la muestra total de 43 personas de las cuales 30 fueron encuestas y 13 entrevistados. Asimismo, se aplicaron como técnicas de investigación la entrevista y encuesta cuyos instrumentos utilizados son la guía de entrevista y el cuestionario; se tabuló la información a partir de los datos obtenidos y para el análisis de los resultados se hizo uso de tablas e indicadores estadísticos. Se ha llegado a la conclusión que el estudio, evaluación y el apoyo que se debe darles a las Medianas y Pequeñas empresas en lo concerniente a su política de créditos es esencial porque de ella depende lograr una buena gestión e en los proyectos en que la empresa se embarcó. Teniendo en cuenta la relación que hay entre los plazos que otorga la política de créditos y el crecimiento de las ventas, logrando de esta manera corroborar la hipótesis planteada la misma que dice: “Si el financiamiento en la Gerencia es eficaz entonces se logrará un buen desarrollo de la Gestión de las Medianas y Pequeñas Empresas”.

– Reyes (2015) en su tesis de investigación titulada “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013”, tesis para optar el título de Licenciada de Administración en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: determinar las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas – Casco Urbano del Distrito de Chimbote, año 2013, empleó la metodología tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y de diseño No experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 14 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas a través de la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 93% solicitaron un crédito financiero, el 64% si fueron atendidos por las entidades financieras, el 57% han solicitado entre 1 y 2 veces un crédito financiero, el 64% han solicitado crédito por un monto entre 0 a 20000 soles, el 79% pagaron una tasa de interés entre 10 a 20 %, el 93% confirmaron que el crédito que se les brindo mejoro las ganancias, 43% solicitaron su crédito en la financiera MI BANCO, el 71% Invirtieron el dinero en capital de trabajo y concluyó que en su mayoría, las MYPES del sector comercio – rubro la venta de insumos agrícolas del casco urbano de la ciudad de Chimbote, de acuerdo a las discusiones se puede concluir que la mayoría de las MYPES han solicitado crédito financieros, que fueron atendidos por las entidades financieras, que han solicitado hasta 2 veces un crédito, los montos que la mayoría de las MYPES han solicitado es entre 0 a 20000 soles, la mayoría de las MYPES pagaron una tasa entre 10 a 20% por el crédito que solicitaron, las MYPES también tuvieron como resultado que en su

mayoría les ayudo a incrementar las ganancias gracias al crédito que solicitaron, la mayoría de las MYPES optan por solicitar su crédito en la entidad financiera MI BANCO y que en su mayoría lo han invertido para un capital de trabajo.

– Villegas (2016) en su tesis de investigación denominada “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas, del sector agrícola – rubro producción de pepino dulce en el anexo Herbay Bajo, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015”, Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Lima, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector agrícola- rubro cultivo de pepino dulce, en el anexo Herbay Bajo, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015, empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental/transversal, se utilizó una población total de 6 MYPE a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 100% de las MYPE ha solicitado y recibido un crédito, el 50% recibió financiamiento de las cajas municipales y cajas rurales, el 67% solicitó y recibió un crédito de s/. 3001 a s/.5000, el 67% destinó los créditos para la compra de insumos agrícolas, el 50% pagó un tasa de interés de 26% a 35% anual y concluyó que en las Micro y pequeñas empresas del sector agrícola- rubro producción de pepino dulce en el anexo Herbay Bajo, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, período 2015: La totalidad recibe financiamiento externo, la mitad recibe el financiamiento de las Cajas

Municipales y Rurales, la otra mitad de los bancos y de prestamistas informales, la mayoría recibe un monto que oscila entre los s/ 3001.00 y s/ 5000.00 nuevos soles, la mayoría destina ese monto para la compra de insumos agrícolas, el crédito es otorgado con una tasa de interés entre 26 y 35% anual.

2.1.2.3 Antecedentes Locales

– Silva (2015) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, año 2014”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las MYPE antes mencionadas. La investigación fue de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo, los principales resultados y conclusiones fueron que el financiamiento, el 83% siempre inicia sus actividades con financiamiento propio, el 43% siempre recibió información sobre cómo acceder al financiamiento formal, el 30% siempre usa financiamiento a mediano y largo plazo, 83% siempre solicitó financiamiento en los dos últimos años, el 40% siempre utilizó el financiamiento para capital de trabajo, el 35% considera que casi siempre la tasa de interés es alta; y describe como características del Financiamiento de las MYPE del rubro ferretería que se iniciaron con capital propio; además los empresarios reciben información sobre cómo acceder al financiamiento formal y solicitaron con frecuencia financiamiento en los dos últimos años. El tipo de financiamiento más usado según el plazo de duración es el financiamiento a largo plazo, el mismo que es destinado para capital de trabajo,

por otro lado, la tasa de interés es considerada alta y los requisitos exigidos para solicitar el financiamiento son considerados viables.

– Fernández (2015) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta de fideicomiso como medio de financiamiento para la empresa agrícola San José provincia de Sullana, 2014”, tesis para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Piura, Sullana, el trabajo de investigación tiene por objetivo general: Proponer un FIDEICOMISO para lograr el acceso al financiamiento de la Empresa Agrícola San José en la Provincia de Sullana, 2014, a empleo la metodología cuenta con un diseño aplicativo con diseño no experimental con la técnica e instrumento de la entrevista, los principales resultados y conclusiones fueron que por ahora no cuentan con financiamiento, puesto que es difícil el acceso a este tipo prestación crediticia y los intereses al pedir un préstamo son muy elevados, lo cual conllevaría a reducir personal y a rescindir de muchas cosas para pagar un gran monto de intereses y concluyó que al no contar con recursos financieros para abastecimiento de los requerimientos necesarios de la empresa, y no tener acceso a un financiamiento la producción de la Empresa Agrícola San José no es de buena calidad. El Fideicomiso está amparado por la Ley No 26702 "Ley General del Sistema Financiero y de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros", en la que están normados los procedimientos aplicables a este, como por ejemplo concepto de Fideicomiso, empresas autorizadas a desempeñarse como fiduciarios, validez del acto constitutivo, entre otros; lo cual es de vital importancia para la empresa San José S.A. para tener una visión amplia del Fideicomiso y de todo lo que este ofrece para beneficio de ella.

– Flores (2017) en su trabajo de investigación denominado “Análisis de los determinantes de acceso al financiamiento de los productores de banano orgánico caso Repeban, Sullana - Piura, 2016”, tesis para optar el título profesional de licenciado en Economía en la Universidad de Piura, Sullana, teniendo como objetivo general: Analizar los principales factores que determinan el acceso al financiamiento de los productores de banano - Caso REPEBAN, Sullana - Piura, 2016, la metodología utilizada en métodos empíricos para el conocimiento de las características de cada variable investigada, y la profundización mediante métodos no cuantitativos, los principales resultados y conclusiones fueron que la dimensión historial crediticio es la más fuerte del grupo. El monto del principal es significativo y positivo, al igual que la experiencia en el sistema financiero, y el vencimiento de la deuda. Opat (2010) es el que más destaca estas variables como significativas, argumentando que los antecedentes de los productores son la garantía fundamental para el acceso. El modelo logra ser significativo ($\text{Prob} < 0.05$) y configura un Pseudo R^2 alto (0.21) y concluyó que la dimensión historial crediticio resulta determinante para el acceso a crédito; la variable experiencia, que refiere a los años que el productor lleva en el sistema financiero, tiene una influencia significativa directa, con un efecto marginal del 21%. Mientras que la variable vencimiento de deuda, que refiere a las cuotas amortizadas, tiene una influencia positiva, ya que se tiende al acceso en la medida en que se liberen de sus créditos pendientes, afectando así la probabilidad de acceso en un 3%, las dimensiones económica y geográfica, tienen poca influencia en el acceso a crédito. La variable destacada es la tenencia de colaterales, con efecto negativo, además de tener un efecto marginal del 6% y el modelo global logra explicar el acceso a crédito, y es un modelo válido, tanto

estadísticamente como económicamente; presenta un Pseudo R2 valido, destacándose así la validez de la hipótesis: Los determinantes que influyen en el acceso al financiamiento de los productores de banano orgánico - Caso REPEBAN, Sullana - Piura, 2016, se centran en las dimensiones historial crediticio y características generales del productor.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Agroquímicos

2.2.1.1 Definición de Agroquímicos

Pérez y Merino (2017) indican que son negocios comerciales que se dedican a ofertar productos agroquímicos las cuales son sustancia química que utiliza el ser humano con el objetivo de optimizar el rendimiento de una explotación agrícola, que son adquiridos por productores de las distintas parcelas de Tambogrande. Dichos productos suelen utilizarse para luchar contra las plagas que afectan los cultivos y para favorecer un crecimiento más rápido de las plantas y así conseguir mayor productividad a un menor financiamiento y mayor rentabilidad.

2.2.1.2 Tipos de Agroquímicos

Según Borrero (2014) manifiesta que existen dos tipos de agroquímicos:

- a) **Agroquímico Genérico.** - Es un tipo de producto que es utilizado en la ganadería, agricultura y actividades forestales, que se encuentra en estado de la técnica y se considera de dominio público.
- b) **Agroquímico Innovador.** - Son los productos utilizados en la agricultura, la ganadería y la actividad forestal, que se encuentra en estado de la técnica sin registro anterior, significa que es nuevo, y se considera de dominio propio, ósea patente.

2.2.1.3 Clases de Agroquímicos

Seguendo a Borrero (2014) afirma que los productos agroquímicos están divididos en tres grupos, de acuerdo a su función, estos son denominados plaguicidas y son utilizados en el control de plagas y enfermedades de las plantas.

- **Insecticida.** - Son las sustancias químicas que ejercen función letal sobre los insectos.
- **Fungicida.** - Son los productos o sustancias químicas que matan e inhiben el crecimiento de los hongos.
- **Herbicidas.** - Son los que tienen como función principal el llevar a cabo la eliminación de todo tipo de plantas que son nocivas para el terreno.

Además de los citados agroquímicos, no hay que olvidarse de otros que también son muy utilizados en el ámbito de la agricultura. Nos estamos refiriendo a algunos como estos:

- **Los acaricidas,** que son los encargados de conseguir repeler los ácaros.
- **Los rodenticidas,** que van destinados a matar a los roedores que causan daños a los cultivos y que, además, tienen la particularidad de que pueden transmitir ciertas enfermedades a los seres humanos.
- **Los nematocidas,** que son los utilizados por los agricultores para conseguir acabar con los gusanos que van apareciendo en el suelo y con ciertos parásitos que aparecen en las plantas.

- **Los fitorreguladores**, que vienen a regular lo que es el crecimiento de los cultivos y lo hacen mediante lo que se da en llamar fitohormonas. De esta manera, según cada momento, impulsan o frenan el desarrollo de las raíces.
- **Los fertilizantes**, que, como su propio nombre indica, son los agroquímicos encargados de facilitar y agilizar el crecimiento de ciertas plantas.

2.2.2 Micro y Pequeñas Empresas

2.2.2.1 Definición de MYPE

Según Matute, Albújar, Janampa, Odar & Osorio (2012) las MYPE son unidades económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización y gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, además en el Perú se considera que las MYPES pueden clasificarse en tres estratos según la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad, capacidad de innovación y diferenciación.

2.2.2.2 Características de las MYPE

Las MYPES podrían estar constituidas por personas naturales o jurídicas (empresa), bajo cualquier forma de organización empresarial con fines lucrativos, según la Ley para acogerse a los beneficios de lo que gozan las MYPES en el Perú, las cuales deben cumplir con ciertos requisitos concerniente al número de trabajadores.

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 UIT
- La pequeña empresa hasta el monto máximo de 1700 UIT

2.2.2.3 Tratamiento Tributario

Correa (2015) manifiesta que el poder tributario es la potestad inherente al Estado para crear, modificar, derogar y exonerar de tributos, dentro de los límites establecidos por el Art. 74° de la Constitución: principio de reserva de la ley, de igualdad, de respeto de los derechos fundamentales de la persona y de no confiscatoriedad. A fin de promover el micro y pequeña empresa y ampliar la base tributaria, el Gobierno Nacional creó el RUS y el RER, para aquellos empresarios cuyos ingresos brutos no excedan de S/.525, 000 anuales para el caso de los sujetos acogidos al RER. Además, las MYPE constituyen sujetos al impuesto y por tanto se encuentran afectas al pago de este por las actividades que desarrollen cualquiera sea la forma en que se hayan constituido y efectuarán dicho pago de acuerdo al régimen tributario que son:

- Régimen General (RG)
- Régimen especial del IR (RER)
- Régimen Único simplificado (RUS)

2.2.2.4 Programas de apoyo a la capacitación de la MYPE en el Perú

En el Perú no se han generado suficientes incentivos para la capacitación de la MYPE, como sí sucede en otros países de la región. En la actualidad existe un solo programa llamado Mi Empresa, a través del cual se han centralizado los diferentes servicios que la MYPE requiere. El programa Mi Empresa ha tomado las riendas de Perú Emprendedor, el cual se constituía en el programa más importante del gobierno anterior.

2.2.3 Sistema de Gestión de Calidad

2.2.3.1 Concepto de Sistema de Gestión de Calidad

El sistema de la gestión de calidad son las distintas funciones que se despliega de la función general de la alta dirección, que están destinadas a implementar la política de la calidad, las responsabilidades y los objetivos; el cual son creadas en la planificación de la calidad, la mejora de calidad y el aseguramiento de la calidad dentro del sistema de gestión de la calidad, incluyendo *“la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad”*. Además la gestión de la calidad no solo significa gestionar la calidad del servicio o producto, también se debe administrar la calidad de la gestión de la empresa, significa entonces que dentro de la gestión de la calidad se debe ir mejorando todo los días el proceso de las actividades y funciones de la empresa, ya que debe ir reduciendo las actividades inútiles y horas perdidas, que no estén sumando el valor al proceso y permitiendo de la misma forma un sistema eficiente y efectivo (Uribe, 2011).

Además, Uribe (2011) manifiesta que el sistema de gestión de la calidad brinda una importante herramienta para el mejoramiento y así conseguir la calidad en todos y cada uno de los procesos de la empresa, el concepto dado por la ISO afirma que la gestión de la calidad es *“actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad”*. Por tanto la calidad total está orientada a satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, está basado en la continua mejora de la empresa donde participan todo el personal con la finalidad de buscar beneficios para la misma, así mismo para el desarrollo de las personas, y de la mejora en la calidad de la vida de la sociedad; por tanto en la filosofía de la calidad total el grupo de la alta dirección está interesado y

comprometido con la calidad y las necesidades de los clientes ya que en la política de hoy los clientes tienen la razón; es por ello que en toda la empresa empezando desde alta dirección, hasta el último personal, incluido clientes y proveedores están involucrados en la calidad del producto y servicio. Por consiguiente (López, 2015) define que *“la calidad total centra su energía en ver que las cosas se hacen bien desde la primera vez y es incorporada al sistema desde su inicio, haciendo a la organización altamente competitiva y permitiéndole reunir los requisitos convenidos con el cliente, ofreciéndole un mayor grado de complacencia por medio de un producto o servicio para alcanzar una satisfacción total en una visión actual y futura”*.

Por tanto, un sistema de gestión de una determinada empresa, según la Norma ISO 9000:2000, se define como un *“Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos”*, y mediante un sistema de gestión se puede controlar y dirigir una empresa con respecto a la calidad. Así mismo se define el sistema de gestión de la calidad como el conjunto de las funciones y procesos que están entrelazados entre sí para cumplir con los objetivos de la calidad de la empresa, está integrado a los diferentes elementos requeridos para llegar a cumplir con los requerimientos y acuerdos estipulados en conjunto con los distintos clientes, incluyendo las leyes aplicables y los requerimientos, además prevenir los riesgos y fallas (López, 2015).

Los sistemas de calidad buscan la posibilidad de incrementar la eficacia de las empresas, mediante el mejoramiento continuo y la eficiencia de las distintas

actividades, proceso y procedimientos centrales del sistema de gestión de la calidad de los productos y servicios de la empresa, por tanto los sistemas de gestión de la calidad son instrumentos claves de las mismas, para llegar a cumplir con los objetivos y políticas de calidad establecidos en la planificación, estos sistemas de calidad pueden implementarse en cualquier tipo de empresa que necesita evaluar la capacidad para proporcionar servicios y productos que cumplan con las necesidades y requisitos de los clientes con la finalidad de cumplir con los objetivos y satisfacer a los mismos.

Entonces un sistema de gestión de la calidad ayuda a incrementar la satisfacción de sus clientes de una empresa, por eso los sistemas de calidad orientan a las empresas a que verifiquen y analicen los requisitos que los clientes establecen, para determinar las funciones, actividades y procesos para producir esos bienes y servicios aceptado por los clientes, y así mantener los procesos y procedimientos controlados.

2.2.3.2 Principios de Gestión de Calidad

Balagué, y Jarmo (2014) define que los principios de la gestión de calidad sirven para ayudar a las empresas, ya que al tomar la decisión de implementar en la empresa se debe tomar en cuenta los principios de la gestión de calidad los cuales son fundamentales porque especifica los requisitos, orienta sobre las auditorías de los sistemas de gestión de la calidad y proporciona las directrices para la eficacia y la eficiencia; y para que una empresa llega a ser exitosa debe ser sistemática y tener un enfoque de los procesos, por tanto la implementación de un sistema de gestión de la calidad beneficiara continuamente el desempeño y tomara en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas, se han identificado ocho principios de

gestión de la calidad que al ser usados y aplicados desde la alta dirección pueden mejorar el desempeño de la organización; estos principios son:

Principio 1: Enfoque al cliente. - El principio fundamental y el objetivo principal de la gestión de la calidad en una organización, es satisfacer las necesidades y expectativas del cliente y en la medida de lo posible superarlas. Cualquier organización que quiera mantener su éxito a medio y largo plazo, debe saber, que este depende en buena medida, de su capacidad para atraer y fidelizar la confianza de los clientes y del resto de sus stakeholders, (o “partes interesadas”) lo que implica:

- Analizar y estudiar las diferentes expectativas y necesidades de los clientes.
- Verificar que los objetivos de la empresa tengan coincidencia con las expectativas y necesidades de los clientes, y para tener un buen nivel se tienen que ir innovando los productos y servicios, y las mejoras tienen que estar bien planificadas de acuerdo a los gustos de los compradores o clientes.
- Mantener comunicado y capacitado al personal con las expectativas y necesidades de los clientes, además el personal tiene que tener conocimiento que afecta su trabajo con la percepción que el cliente tiene de la empresa y de los servicios y productos que se oferta.
- Evaluar la satisfacción de los clientes y planificar de acuerdo a los resultados, por consiguiente, la empresa tiene que realizar encuestas para tener conocimiento cual es la percepción que tiene los clientes de su empresa y así planificar un buen producto y servicio para ofrecer.

- Identificar la forma de relación que existe entre el personal y los clientes, para tener una buena atención comercial, y si es posible desde primer contacto hasta el servicio postventa, si fuese necesario.

Además (González y Arciniegas, 2017) mencionan que el objetivo y la misión es la parte principal de toda empresa, ya que tiene como base fundamental la satisfacción de las necesidades de las partes interesadas, aun en empresas sin fines de lucro como las empresas estatales, porque no tendría sentido que exista sino hubiera la necesidad de satisfacer a un receptor del producto o cliente, por todo lo dicho es lógico suponer que todo los esfuerzos, procesos y estrategias de una empresa deben enfocarse a la satisfacción de las necesidades de las partes interesadas, e incluso a superar las expectativas de las mismas.

Principio 2: Liderazgo. - La figura de los líderes en los Sistemas de Calidad es de vital importancia, ya que son los encargados de establecer una unidad de propósito para toda la organización, dando además la orientación adecuada, para que el resto de personal pueda alcanzar los objetivos de calidad propuestos.

Por consiguiente, el liderazgo según (González y Arciniegas, 2017) afirma que es la función del líder dentro de una empresa, el cual consiste en establecer la unidad de propósito, los objetivos generales, la visión y la misión, considerando lo más importante, dirigir, motivar y guiar al personal, para llegar a cumplir la meta establecida por la empresa. Por tanto, el éxito de un líder se mide por la capacidad de mantener y crear un ambiente donde el personal este totalmente involucrado y comprometido con los objetivos de la empresa.

Principio 3: Compromiso del Personal. - Para que la organización alcance sus objetivos de calidad, es fundamental que todo el personal de esta, tengan la competencia y el compromiso necesarios, para generar valor para el cliente. Por eso la organización debe hacer participar de esta idea a todos sus integrantes, lo que requiere que las habilidades y conocimientos de estos sean potenciados y respetados. El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. Para lograr este propósito, se deben considerar aspectos tales como:

- Ver cuál es la competencia que tiene el personal para que pueda desempeñar bien sus funciones.
- Colocar un límite entre la competencia que tiene y la que quiere llegar.
- Realizar evaluaciones cada cierto tiempo de todo el personal, según los objetivos y metas trazadas.
- Tomar importancia y atención el trabajo que realiza cada persona en su determinada área dentro de la organización.
- Comunicación y planificación de las responsabilidades de cada rol.
- Verificación de la formación de las necesidades.

Además (González y Arciniegas, 2017) manifiesta que al involucrar al personal a cumplir con los objetivos de la empresa, siendo el personal el factor importante del fracaso o éxito de los propósitos de la empresa, entonces es vital y muy importante hacer partícipe e involucrar a todo el personal en el diseño, implementación y desarrollo del sistema de gestión de la calidad, y en general, en

toda la operación de la empresa, motivando e incentivando a comprometiéndose en el alcance de las metas.

Principio 4: Enfoque a procesos. - Entender y gestionar las actividades de la empresa como procesos interrelacionados de un sistema global y coherente, es otra de las claves del éxito de cualquier Sistema de Gestión de la Calidad, conduciendo a:

- Conceptualizar las funciones que se necesita para tener buenos resultados.
- Cada personal tiene que tener claro sus responsabilidades para gestionar sus funciones claves.
- Medir y evaluar la capacidad de las funciones claves.
- Verificar las interfaces de las funciones claves y las actividades de la empresa.
- Ver los factores que se involucran como son los métodos, materiales y recursos, que mejoren las funciones claves de la empresa.
- Realizar un estudio sobre las consecuencias, riesgos, y los impactos sobre los clientes, proveedores y personal.

La orientación a procesos según (González y Arciniegas, 2017) define que *“los nuevos sistemas, ya sean de gestión de la calidad o de cualquier otra índole, se concentran más en el estudio, desarrollo y mejoramiento de los procesos, es decir, las actividades y los recursos asociados, que conducen a la obtención de un resultado o producto esperado”*. Por tanto, son las distintas funciones y actividades que, utilizando recursos, transforma elementos de entrada en salidas, resultados o productos, quiere decir que el producto satisface las necesidades del cliente, en resultado de un proceso.

Principio 5: Mejora Continua. - El principio de Mejora Continua, es otro clásico, dentro del moderno concepto de Calidad. Cualquier organización de éxito, tiene un decidido enfoque de mejora continua, lo que le permite no sólo mantener un nivel de desempeño óptimo, sino que además puede reaccionar en mejores condiciones que la competencia, a los cambios de las condiciones externas e internas, pudiendo aprovechar mejor las oportunidades que se generen.

Así mismo (González y Arciniegas, 2017) indica que el enfoque sistémico es un conjunto de funciones y procesos relacionados al manejo de todo los recursos para llegar a cumplir los objetivos de la empresa, y para que el sistema de gestión de la calidad llegue a funcionar correctamente, debe ser implementado y diseñado como un sistema global e integrado a la empresa y a las partes interesadas y no como anterior mente aislados y autónomos, cuyos objetivos no mantienen una relación directa con el objetivo general de la empresa. Hoy en día se considera a los sistemas de gestión de la calidad moderno como la mayor virtud el uso del enfoque sistemático, porque consigue la verdadera integración de todos los elementos de un sistema productivo de bienes y servicios como son las materias primas y materiales, la infraestructura, la tecnología, instalaciones, maquinaria, los recursos económicos, herramientas, y el fundamental recurso humano.

Principio 6: Toma de decisiones basada en la evidencia. - Cualquier tipo de toma de decisiones, implica un cierto grado de incertidumbre, pero es obvio, que aquellas decisiones basadas en un análisis riguroso y en una evaluación metódica de los datos y de la información disponible, tienen una mayor probabilidad de generar los

resultados deseados con la menor desviación posible. Basado en hechos para la toma de decisión conduce a lo siguiente:

- Verificar que la información y los datos sean confiables y exactos.
- Crear un sistema para que los datos sean accesibles a los que necesitan.
- Evaluar la información y los datos empleando los métodos válidos.
- Realizar la toma de decisión basado en los análisis de la información equilibrada con la experiencia y la intuición.

Entonces las decisiones tomadas con base en datos y hechos son comunes que sean tomadas por los gerentes y el personal directivo de la organización, que este basado en la experiencia e intuición, asimismo por la inteligencia emocional, y por consiguiente las decisiones tomadas con base en datos y hechos conlleva a resultados correctos. Por lo tanto, la teoría de las decisiones es fundamental para las ciencias administrativas. Los gerentes y directivos aprovechen las herramientas estadísticas para tomar decisiones efectivas basadas en el análisis de los datos y la información (González y Arciniegas, 2017).

Principio 7: Gestión de las relaciones. - Toda organización tiene un conjunto de las partes interesadas en el desempeño de sus actividades, (como pueden ser los clientes externos, los proveedores, los inversionistas, los propios trabajadores, etc.). La organización y sus stakeholders, son en mayor o menor medida interdependientes entre ellos, por lo que el establecimiento y el cuidado de una relación mutuamente beneficiosa, aumenta las posibilidades de éxito a medio y largo plazo.

Así mismo la gestión de las relaciones es beneficiosa entre la empresa y los proveedores, y es un sistema integrado cuyos componentes interactúan para conseguir los objetivos de la misma, y sin embargo la empresa forma parte de un sistema mayor y se conoce con el nombre de *“Cadena del valor y más concretamente Cadena de abastecimiento”*, donde el proveedor es el primero y los clientes o usuarios son los últimos, y para que la cadena no se rompa por falta de uno de los miembros y el sistema pueda cumplir con los objetivos en forma eficiente y eficaz, es primordial que el proveedor este integrado a la empresa, para lo cual es necesario e importante que se establezcan relaciones cordiales, entre las dos partes, proveedor y empresa, donde los expertos lo conocen como ganar, ganar en donde ninguna de las partes saca ventaja de la otra, sino que por el contrario, se complementan en la búsqueda de la creación de valor para el cliente (González y Arciniegas, 2017).

Principio 8: Mejoramiento continuo. - Hoy en día los expertos en administración empresarial con los adelantos científicos y tecnológicos, *“son también el fruto de ir mejorando continuamente gracias a los descubrimientos de las ciencias y sus aplicaciones prácticas a la solución de los problemas de la humanidad”*. En Ingeniería se conoce, la disciplina como el paradigma de que *“siempre hay y habrá una mejor forma de hacer las cosas”* y es importante conocer que las empresas deben estar revisando sus sistemas, funciones, procesos y procedimientos para encontrar mejores formas de llevarlas a cabo (González y Arciniegas, 2017).

2.2.3.3 Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad

Montes (2012) manifiesta que tener implementado un buen sistema de gestión de calidad le debe servir a la empresa a cumplir con los objetivos

establecidos por la empresa, ya que le ayuda a añadir valor a sus productos y servicios el cual repercute en la satisfacción de las necesidades de los clientes el cual lleva a conseguir ventajas competitivas que le diferencien en su sector. Si bien es cierto se consigue una buena implantación del sistema, la mayoría de los siguientes beneficios:

- **Potenciar la imagen de la empresa para los clientes tanto los actuales como los potenciales.** - Significa que la imagen de la empresa se mejore, es que hay muchas empresas que tienen certificados un sistema de gestión de calidad, y no contar con ello se puede perder calidad de imagen de la empresa.
- **Mejorar la calidad de nuestros productos y servicios.** - Hoy en día los sistemas obliga a verificar y analizar todos los procesos y procedimientos en forma bien detallada con la finalidad de estandarizar y llegar a fabricar un producto o servicio de calidad estable a lo largo del tiempo. Así mismo el sistema de gestión de calidad nos brinda herramientas útiles de verificar el proceso y mejorar según sea necesario.
- **Mejora nuestro sistema de trabajo: podremos ser más eficientes y eficaces y con ello, más competitivos.** - Es como se viene mencionando que hacer una correcta definición de todos los procesos de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, se conseguirá hacer las funciones cada vez más rápido y eliminando las fallas y errores de las diferentes actividades.
- **Incrementar la satisfacción de los clientes.** - Es la finalidad más importante de todas las empresas, que los clientes estén satisfechos y así obtener mayores

beneficios con la rentabilidad, fidelización de los clientes, y además que recomiende a la empresa.

- **Incrementar la satisfacción y motivación de todos los que conforman la empresa.** - El sistema de gestión de calidad recomienda que cada cierto tiempo la empresa pare, recopile información y analice todos los datos y llegue a la conclusión, es norma que en toda empresa el encargado de revisar estos datos saque las conclusiones y comunique a todas las áreas o personales afectados, y de esta forma es difícil que el personal se sienta involucrado con la empresa. Es mejor hacer lo correcto y que empezando desde la alta dirección, los jefes de áreas, personal administrativo se reúna y todos expongan y analicen todos los datos obtenidos, así mismo da la oportunidad al personal brindar su sugerencia para poder satisfacer a los clientes, pero antes se estará satisfaciendo al personal y así la empresa tendrá mejor éxito.
- **Intercambio de conocimientos “how know “.** - Cuando existe una reunión con todo el personal se debe exponer todos los datos que se desarrollan en las diferentes áreas, y todas las incidencias que hayan ocurrido y los fallos deben servir de herramientas para evitar futuros nuevos fallos.
- **Simplificar la interacción y comunicación entre los distintos departamentos o áreas de la empresa.** - En la empresa cuando se convoca a reuniones con el personal se debe programar con fecha anticipada y horario establecido, para el personal que va a asistir prepare toda la información y sugerencias con respecto a su área o puesto de trabajo y poder exponer en la reunión.

Existen muchos beneficios que brindan los sistemas de gestión de la calidad con la correcta implementación y llegando a cumplir lo que realmente indica las normas para poder recolectar el fruto, por consiguiente (Montalvo y Vergara, 2010) manifiesta que los beneficios que aporta un Sistema de Gestión de Calidad pueden ser enfocados como los beneficios propios para la empresa y beneficios para los clientes.

2.2.4 Financiamiento

2.2.4.1 Concepto de Financiamiento

El financiamiento son recursos monetarios que se puede obtener con recursos propios o terceros, las más usadas son las entidades financieras ya que estas entidades brindas préstamos a un determinado tiempo con tasas de interés de acuerdo al tipo de préstamos.

El financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de obligaciones o deudas. El financiamiento se obtiene en los mercados financieros cuya función esencial es la de canalizar fondos de quienes han ahorrado, por gastar menos que su ingreso, hacia aquellos que tienen escasez de dinero, porque desean gastar más que su ingreso (García, 2012).

Financiación es la aportación de dinero que una empresa o persona física realiza y que se necesita para poder llevar a cabo una actividad o proyecto, como puede ser el desarrollo de un negocio propio o la ampliación de uno ya existente. El método más frecuente para conseguir la financiación es por medio de créditos o

préstamos. Pueden ser entregados por compañías financieras orientadas a la entrega de créditos, como pueden ser los bancos, o por personas físicas, como amigos o familiares. Aquellos que favorecen la financiación, es decir, los que prestan el capital, suelen requerir el cobro de unos intereses por los préstamos entregado, a un tipo concretado con anterioridad (Mauro, 2014).

Asimismo, financiación es la acción y efecto de financiar (aportar dinero para una empresa o proyecto, sufragar los gastos de una obra o actividad). La financiación consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). Es importante tener en cuenta que el tipo de financiación a escoger para un proyecto determinado depende de diversos factores, tales como la urgencia para llevarlo a cabo, las exigencias de la fuente, el tiempo en el cual se estima que será posible devolver el dinero, y el volumen de recursos necesarios para la puesta en marcha (Pérez & Gardey, 2016).

2.2.4.2 Estrategias financieras

Para Núñez (2014) manifiesta que es indispensables que las MYPES desarrollen adecuadas estrategias financieras que le permitan, combinando las habilidades del administrador financiero y los servicios financieros la maximización de los recursos de la entidad con el objetivo del crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Siguiendo a Núñez (2014) afirma que se deben de definir las estrategias financieras a seguir, y esto se logrará identificando primeramente las áreas claves

en las que nos vamos a enfocar; que podrían ser el director financiero, la competitividad, la innovación, la financiación y el riesgo financiero; es importante también el definir un objetivo estratégico, que este debe ser la meta por alcanzar. Existen algunas de las estrategias financieras que las MYPES pueden adoptar para hacer prosperar a la entidad podrían ser:

- Elegir al administrador financiero que esté capacitado para poder enfrentar las necesidades de la entidad, que cuente con los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias que se lleguen a presentar, ante el cambiante mercado local y nacional.
- Ser competitivos ante los diferentes mercados en los que se desenvuelva; procurando siempre la innovación y la creación de productos atractivos y que cubran las expectativas de demanda de los clientes. Por ende, se debe establecer de manera periódica innovaciones del producto y/o servicio que se oferte.
- Realizar evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento con tal de poder invertir en la entidad y se logre el crecimiento de este.
- Analizar periódicamente los estados financieros para poder tomar adecuadas decisiones.

Asimismo, la estrategia financiera es el siguiente elemento de importancia en la implementación del plan. Es uno de los componentes de la cartera de la estrategia corporativa. Abarca las decisiones de financiación necesarias para alcanzar el objetivo general, especificado el nivel óptimo de inversión y financiación. Además, es la pieza de la política de gestión empresarial que

determina las decisiones de inversión y financieras, condiciones necesarias para lograr la maximización del beneficio a los accionistas.

Por consiguiente (Calvo 2018) menciona que para alcanzar el éxito empresarial no basta con ofrecer un buen producto o servicio. Todas las empresas, sobre todo las de más de 150 empleados, deben contar con una potente estrategia financiera que sirva como respaldo para todas las decisiones que haya que tomar relacionadas con las finanzas. Teniendo en cuenta esto, tan importante es la planificación como la implementación. Las claves del éxito se pueden resumir en 5 puntos.

Análisis de la estrategia financiera en grandes empresas: Para planificar una buena estrategia financiera debes realizar antes un análisis estratégico. Para ello tienes que tener en cuenta una serie de variables, empezando por tener claro cuál es el perfil de riesgo de tu empresa.

También es importante analizar los siguientes aspectos clave:

- Las previsiones del flujo de caja.
- La rentabilidad de las inversiones.
- El nivel de endeudamiento.
- Las fuentes de financiación.
- El riesgo de los créditos concedidos a los clientes.
- Los objetivos que se pretenden alcanzar.

El marco temporal en el que se va a encuadrar dicha estrategia (hay que evitar el corto plazo). Este último punto es importante, pues las estrategias

financieras difieren en función del plazo. Toda esta información es más fácil de obtener cuando los datos están actualizados y la gestión, tanto financiera como documental, está digitalizada.

Diseñar las estrategias financieras en función del plazo: (Riquelme, 2018) define como decíamos, el marco temporal es una de las claves del éxito. Si tu empresa va a optar por estrategias financieras a largo plazo, debes tener en cuenta 3 aspectos:

La inversión. Esta debe estar orientada a aumentar el valor de la empresa. Las estrategias pueden ser ofensivas, defensivas, de reorientación y de supervivencia. Dependiendo de la que tu empresa se haya planteado, las decisiones en inversión irán orientadas bien al crecimiento, bien a la desinversión. En el primer caso, puedes elegir entre ampliar el negocio o eliminar a tus competidores, por ejemplo, mediante fusiones.

- La estructura financiera.
- La retención o reparto de utilidades.

Por su parte, las estrategias financieras para el corto plazo deben centrarse en los siguientes aspectos:

El capital de trabajo. Es importante hallar la relación riesgo-rendimiento adecuada. Para ello hay que seguir una de las tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia.

El pasivo circulante. Por ejemplo, aprovecharse de los descuentos por pronto pago. Administrar de forma eficiente el efectivo de caja.

Seguir todos los pasos para implementar la estrategia financiera en grandes empresas: Una vez superado el paso de planificación, es el momento de entrar de lleno en la implementación de la estrategia financiera. Pero hay que hacerlo con cuidado, dando todos los pasos recomendables. De hecho, cuando la estrategia se lleva a cabo de forma progresiva, se obtienen mejores resultados. No puedes olvidarte de realizar reuniones periódicas con los responsables de contabilidad y finanzas de tu empresa para asegurarte de que todo va según el plan trazado. La comunicación es muy importante, casi tanto como monitorizar si hay progresos.

Revisión de la estrategia financiera en grandes empresas: Llevar a cabo la estrategia financiera de una empresa de más de 150 trabajadores no es algo que se ponga en marcha y ya. Es necesario hacer revisiones con frecuencia por si fuera necesario realizar algún ajuste. ¿Cada cuánto hay que realizar esas revisiones? Por lo menos una vez al trimestre. Y, por supuesto, cuando se produzcan modificaciones de los objetivos marcados en la fase de planificación o haya cambios importantes en la empresa (Riquelme, 2018).

Rentabilizar los beneficios empresariales: La última estrategia financiera tiene que ver con la rentabilidad de los beneficios. Siempre puedes apartar una parte que no vayas a necesitar a corto plazo e invertirla. El Swing trading (ideal para los más conservadores), los derivados o el value investment (la estrategia que hizo triunfar a Warren Buffet) son algunas opciones. Pero en este caso, mejor acudir a los expertos.

2.2.4.3 Tipos de Financiamiento

Según Domínguez (2010) manifiesta que es la forma de pago que una empresa adquiere dinero para los bienes o el capital de la empresa para los diferentes fines y según el origen las diferentes fuentes suelen agruparse en financiamiento externo e interno, el cual también se le conoce como ajeno y propio y son:

a) Financiación interna o autofinanciación: El financiamiento interno es el dinero que no ha sido repartido entre los accionistas o dueños de la empresa, además son las reservas, también se conoce como financiamiento interno las provisiones, amortizaciones de los deudores o clientes de la empresa, de acuerdo con Aguirre (1992) leído en la publicación de Domínguez (2010).

Dentro de la financiación interna contamos pasivos acumulados y son:

- En esta categoría se encuentran los **pagos del seguro social**; los impuestos sobre ingresos estimados por la empresa, sobre ingresos retenidos a partir de una determinada nómina del personal y los impuestos sobre ventas cobradas; por tanto, el balance general en sus cuentas de pasivo verificara algunos impuestos y gastos acumulados (Hernández, 2011).
- **Reservas:** Son los adicionales del capital de una empresa, ya que cuentan con objetivos específicos y genéricos, frente a los posibles riesgos, que aún no son conocidos, y con cargo a los beneficios del periodo, Por tanto, la reserva de la empresa asegura un capital cuando existe dificultades para financiarse de otras empresas; así mismo cuando existe riesgo al momento

de realizar una financiación grande generando un elevado costo (Domínguez, 2010).

- **Previsiones:** Es la prolongación de un determinado capital, con diferentes objetivos establecidos, que requieran una materialización de los fondos, ya que están establecidos y destinado a posibles pérdidas y con cargo al periodo del beneficiario (Domínguez, 2010).
- **Depreciación:** Es la pérdida experimentada sobre el valor de los activos que se deprecian con el tiempo, mejor dicho, es la constatación contable de la empresa, por tanto, son las cuotas de depreciación que pueden ser variables o constantes; o también decrecientes o crecientes. (Domínguez, 2010).
- **Ampliación de capital:** Es el crecimiento del capital social de una empresa que se realiza mediante la emisión de acciones, es la ventaja de la autofinanciación que no implica ningún costo, pero resulta poco cuando son inversiones grandes de carácter repentino (Domínguez, 2010).

b) Financiación Externa: Viene de las actividades ordinarias de una determinada empresa o del uso del financiamiento ajeno con coste explícito, existen tipos muy variados de ellos. Cuando la duración de la deuda es inferior a un año, se dice que es a corto plazo y se utiliza para financiar el activo circulante, dividiéndose en dos grandes grupos: financiación sin garantía y financiación con garantía colateral (Domínguez, 2010).

Dentro de los préstamos sin garantía se incluyen los pasivos espontáneos, los cuales pueden ser los recursos ajenos, que tienen que ser devueltos a corto plazo

obligatoriamente, tales como cuentas por pagar, cobros anticipados, y los llamados pasivos estables o acumulados, y son los gastos acumulados por pagar, y los salarios al personal, dividendos por pagar, aportes a la seguridad social por pagar y los impuestos por pagar, los cuales son identificados como generalizadores espontáneos, ya que se encuentran ligados a las actividades de la empresa, además tienden a variar con respecto a las ventas, y con diferencia a las fuentes de financiamiento, y en mayor cantidad se dispone de ellos sin tener que pagar nada, por consiguiente (Espinosa, 2013) caracteriza brevemente estos medios:

- **Las cuentas por pagar:** Son los créditos que adeuda la empresa a los proveedores y suministros, que han sido contraídas al momento de solicitar un producto o servicio, las cuales son amparadas por medio de facturas, y que las condiciones varían de acuerdo al tipo de contrato, las cuales deben ser pagadas entre 30 a 120 días, y la administración de los proveedores tiene los siguientes aspectos: puntualidad, fiabilidad, financiación y calidad (Domínguez, 2010).
- **Los efectos por pagar:** Son las deudas adquiridas por la empresa a corto plazo con documentos formales las cuales son: letras de cambio y pagarés, y en su mayoría hay que pagar intereses, de acuerdo a la procedencia los efectos a pagar son: obligaciones, comerciales con proveedores y bancarios, para formalizar préstamos de otras fuentes y bancarias (Domínguez, 2010).
- **Los cobros anticipados:** Es cuando un cliente paga por adelantado, y la empresa está en la obligación de pagar en forma total o parcial (Domínguez, 2010).

- **Los pasivos estables:** Son las obligaciones adquiridas por la empresa de forma estable con el personal por las actividades que realizan al adeudarles salarios y vacaciones, o también con el fisco de impuestos y con los propietarios al adeudarse con las contribuciones (Domínguez, 2010).
- **Préstamos a corto plazo:** Son las fuentes de financiamiento más adquiridos por las empresas, son capitales que brindan las entidades financieras con una tasa de interés, y si la empresa no cumple con los pagos de acuerdo al contrato se van acumulando los intereses compensatorios y en algunos casos llegan a elevarse tanto los intereses que se acumula el doble de dinero de lo solicitado al principio del préstamo (Domínguez, 2010).

Las fuentes de financiamiento a corto plazo están constituidas por todos aquellos pasivos que están programados para cancelarse entre un determinado período menor a un año. “Este tipo de financiamiento se utiliza para financiar necesidades de fondos estacionales y temporales. Así como para brindar flexibilidad en un período de incertidumbre” (VanHorne, 2012).

Según Gitman (2010) manifiesta que el financiamiento con garantía a corto plazo se hace uso de ciertos activos para garantía de este, y no al financiamiento a corto plazo sin garantía, por tanto, éstos podrían ser dentro o fuera de la empresa; además vienen siendo definidas por las instituciones nacionales que son públicas y privadas, internacionales que brindan recursos económicos.

Por tanto, los préstamos garantizados, principalmente son las cuentas por cobrar, los inventarios son los más utilizados para realizar un préstamo comercial a corto plazo. “Las cuentas por cobrar pueden comprometerse para garantizar un

préstamo o venderse a un factor (factoring), dejando que la institución financiera cobre directamente el dinero y los préstamos sobre inventarios pueden hacerse con un gravamen general, un recibo de fideicomiso o con convenios de recibos de almacén final o almacén en las instalaciones de la empresa” (VanHorne, 2012).

Y entre las diferentes fuentes de financiamiento a corto plazo con una cantidad de garantía que puede adquirir una organización, entonces es bueno mencionar algunos activos circulantes como son particularmente las cuentas por cobrar y los inventarios, así mismo las garantías, de acuerdo con (Gonzáles, 1999) leído en una publicación de (Domínguez, 2010). estos pueden ser:

- **Con la cesión o pignoración de las cuentas por cobrar.** - Cuando la empresa adquiere de una determinada entidad financiera el valor de sus efectos por cobrar o el valor de sus cuentas, negociados con algún descuento, y en algún momento deben ser cancelado por el comprador, y por el vendedor, ya que tienen la obligación de pagarlas y brindar sus derechos de cobro a la entidad financiera.

La financiación de las cuentas por cobrar de acuerdo con Block y Hirt (2011) afirma que para conseguir préstamos directamente relacionados en el nivel de la expansión del activo dentro de cualquier punto en el tiempo; además si el nivel de las cuentas por cobrar aumenta en una organización puede solicitar un préstamo mayor, el único inconveniente de este método es que resulta ser un mecanismo mayormente costoso para adquirir fondos en la empresa; a pesar que se puede comparar con otras formas de crédito en las entidades financieras. Por tanto, las cuentas por cobrar representan uno de los

activos a corto plazo que es la más valiosa de una organización, además deben comprometerse dentro las circunstancias apropiadas para hacerlo.

En la pignoración de las cuentas por cobrar Block y Hirt (2011) manifiesta que las instituciones bancarias y no bancarias estipulan sus propias políticas para las cuentas por cobrar con la finalidad de brindar calidad para servir con garantía y pueden ser prendarias dentro de un préstamo, además de acuerdo al monto de la prenda se estipula un determinado préstamo sobre esta base, y se puede conseguir prestado entre 60% y 80% del valor del colateral aceptable. Por lo tanto, el porcentaje de interés del préstamo dependerá de la entidad financiera de la empresa que solicita el préstamo, así como la calidad del crédito de sus cuentas, además el prestamista tendrá recursos de la prenda para proceder contra el prestatario en caso no cumpla con las políticas establecidas durante el contrato del préstamo.

- **Con la venta o factorización de las cuentas por cobrar.** - Estas cuentas por cobrar se venden a las entidades financieras, y el banco asume riesgo de impago, y el vendedor queda librado de cualquier riesgo que tenga el cliente en su historial crediticio, la gestión de cobros, y toda pasa a responsabilidad de la empresa, y en compensación el banco realiza un importante descuento a las cuentas por cobrar cuando adquiere la deuda.

Por tanto, lo diferentes autores manifiestan que cuando se aplica el factoring a las cuentas por cobrar; éstas se negocian con la empresa financiera, normalmente esta empresa no tiene las garantías en contra del vendedor de las cuentas por cobrar. Así mismo la entidad financiera tiene que hacer el análisis

del crédito con la finalidad de garantizar la calidad de las cuentas puede ser parcial o el total del préstamo.

Además cuando se realiza un contrato del factoring se acepta una cuenta, que puede ser entregado los fondos al vendedor antes de ser recibido el pago, y como parte del proceso de facturación normal se realiza después de 30 días del contrato, así mismo la empresa del factoring absorbe no sólo todo el riesgo; también entrega efectivamente los fondos al vendedor, y un mes antes de lo que normalmente lo recibirá, y efectivamente para que acepte el riesgo la empresa del factoring se le paga con un porcentaje del 1% a 3% de la base de honorarios en las facturas aceptadas, y adicionalmente se paga una tasa de interés de préstamo para la entrega de fondos anticipadamente (Block y Hirt, 2011).

- **Utilizando el inventario como garantía.** - Por lo general acepta solo la materia prima y los inventarios de materias primas, los cuales son de consumo, y por tanto de fácil venta, En este financiamiento se exigen como garantía amplios inventarios que el valor duplique a lo solicitado, para tener con que solventar si la persona no paga el préstamo, y así poder recuperar fácilmente el monto prestado y los intereses, existen diferentes variantes de utilización de los inventarios como garantía.
- **Gravamen sobre el inventario:** El prestamista otorga todos los derechos de los inventarios del prestatario, pero esto no está obligado a tenerlos por lo tanto puede venderlos, lo que va a disminuir la solides de la garantía, este financiamiento es utilizado por empresas que mantienen su nivel de inventario.

- **Recibo de fideicomiso.** - La persona que recibe el dinero suscribe un recibo de fideicomiso por todos los inventarios que brinda en garantía, este documento es la garantía que el prestatario mantiene los inventarios en fideicomiso para el banco, mayormente es utilizado por empresas grandes que entregan a un minorista sus productos para vender, por tanto, esto se paga cuando es vendido con el interés que corresponde por todo el tiempo que no ha sido vendido.
- **Empeño o financiamiento a través de almacenes.** - Se entrega ciertos productos o activos de la empresa como garantía para solicitar un determinado préstamo el cual no se toca hasta ser cancelado toda la deuda y es supervisado por una tercera persona cada cierto tiempo.

2.2.4.4 Fuentes de Financiamiento

Según Bohórquez (2011) afirma que existe la fuente de financiamiento que es el papel comercial el cual consiste en letras a corto plazo, con una tasa de vencimiento que existe alrededor de los 270 días, y la empresa entrega estas letras de forma directa, por tanto, respalda la entrega con una línea de crédito bancaria especial, y la tasa de interés que brindan las entidades financieras son las más bajas que brindan a las diferentes empresas al momento de brindarle el préstamo.

Las fuentes de financiamiento a corto plazo. - son las cuentas por pagar y/o créditos comerciales; los préstamos bancarios y el papel comercial. Además, el crédito comercial se da cuando una determinada organización compra a otras organizaciones los suministros, materiales, equipos a crédito y registra en los asientos contables como una deuda de cuenta por pagar, por tanto, se constituye

como una categoría individual más grande de un determinado crédito a corto plazo (Weston y Copeland, 2012).

Asimismo la cantidad de beneficios que obtiene el crédito comercial es el mecanismo de financiamiento a corto plazo y que fácilmente está disponible, por tanto las cuentas por pagar que tienen estas empresas mayormente representan una forma de crédito o préstamo, y estas empresas no necesitan solicitar un préstamo formal en las entidades financieras, porque aprovechan los descuentos de pronto pago y sin intereses que les brindan las empresas que los dan el crédito, sobre todo negocian con su proveedor si no cuentan con dinero para que los espere más tiempo y sin tener ningún interés adicional y peor aún sin tener que manchar su historial crediticio (Van Horne, 2012).

Por tanto, esta empresa realiza compras a créditos en otras empresas y lo registran como cuentas por pagar, es por ello por lo que existen las cuentas por pagar o créditos comerciales que se constituye como deuda interempresarial, mayormente se da en empresas pequeñas.

A partir de este párrafo nace la definición de un “crédito comercial neto” es un instrumento de financiamiento interempresarial, que se dan entre negocios cuando se otorgan bienes (materiales, quipos, suministros), para ser pagados en determinados tiempos en un futuro; por tanto es una venta a crédito, el proveedor registra en sus asientos contables como una cuenta por cobrar, que consideran como una inversión en activos; y el cliente lo registra como una cuenta por pagar y es una partida de los pasivos de la empresa (Block y Hirt, 2011).

Las Fuentes de Financiamiento a Largo Plazo

Según Gitman (2010) afirma que es un financiamiento con un tiempo determinado de un año a más, es una deuda a largo plazo con las utilidades retenidas, el arrendamiento operativo y financiero, y también de las entidades financieras bancarias, que son denominadas fuentes de financiamiento de largo plazo, por tanto, son externas e internas para todas las organizaciones cuando necesitan recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones o hacer inversiones.

Por tanto son deudas a largo plazo llamadas deudas consolidadas que se denominan deudas pagadas a un tiempo mayor a un año desde cuando se hace el contrato o desembolso del préstamo, mayormente son créditos con garantías que se denominan hipotecarios, de un determinado predio u otro activo con valor mayor al crédito y reciben el nombre de deuda garantizada, mientras que los títulos a largo plazo no garantizados son llamados obligaciones simples a largo plazo, así mismo estas ganancias son como una estrategia financiera que necesitan retener un monto de las ganancias y reinvertirlas en la organización, de acuerdo a la toma de decisiones por los gerentes o administradores de las mismas tomada en las reuniones de la organización, Así mismo el arrendamiento es un contrato mediante el cual el propietario o arrendatario de un predio o un activo le otorga a una determinada persona o arrendatario, tiene derecho de utilizar el predio o activo por el tiempo que se estipula en el contrato, cancelando el pago de un alquiler, por tanto este financiamiento está aumentando por las mayores ventajas impositivas, el cual no poseen los demás medios de financiamiento (Brealey y Myers, 2013).

Los arrendamientos se dividen en arrendamientos operativos y arrendamientos financieros, por tanto, el arrendamiento operativo es un tipo de crédito que se puede pagar un en un periodo de corto tiempo como máximo dos años, y puede prescindir en un momento determinado, además cumple con condiciones establecidas en el contrato, y esto le permite al arrendatario utilizar el activo mediante el pago de un impuesto de arrendamiento (Gitman, 2010).

Por tanto, los predios en arriendo tienen una vida útil mucho mayor que el tiempo del contrato de arrendamiento; es por ello por lo que el arrendador recibe un predio con valor del mercado positivo al término del contrato; para seguir arrendándole a la misma persona o a otra diferentes; o de otra manera venderlo; principalmente el arrendatario llega a usar este contrato si presiente que está en riesgo de ineficiencia u obsolescencia del predio (Bohórquez, 2011).

Los arrendamientos financieros es un contrato donde conviene que los pagos sean por un tiempo mucho más largo que lo establecido en el contrato del arrendamiento operativo, por tanto la cancelación se hacen en pagos por adelantado, el arrendatario no puede dar por terminado el contrato del alquiler, si no necesita el predio que esta arrendado, es decir está obligado a seguir realizando los pagos mientras dure la vigencia del contrato, estos pagos lo tiene que realizar el arrendatario, mientras esté usando el predio arrendado en el tiempo establecido en el contrato, estos costos son mayores al total pagado por el mismo (Bohórquez, 2011).

En estas instituciones financieros bancarias se encuentran las acciones y los bonos, por tanto los bonos se refieren a los documentos escritos en donde se estipula que el emisor está debiendo al tenedor una determinada cantidad por lo que pagara

ciertas tasas de intereses, más el monto inicial en tiempos determinados, estos tipos de bonos suelen ser escritos por los gobiernos y por las organizaciones, como un medio de emitir una deuda pública o privada que los deje solicitar préstamos a corto y largo plazo.

Entonces estas emisiones de deudas se determinan acudiendo a intermediarios financieros, las cuales podrían ser las entidades financieras o cualquier otro tipo de intermediario financiero que laboran a comisión por cuenta ajena, por tanto el comprador de estos bonos puede quedarse y cobrar de acuerdo a lo pactado los intereses, así mismo venderlos a otra persona, por tanto los bonos emitidos por las organizaciones siempre están respaldados por una garantía que es la hipoteca sobre un predio u otra propiedad de la organización en la mayoría de los casos.

En tal sentido las acciones se definen como participaciones que brindan el derecho de una determinada propiedad sobre una organización; por lo tanto, representa cada una de las partes en que se divide el capital de una sociedad mercantil, en conclusión (Van Horne y Wachowicz, 2012) afirma que se clasifican las acciones de la siguiente manera:

Acciones Preferentes: Son acciones que determinan sus diferentes características de la deuda y de las demás acciones comunes; en tal sentido la liquidación tiene el derecho de un accionista preferente que siempre va encima de los activos, o también va después de los diferentes acreedores, pero antes de los accionistas comunes; además la acción preferente tiene un dividendo estipulado, que es el pago real de un dividendo y es una obligación para la organización, entonces la omisión de un

dividendo no siempre dará como respuesta la insolvencia de la organización o el incumplimiento de la obligación.

Entonces estas acciones preferentes son de todas maneras muy parecidas a los bonos, que se venden con un determinado valor, y se paga una cierta cantidad anualmente, además si corre el riesgo de quiebra, brindan el derecho de acudir a la liquidación de los predios u otra garantía por delante de los propietarios de acciones comunes.

En tal sentido estos aspectos suelen ser análogas a las acciones comunes, y no hay que pagar dividendos si la organización no cuenta con el suficiente efectivo, por tanto, los dividendos que se pagan suelen ser mayores en un determinado caso que los beneficios de la organización aumenten, por su parte estos bonos tienen un cupón fijo y obligatorio todos los años y es deducible de impuestos.

Acciones Comunes: Suelen ser los dueños residuales y en forma colectiva controlan la organización y tienen el riesgo final con la propiedad determinada y, sin embargo; la responsabilidad está limitada al monto que ha invertido al principio. En tal caso la liquidación, de los accionistas tienen un determinado derecho residual sobre los diferentes predios de la organización, y después que se han liquidado por completo las diferentes reclamaciones de todos los acreedores y accionistas preferentes, entonces los tenedores pueden liquidar las inversiones vendiendo sus acciones en el mercado secundario y la acción común no tiene fecha de vencimiento.

2.2.4.5 Tipos de garantías para un préstamo

Pons (2015) para acceder a préstamos bancarios es necesario, en muchos casos, presentar garantías. Las respuestas a preguntas básicas para entender qué son, como funcionan y qué puede pedirte tu banco; además la capacidad de generar fondos suficientes para abonar las cuotas de parte del solicitante de la financiación es el aspecto principal que se evalúa para otorgar un préstamo.

No cabe ninguna duda que la formalización de un préstamo supone la asunción de garantías. En algunos casos, la garantía solicitada puede ser el doble del importe a financiar. En los casos de préstamos con garantía hipotecaria ésta suele situarse en un porcentaje superior al 100%, por consiguiente (Velasco, 2010) menciona los siguientes tipos:

Garantías reales. - Se engloban en esta denominación aquellas garantías que recaen sobre operaciones con un plazo de amortización superior a 10 años. En este caso la garantía es el inmueble sobre el que recae el préstamo. Esto significa que, si usted deja de pagar, el prestamista tendrá la potestad de embargar el inmueble como forma de pago; sin embargo, no siempre el embargo cubre la totalidad del préstamo. Es importante saber que, mientras en Estados Unidos la entrega del inmueble es suficiente para saldar la deuda contraída, en otros países de la Unión Europea, el embargo del inmueble únicamente cierra la posición deudora si el valor de este supera al préstamo. De no ser así, el prestatario y sus avalistas responderán de la deuda, tal y como incida la legislación vigente: "Con todos sus bienes presentes y futuros".

Garantías personales. - En esta modalidad de garantía se engloban los préstamos que no recaen sobre un inmueble. Hablamos por lo tanto de los préstamos al consumo o préstamos personales, que son concedidos en base a nuestro historial de crédito, la solvencia demostrable y los avalistas presentados en caso de ser necesarios. Si bien es cierto que en este tipo de garantías no existe un bien vinculado al préstamo, llegado el momento de un impago, la entidad bancaria podrá iniciar la garantía personal a través del embargo de las posiciones acreedoras que mantenga el prestatario.

Garantías pignoraticias. - Estamos ante una modalidad de garantía a través de la cual, el préstamo se concede tras depositar en la entidad bancaria una cantidad de igual magnitud que el préstamo más los intereses aplicados. Mientras el préstamo permanezca vigente, los saldos depositados estarán pignorados, esto es no podrán ser utilizados y durante el tiempo que dure la pignoración de saldos, estos estarán remunerados a través de un depósito bancario.

Avalistas. - En esta ocasión la garantía no es financiera ni inmobiliaria. Se trata de la implicación de terceras personas que responderán de igual que el titular forma frente a la deuda contraída.

2.2.4.6 Clases de crédito

Los créditos en el Perú se clasifican en diferentes clases, al respecto Aching (s.f.), manifiesta que son los siguientes:

2.2.4.6.1 Según el origen:

- **Créditos comerciales.** - Son los créditos que brindan los fabricantes a otras empresas con la finalidad de financiar su producción y distribución de los

bienes, los cuales también se pueden financiar estas inversiones pagares y bonos de empresas y otros instrumentos, por lo tanto, constituyen un crédito que está siendo recibido por la empresa.

- **Créditos bancarios.** - Son los préstamos que brindan los bancos que pueden ser créditos personales o créditos al consumo, lo cual permite a las personas adquirir bienes y pagarlos en plazos.
- **Créditos hipotecarios.** - Son los prestamos brindados por las entidades financieras, el cual solicitan como garantía un predio de la persona que lo solicita.
- **Créditos contra emisión de deuda pública.** - Son adquiridos por el gobierno central, regional y local al emitir una deuda pública.
- **Créditos internacionales.** - ES un préstamo coincido de un gobierno a otro, o una institución internacional a otro, como puede ser del banco mundial.

2.2.4.6.2 Según el destino:

- **De producción:** Son préstamos aplicados a la agricultura, pesca, industria, ganadería, pesca, transporte y comercio y las distintas actividades económicas.
- **De consumo:** Es el préstamo a una persona para facilitar la adquisición de bienes personales.
- **Hipotecarios:** Son préstamos para compra de bienes inmuebles.

2.2.4.6.3 Según el plazo:

- **A corto y mediano plazo:** Son préstamos brindados por las entidades financieras a proveedores de materia prima para la producción y consumo.
- **A largo plazo:** Son préstamos por personas o empresas para adquirir viviendas familiares e inmuebles, equipamientos, maquinarias, etc.

2.2.4.6.4 Según la garantía:

- **Personal:** Son los créditos adquiridos por personas a solo firma o por el historial crediticio.
- **Real (hipotecas):** Son préstamos por personas que dejan como garantía sus prendas de valor como son joyas de oro.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la Investigación

El tipo de investigación fue descriptiva porque buscó especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren (García, 2011). . En el caso de esta investigación se estuvo buscando encontrar las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018.

El nivel de la investigación fue de tipo cuantitativo porque analizó la realidad social descomponiéndola en variables. Es particular, asume que la realidad social es relativamente constante y adaptable a través del tiempo; y una postura objetiva, separando su postura con respecto a los participantes en la investigación y la situación. (Mendoza, 2012).

El diseño fue no experimental, se realizó sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes (Hernández, 2010). También fue de corte transversal porque recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizaron su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández, 2010).

M O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Microempresas y Clientes encuestadas.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Financiamiento.

3.2 Población y Muestra

Las empresas en investigación están constituidas por los propietarios y clientes en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018.

3.2.1 Población

La población motivo de esta investigación estuvo conformada por los propietarios y clientes de las empresas comerciales agroquímicos, las mismas que se encontraron ubicados en la Distrito de Tambogrande, habiendo sido seleccionadas por la naturaleza de su actividad. Así para las variables de gestión de calidad son los clientes de las empresas comerciales de agroquímicos del distrito de Tambogrande, se consideró población infinita ya que se desconoce el número exactos de los clientes en cuestión y para la variable financiamiento estuvieron constituidos por los propietarios de las mypes en estudio, los cuales son 3 y se consideró como población finita.

3.2.2 Muestra

La muestra de las unidades de estudio, estuvieron conformada por 68 clientes para la variable gestión de calidad y 03 propietarios para la variable financiamiento, además Sampieri (2010) plasma que cuando la población en estudio es menor a cincuenta, la muestra es igual a la población.

Bustamante (2011) precisa la tabla de valores estadísticos de confianza, considerando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

Dónde:

p = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q= probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e= Que equivale al 10% del margen de error (0.1)

z= Que equivale al 90% al grado de confianza (1.645)

n= Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 x 0.50 x 0.50}{0.10^2}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ personas.}$$

M1: 68 clientes

M2: 3 empresarios

– **Inclusión:**

Para la variable Gestión de Calidad se consideró a los clientes mayores de 18 años.

Para la variable Financiamiento, se consideró a los propietarios de las MYPE con más de tres años de antigüedad, en el rubro de MYPE comerciales agroquímicos y con más de 1 trabajadores, además que cuenten con un puesto fijo en la zona de estudios que corresponde en el distrito de Tambogrande.

– **Exclusión:**

Para la variable Gestión de Calidad se excluye a los clientes menores de 18 años.

No se consideran a las MYPE que no cuenta con RUC y a los puestos informales y/o ambulatorios con menos de 2 años, ya que no se podrá obtener resultados exactos y reales.

Cuadro N° 1. Mypes en investigación

N°	MYPE	DIRECCIÓN	RUC
1	SOLUCIONES GENERALES GARABATO S.R.L.	JR. TUMBES NRO. 1376 A.H. BUENOS AIRES PIURA - PIURA - TAMBO GRANDE.	20529955317
2	L Y B SERVIC Y NEGOCIOS GRLES E.I.R.L.	JR. TUMBES NRO. 872 / PIURA - PIURA - TAMBO GRANDE	20277131570
3	AGRO EXPORT Y SERVIS DON PEPE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	CAR.KM NRO. 1076 KM. 1076 TAMBOGRANDE -LAS LOMAS (CRUCE TAMBOGRANDE LAS LOMAS POR EL ARCO) PIURA - PIURA - TAMBO GRANDE	20526415605

3.3 Definición y operacionalización de las variables

Cuadro N° 2. Matriz de operacionalización de la variable Gestión de calidad

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Instrumento
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	El sistema de la gestión de calidad son las distintas funciones que se despliega de la función general de la alta dirección, que están destinadas a implementar la política de la calidad, las responsabilidades y los objetivos (Uribe, 2011).	La dimensión de principios se medirá con su indicador es: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso del personal, enfoque a procesos, mejora continua, toma de decisiones, gestión de relaciones y mejoramiento continuo.	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente	¿Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos?	C
				Liderazgo	¿Conoce si el líder de la empresa es el que establece los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales?	U
				Compromiso del personal	¿Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos?	S
				Enfoque a Procesos	¿La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos?	T
				Mejora continua	¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua?	I
				Toma de decisiones	¿Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos?	O
				Gestión de Relaciones	¿Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad?	N
				Mejoramiento continuo	¿La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos?	A

				Potenciar la imagen	¿Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicos?	
				Calidad de productos	¿Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad?	
				Sistema	¿Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales?	
			Beneficios de la gestión de calidad	Satisfacción del cliente	¿Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades?	
				Motivación del personal	¿Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados?	
				Intercambio de conocimientos	¿Se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente?	
				Simplificar la comunicación	¿Considera que las empresas agroquímicas mejoran internamente al tener comunicación fluida con todo el personal?	
		La dimensión de beneficios se medirá con su indicador es: potenciar la imagen, productos, sistema, satisfacción, personal, conocimientos y comunicación.				

Cuadro N° 3. Matriz de operacionalización de la variable Financiamiento

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento	
F I N A N C I A M I E N T O	Según Domínguez (2010) es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Según su origen, las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa; también conocidas como fuentes y formas	La dimensión de las estrategias se medirá con su indicador es: administrador financiero, competitivo, evaluaciones, importancia.	Estrategias de financiamiento	Administrador Financiero	¿Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado?		
				Competitivo	¿Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes?		
				Evaluaciones	¿Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento?		
				Análisis de Estados Financieros	¿Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa?		
		Financiación Interna	La dimensión de los tipos se medirá con su indicador es: reservas, financiación interno y externo, cuentas por pagar, cobros anticipados.	Tipos de financiamiento	Financiación Interna		¿Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo?
							¿Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse?
							¿La empresa cuenta con provisiones para afrontar las posibles pérdidas?
					Financiación Externa		¿Cuándo solicito préstamo externo, a qué tipo de organización acudió?
							¿Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato?

	de financiamiento propias y ajenas.				¿Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes?	
--	--	--	--	--	--	--

3.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, porque permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como la relación de variables, con el instrumento del cuestionario que contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; además permitió aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; y reduce la realidad a cierto número de datos esenciales que precisa el objeto de estudio con preguntas diseñados con preguntas precisas para solicitar las opiniones de los encuestados y así obtener respuestas confiables. La información de las encuestas se tabuló, se analizó e interpretó. La encuesta constituye así la base del sistema de información estadística, permitiendo obtener datos completos y confiables. Además, en este estudio se analizó la confiabilidad del cuestionario a través del programa del SPSS, luego se procesó la información con el programa elaborando cuadros y gráficos, utilizando procesadores de texto y de datos como Word y hoja de Cálculo Excel.

3.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación con el fin de obtener los resultados determinantes de los datos recabados, se hizo uso del análisis descriptivo donde consiste en asignar un atributo a cada una de las variables; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, mediante el cual se obtuvo las tablas simplificando el contenido de los datos, con el cual se realizó el análisis y la interpretación dando como resultado información necesaria para el estudio y para verificar la veracidad y confiabilidad de la investigación se tomó comparaciones de otras tesis o trabajos de investigación que hayan sido revisados y aprobados por expertos y por otro lado, para verificar la veracidad y confiabilidad de la encuesta se validó por un profesional experto y además se realizó un ensayo como una prueba piloto que permitió afinar las preguntas de la encuesta, así como complementar cualquier otra observación.

3.6 Matriz de Consistencia

Cuadro N° 4. Matriz de consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Metodología
Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018?	Describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	<p>a) Describir los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018</p> <p>b) Identificar los beneficios que brinda la gestión de calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018</p> <p>c) Identificar las estrategias de financiamiento que utilizan las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018</p> <p>d) Describir los tipos de financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p> <p>Y</p> <p>FINANCIAMIENTO</p>	Tipo de investigación: Descriptiva
					Nivel de investigación: Cuantitativa
					Diseño: No experimental, corte transversal
					Unidades Económicas de la investigación: 03 MYPES
					Población: Infinita para la variable gestión de calidad y, finita para la variable financiamiento.
					Muestra: 68 clientes para la variable gestión de calidad y 03 propietarios para la variable financiamiento
Técnica: Encuesta					
Instrumento: Cuestionario					

3.7 Principios éticos

Según el Código de Ética para la Investigación (versión 001) (2016), indica que los principios éticos que se tendrá en cuenta en la presente investigación fueron:

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 1.

Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicas.

	Cantidad	Porcentaje
Si	38	56%
No	20	29%
No Opina	10	15%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

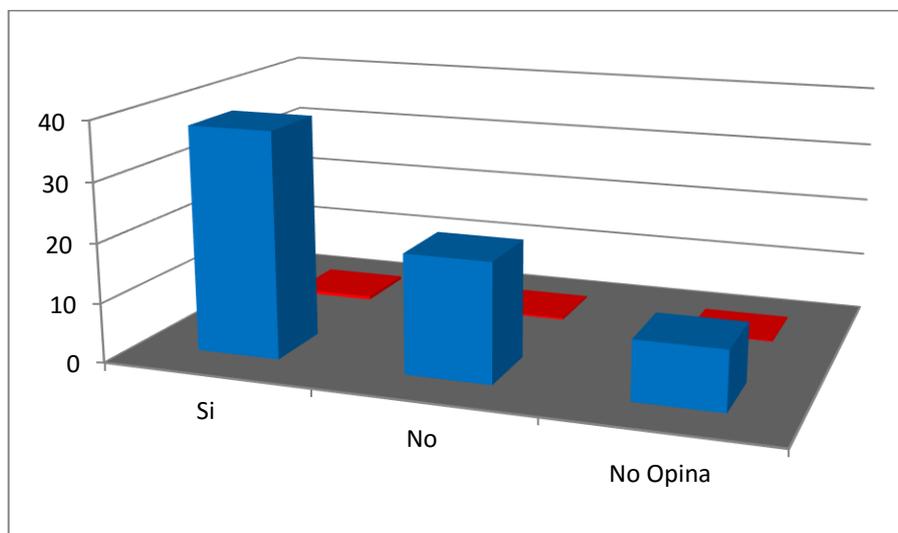


Figura 1. Gráfico de barras sobre si está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicas

Interpretación:

En la tabla 1 se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicas, mientras que el 29% considera que no está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicas y el 15% no opina.

Tabla 2.

Conoce si el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales.

	Cantidad	Porcentaje
Si	52	76%
No	11	16%
No Opina	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

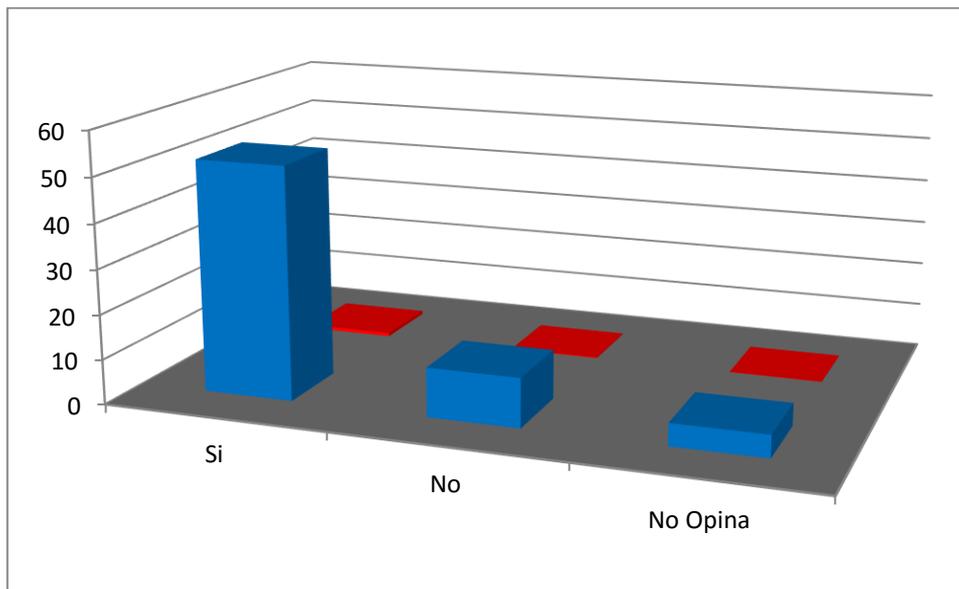


Figura 2. Gráfico de barras sobre si el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales

Interpretación:

En la tabla 2 se puede observar que el 76% de clientes encuestados considera que el líder de la empresa sí ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales, mientras que el 16% manifiesta que el líder de la empresa no ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales y el 8% no opina.

Tabla 3.

Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos.

	Cantidad	Porcentaje
Si	48	71%
No	17	25%
No Opina	3	4%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

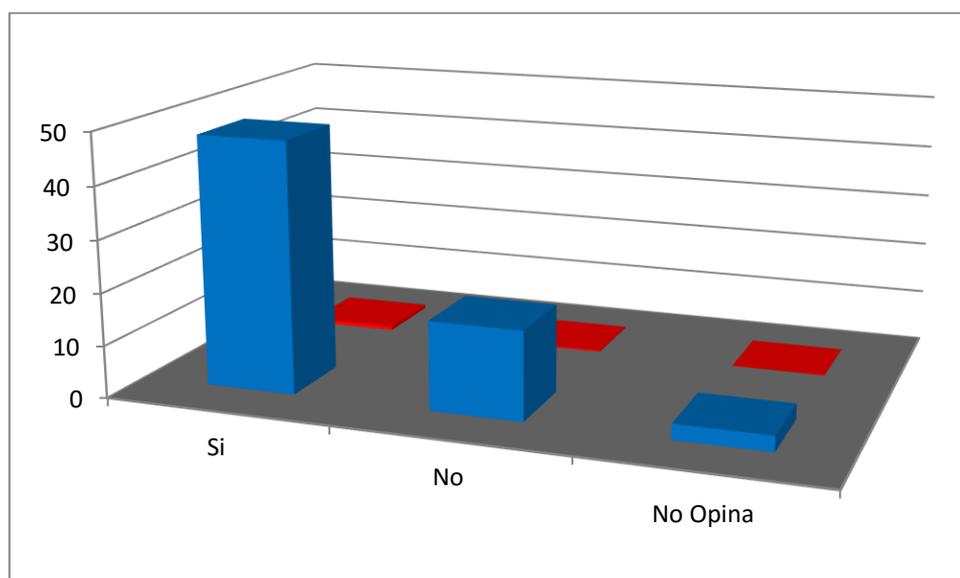


Figura 3. Gráfico de barras sobre el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos

Interpretación:

En la tabla 3 se puede observar que el 71% de clientes encuestados considera que el personal sí está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos, mientras que el 25% considera que el personal no está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos, y el 4% no opina.

Tabla 4.

La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	3%
No	61	90%
No Opina	5	7%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

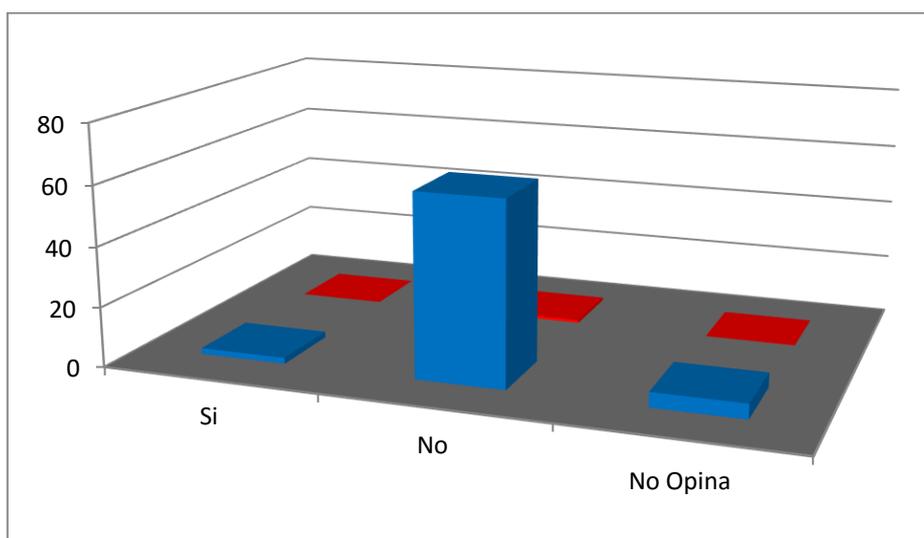


Figura 4. Gráfico de barras sobre la empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que producen los productos químicos.

Interpretación:

En la tabla 4 se puede observar que el 90% de clientes encuestados considera que la empresa donde adquiere sus productos no realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos, el 7% menciona que no opina y el 3% restante considera que la empresa donde adquiere sus productos sí realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos.

Tabla 5.

Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua.

	Cantidad	Porcentaje
Si	38	56%
No	21	31%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

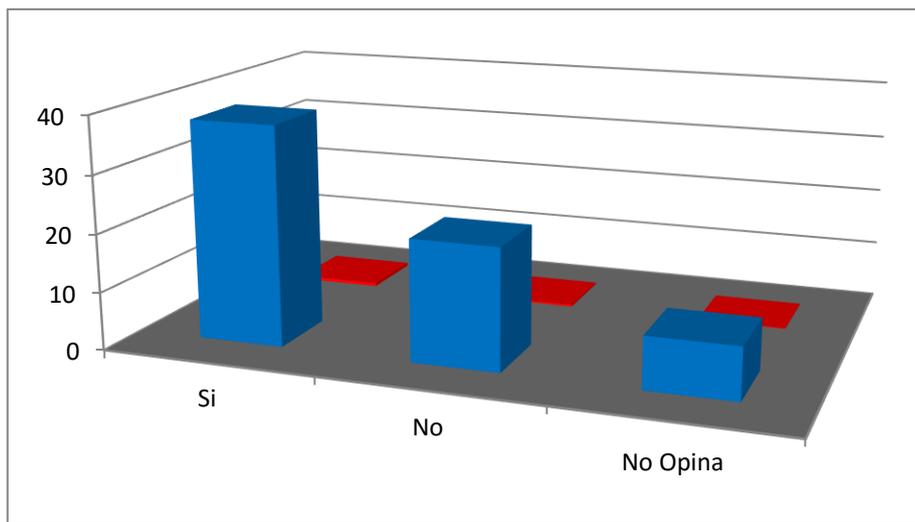


Figura 5. Gráfico de barras sobre si conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua.

Interpretación:

En la tabla 5 se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que la empresa agroindustrial sí cuenta con un sistema de mejora continua, mientras que el 31% considera que la empresa no cuenta con un sistema de mejora continua y el 13% no opina.

Tabla 6.

Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos

	Cantidad	Porcentaje
Si	38	56%
No	21	31%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

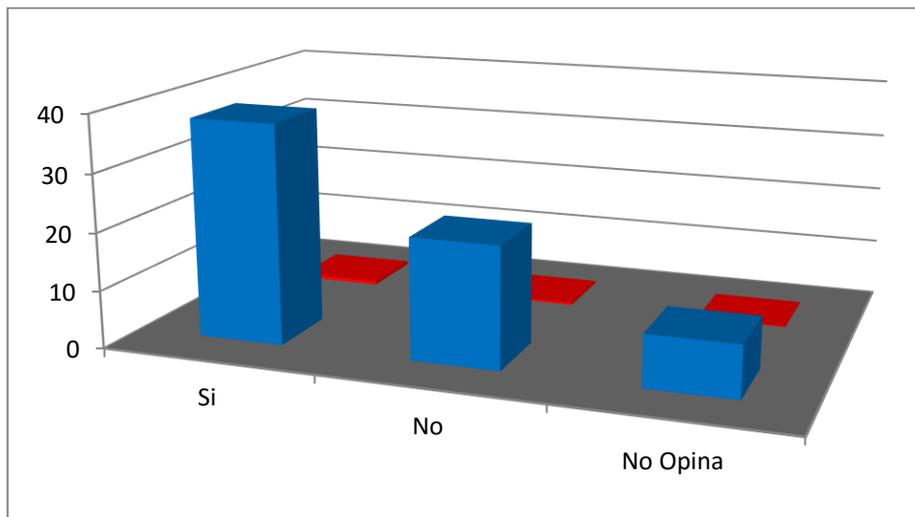


Figura 6. Gráfico de barras sobre si usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos

Interpretación:

En la tabla 6 se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos, mientras que el 31% considera que no fue oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos y el 13% no opina.

Tabla 7.

Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad.

	Cantidad	Porcentaje
Si	51	75%
No	8	12%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

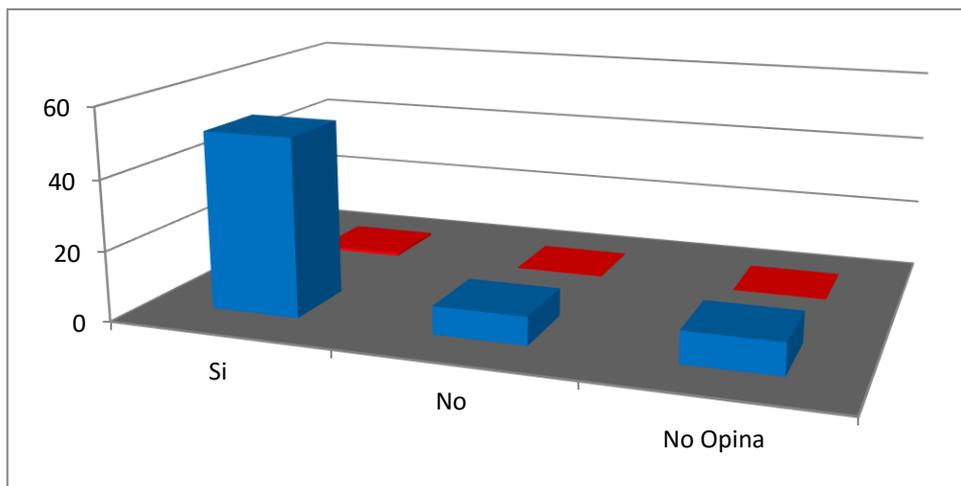


Figura 7. Gráfico de barras sobre si considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad.

Interpretación:

En la tabla 7 se puede observar que el 75% de clientes encuestados considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad, mientras que el 13% no opina y el 12% restante considera que el producto adquirido no cumple con el control de calidad.

Tabla 8.

La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos.

	Cantidad	Porcentaje
Si	38	56%
No	21	31%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

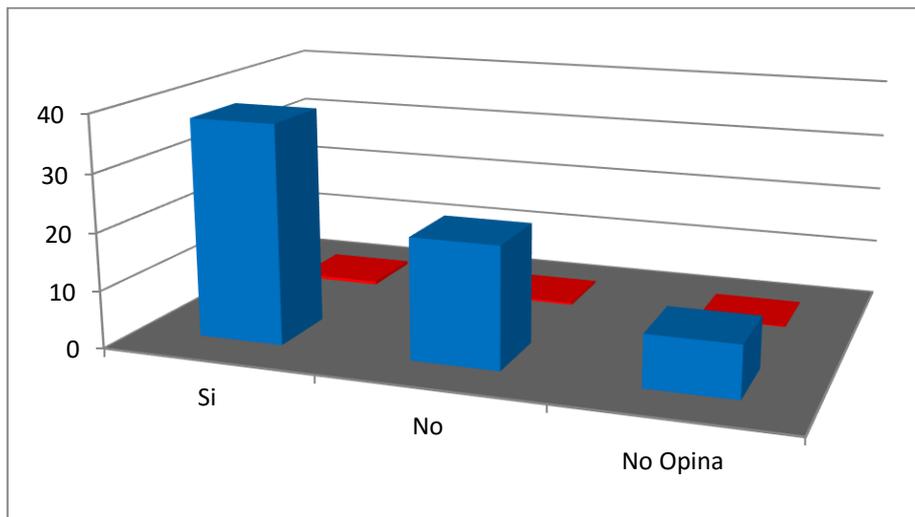


Figura 8. Gráfico de barras sobre si la empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos.

Interpretación:

En la tabla 8 se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que la empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos, mientras que el 31% considera que la empresa donde adquiere sus productos agroquímicos no mejora o sustituye sus productos y el 13% no opina.

Tabla 9.

Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicas

	Cantidad	Porcentaje
Si	6	9%
No	61	90%
No Opina	1	1%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

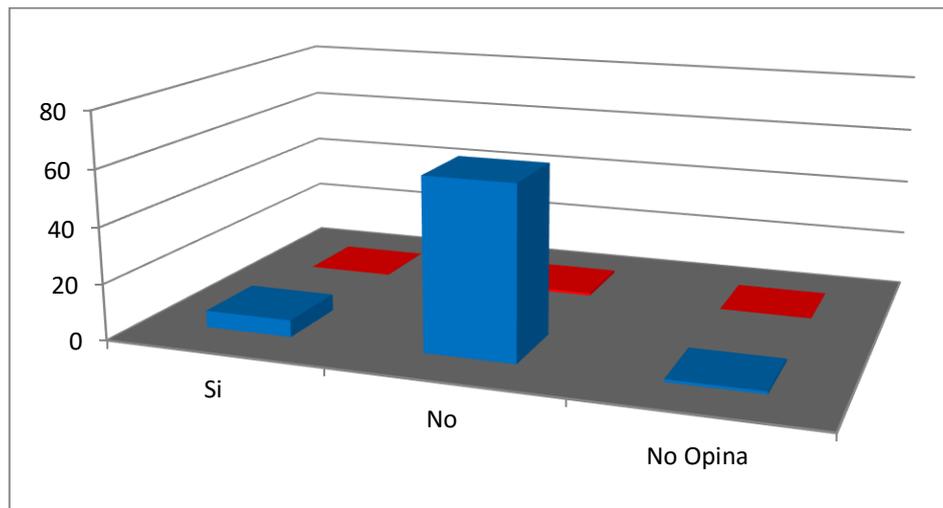


Figura 9. Gráfico de barras sobre si considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicas.

Interpretación:

En la tabla 9 se puede observar que el 90% de clientes encuestados considera que tener un certificado de gestión de calidad no ayuda a potenciar la imagen de la empresa, mientras que el 9% de clientes considera que tener un certificado de gestión de calidad sí ayuda a potenciar la imagen de la empresa y el 1% no opina.

Tabla 10.

Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad

	Cantidad	Porcentaje
Si	36	53%
No	29	43%
No Opina	3	4%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

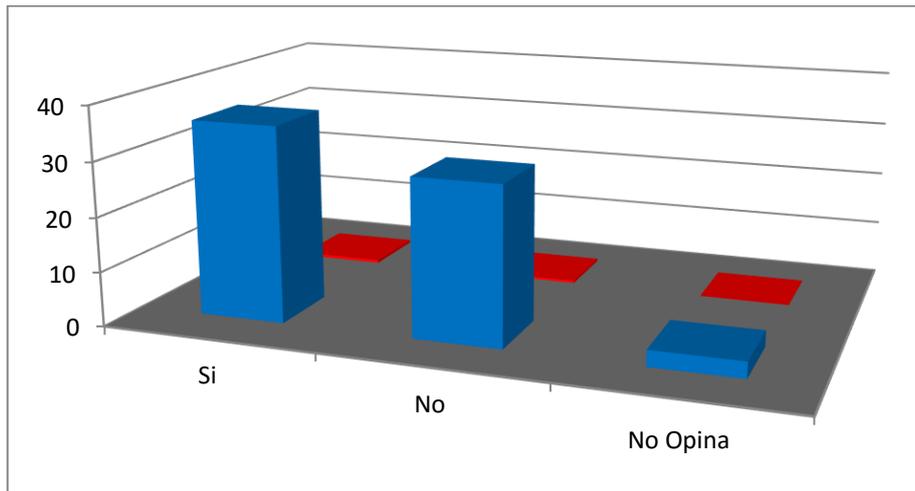


Figura 10. Gráfico de barras sobre si incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad

Interpretación:

En la tabla 10 se puede observar que el 53% de clientes encuestados incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad, mientras que el 43% considera que no incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad y el 4% no opina.

Tabla 11.

Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales

	Cantidad	Porcentaje
Si	53	78%
No	6	9%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

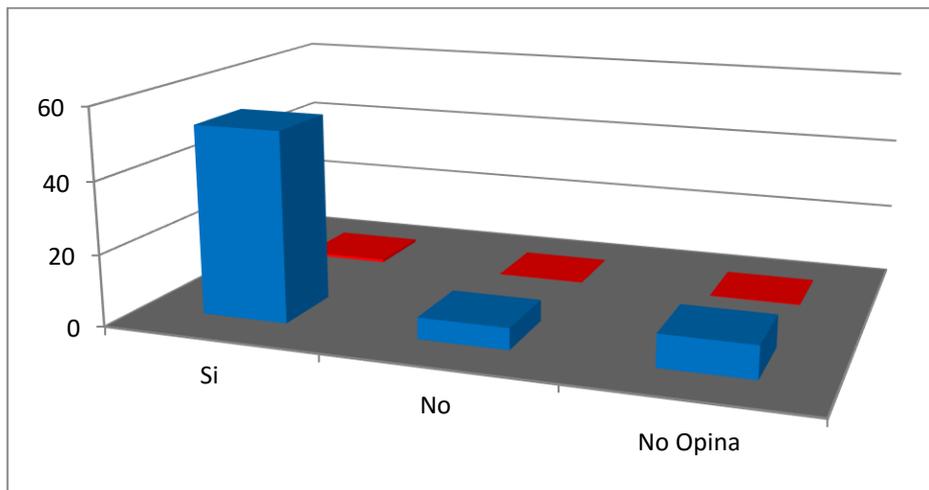


Figura 11. Gráfico de barras sobre si considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales

Interpretación:

En la tabla 11 se puede observar que el 78% de clientes encuestados considera que el sistema de calidad sí a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales, mientras que el 13% no opina y el 9% restante manifiesta que el sistema de calidad no ha mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales.

Tabla 12.
Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades.

	Cantidad	Porcentaje
Si	53	78%
No	6	9%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

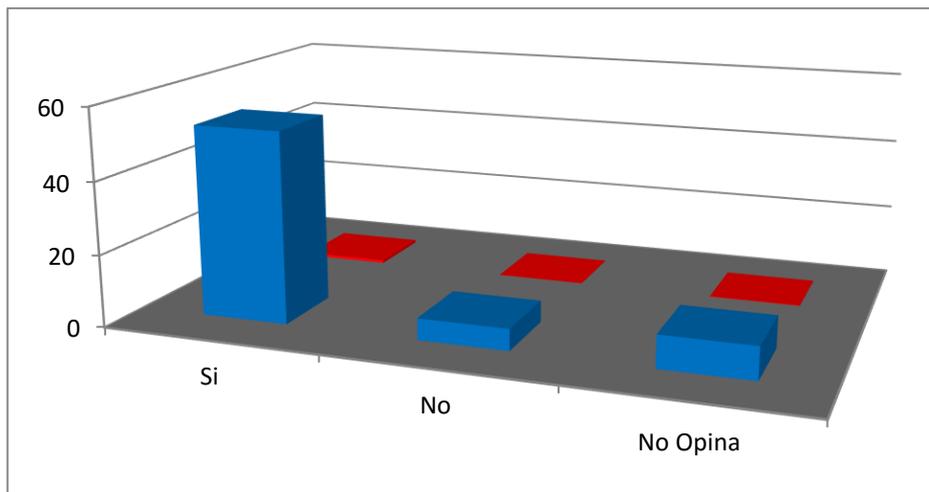


Figura 12. Gráfico de barras sobre si los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades.

Interpretación:

En la tabla 12 se puede observar que el 78% de clientes encuestados considera que los productos ofrecidos sí satisfacen sus necesidades, mientras que el 13% no opina y el 9% restante manifiesta que los productos ofrecidos no satisfacen sus necesidades.

Tabla 13.

Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados.

	Cantidad	Porcentaje
Si	52	76%
No	11	16%
No Opina	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

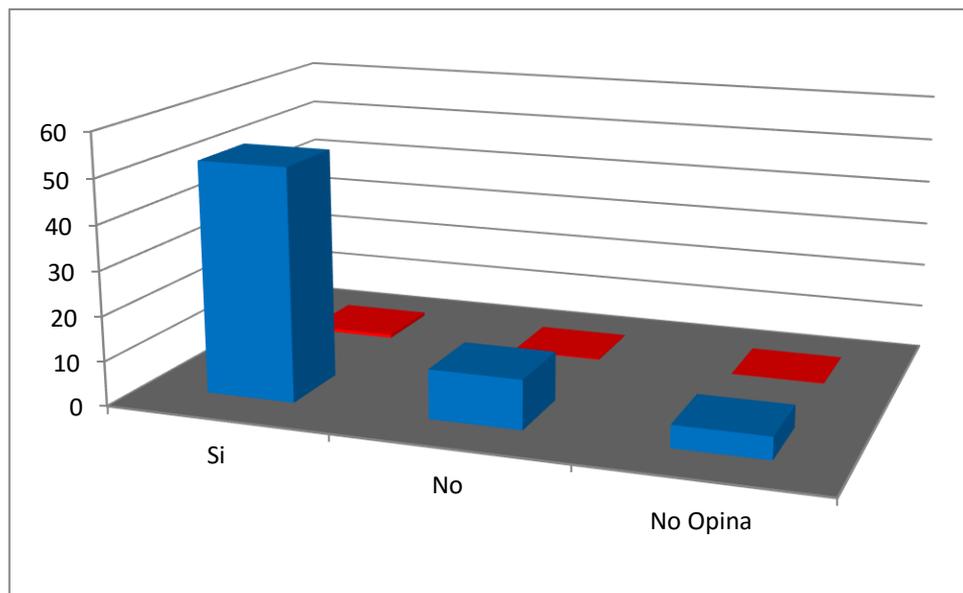


Figura 13. Gráfico de barras sobre si considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados.

Interpretación:

En la tabla 13 se puede observar que el 76% de clientes encuestados considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados, mientras que el 16% manifiesta que los trabajadores de la empresa no demuestran estar motivados y el 8% no opina.

Tabla 14.

Se logran solucionar los problemas que se presentan en las MYPEs de manera eficiente.

	Cantidad	Porcentaje
Si	38	56%
No	21	31%
No Opina	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

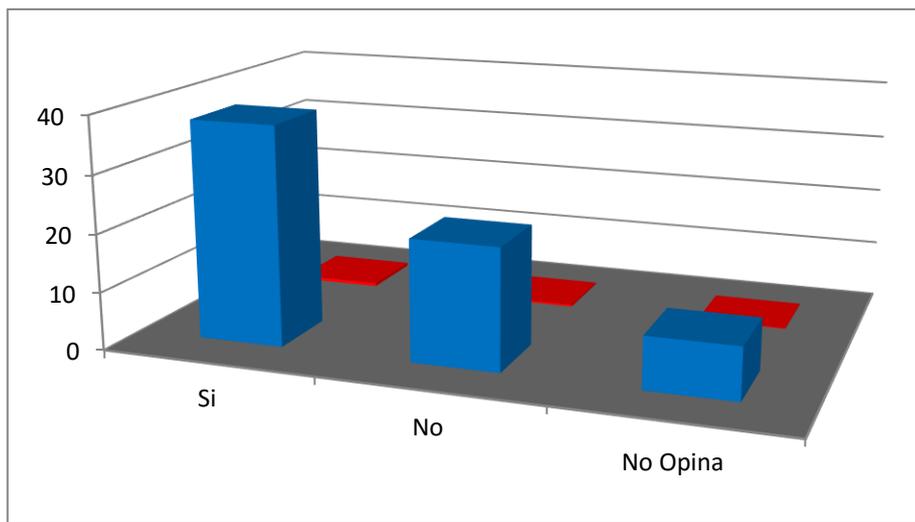


Figura 14. Gráfico de barras sobre si se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente.

Interpretación:

En la tabla 14 se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente, mientras que el 31% considera que no se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente y el 13% no opina.

Tabla 15.

Considera que las empresas agroquímicas mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal.

	Cantidad	Porcentaje
Si	45	66%
No	23	34%
No Opina	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

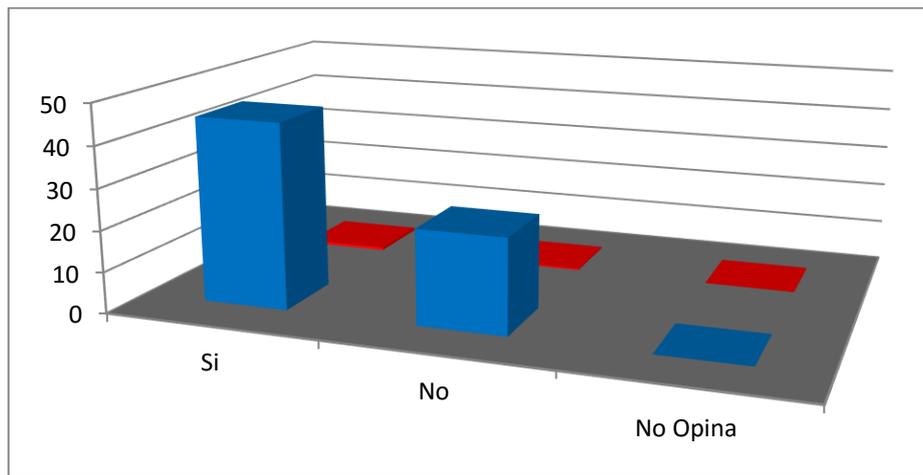


Figura 15. Gráfico de barras sobre si considera que la empresa mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal

Interpretación:

En la tabla 15 se puede observar que el 66% de clientes encuestados considera que la empresa mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal, mientras que el 34% considera que la empresa no mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal.

Tabla 16.

Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado.

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

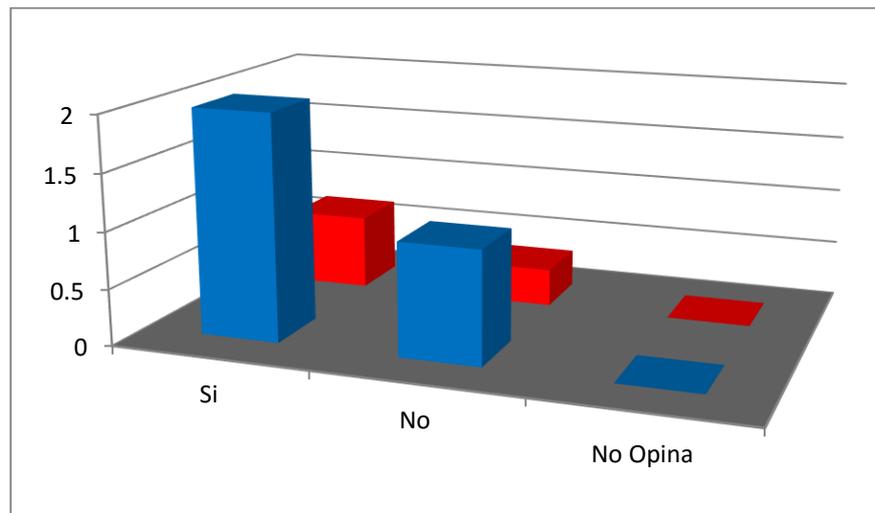


Figura 16. Gráfico de barras sobre si considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado.

Interpretación:

En la tabla 16 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado, mientras que el 33% manifiesta que no tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado.

Tabla 17.

Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

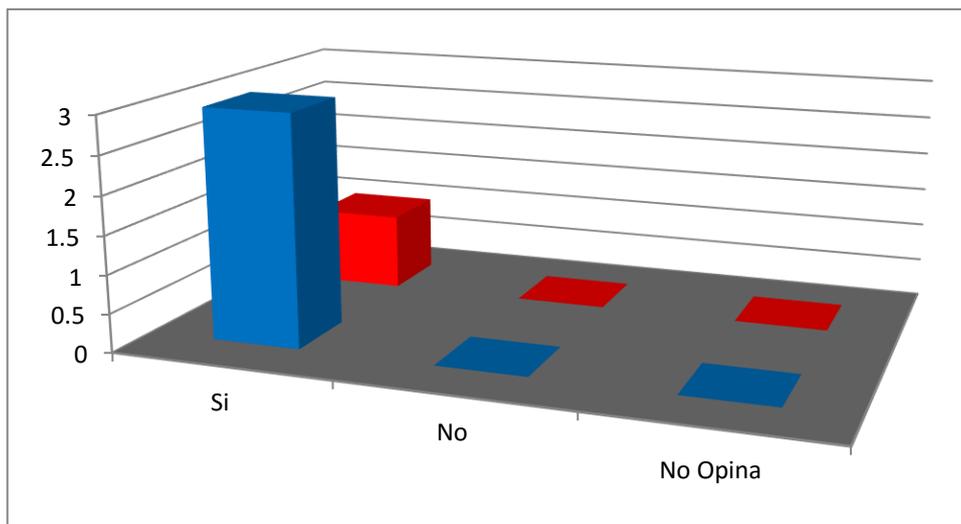


Figura 17. Gráfico de barras sobre si tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes.

Interpretación:

En la tabla 17 se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados consideran que tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes.

Tabla 18.

Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

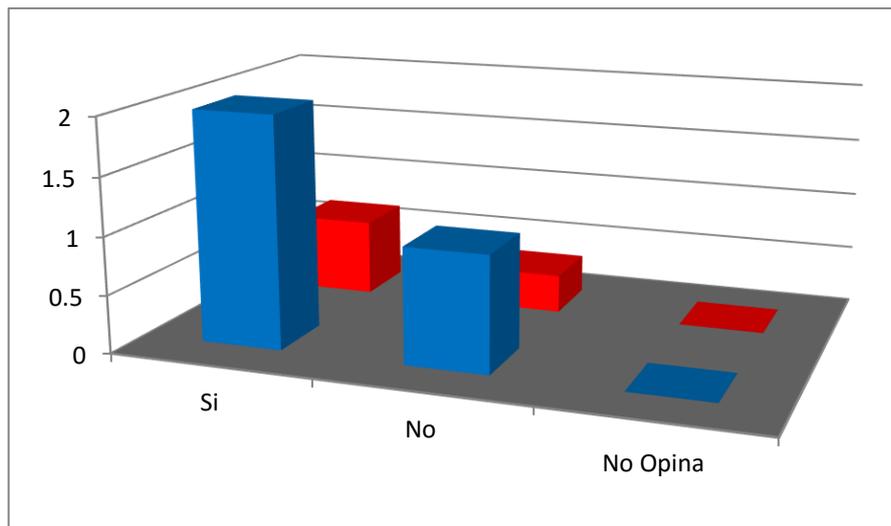


Figura 18. Gráfico de barras sobre si realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento.

Interpretación:

En la tabla 18 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento, mientras que el 33% no realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento.

Tabla 19.

Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa.

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

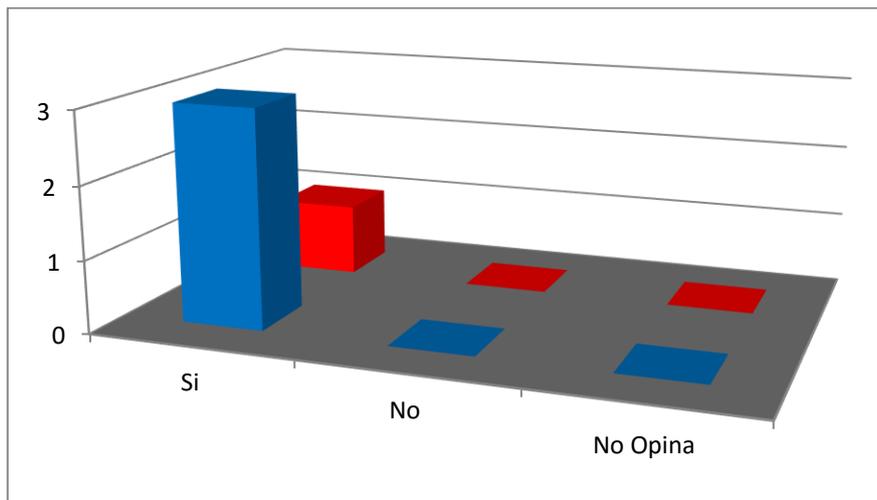


Figura 19. Gráfico de barras sobre si analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa

Interpretación:

En la tabla 19 se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados sí analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa.

Tabla 20.

Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

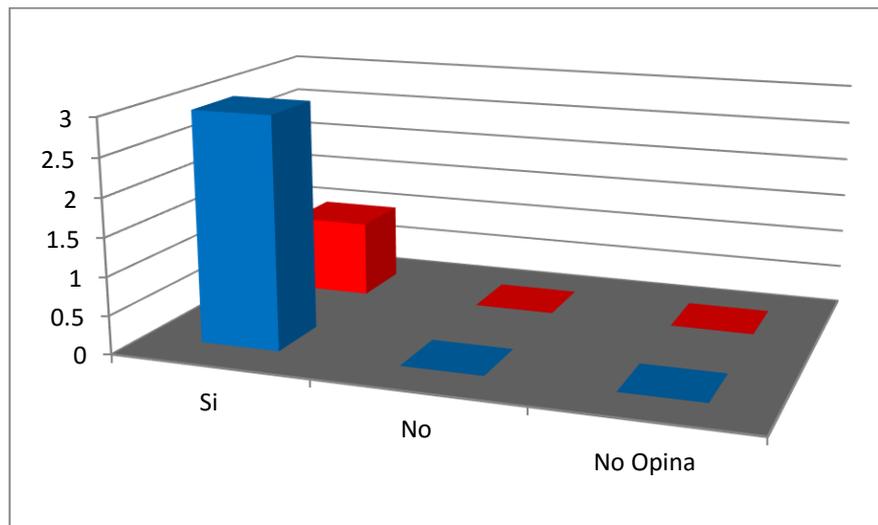


Figura 20. Gráfico de barras sobre si considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo.

Interpretación:

En la tabla 20 se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo.

Tabla 21.

Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse.

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

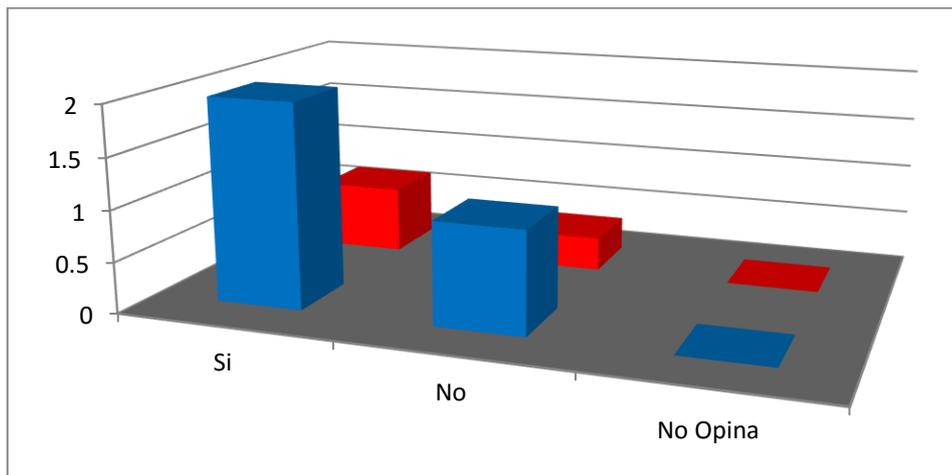


Figura 21. Gráfico de barras sobre si su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse.

Interpretación:

En la tabla 21 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados su empresa sí cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse, mientras que el 33% considera que su empresa no cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse.

Tabla 22.

La empresa cuenta con previsiones para afrontar posibles pérdidas.

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

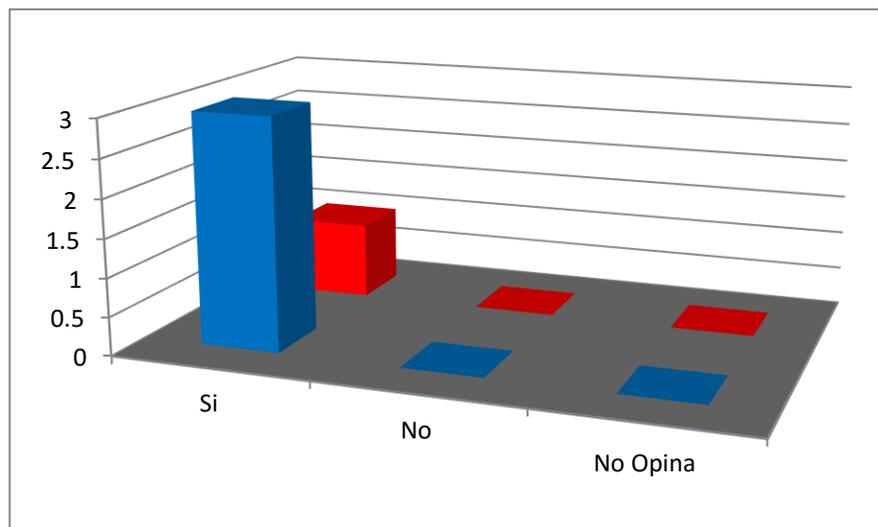


Figura 22. Gráfico de barras sobre si la empresa cuenta con previsiones para afrontar las posibles pérdidas.

Interpretación:

En la tabla 22 se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados considera que la empresa sí cuenta con previsiones para afrontar las posibles pérdidas.

Tabla 23.

Cuando solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudí

	Cantidad	Porcentaje
Proveedores	2	67%
Crédito Bancario	1	33%
Usurero	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

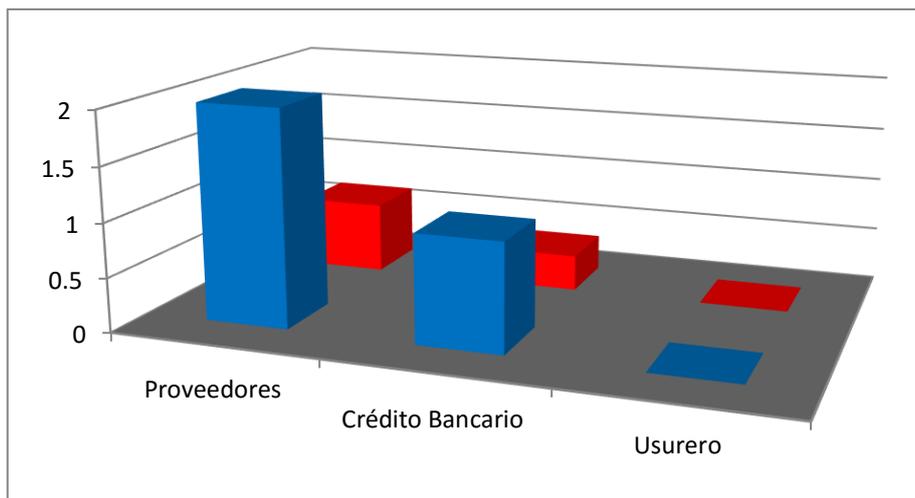


Figura 23. Gráfico de barras sobre si cuándo solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudí.

Interpretación:

En la tabla 23 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados acudió a solicitar un préstamo externo de los proveedores, mientras que el 33% acudió a solicitar préstamo externo de créditos bancarios.

Tabla 24.

Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato

	Cantidad	Porcentaje
Si	1	33%
No	2	67%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

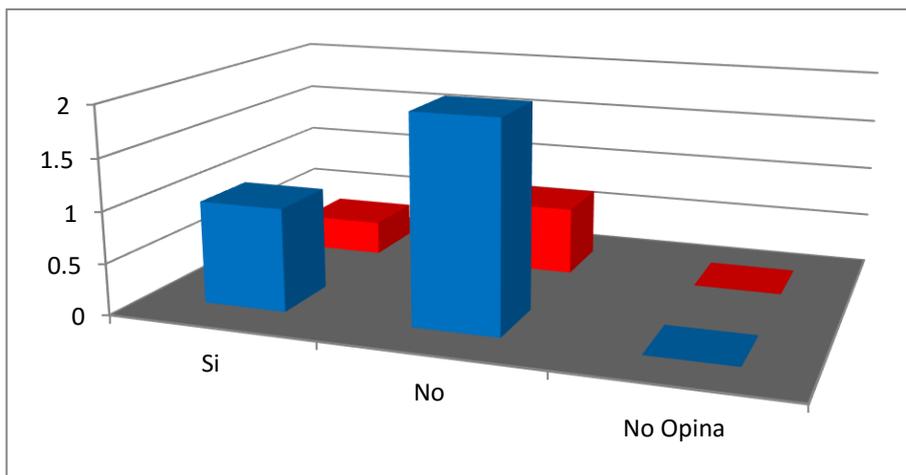


Figura 24. Gráfico de barras sobre si antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato

Interpretación:

En la tabla 24 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que antes de adquirir el crédito a un proveedor no ha verificado las condiciones de contrato, mientras que el 33% de microempresarios considera que antes de adquirir el crédito a un proveedor sí ha verificado las condiciones de contrato.

Tabla 25.

Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
No Opina	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los microempresarios

Elaboración: Propia

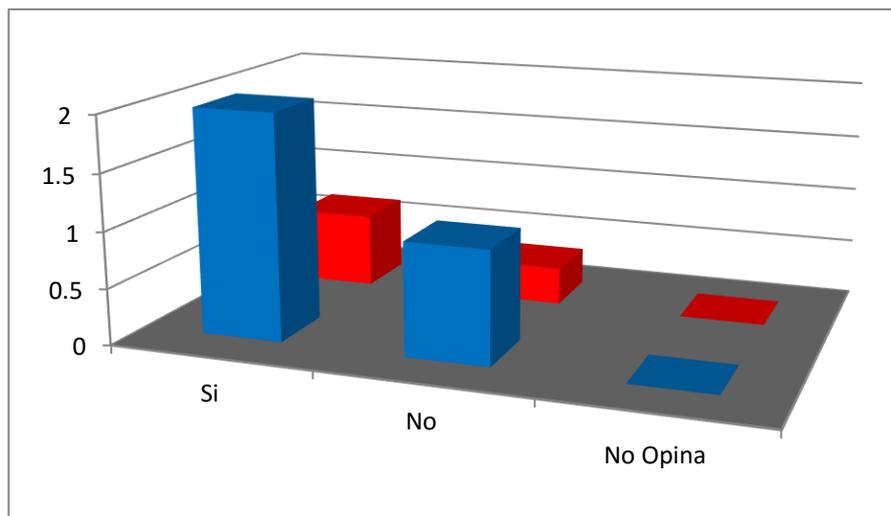


Figura 25. Gráfico de barras sobre si considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes.

Interpretación:

En la tabla 25 se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que sí es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes, mientras que el 33% de microempresarios considera que no es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes.

4.2 Análisis de Resultados

- ✓ En la Tabla 1 Denominada “*Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos*”, se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos. Este resultado se asemeja con el obtenido por Kano (2017) quien concluyó que bajo el enfoque al cliente se cumple con las metas, una de esas metas es satisfacer a los clientes, y a su vez coincide con la teoría de González y Arciniegas (2017) el principio de enfoque al cliente tiene como base fundamental la satisfacción de las necesidades de los clientes. Este punto cumple con el primer objetivo específico.
- ✓ En la tabla 2 Denominada “*Conoce si el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales*”, se puede observar que el 76% de clientes encuestados considera que el líder de la empresa sí ha establecido los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales. Este resultado se asemeja con los obtenidos por Kano (2017) quien concluyó que esto se ha comprobado mediante el análisis estadístico en el cumplimiento de sus metas y en el desarrollo de sus procesos esto relacionado a su planeación en el logro de los objetivos. Por otra parte, González y Arciniegas (2017) mencionan que la función del líder dentro de una empresa consiste en establecer la unidad de propósito, los objetivos generales, la visión y la misión. Este punto cumple con el primer objetivo específico
- ✓ En la tabla 3 Denominada “*Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos*”, se puede observar que el

71% de clientes encuestados considera que el personal sí está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos. Este resultado se asemeja al obtenido por Carreño (2017) quien concluyó que para asegurar la calidad se debe brindar un servicio personalizado. Por otra parte, Balague y Jarmo (2014) mencionan que para que la organización alcance sus objetivos de calidad, es fundamental que todo el personal de esta, tengan la competencia y el compromiso. Este punto cumple con el primer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 4 Denominada “*La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos*”, se puede observar que el 90% de clientes encuestados considera que la empresa donde adquiere sus productos no realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Marulanda & Tijanca (2016) en cuya investigación lograron concluir que existe una poca revisión en el proceso. Por otro lado, se debe mencionar a Balague y Jarmo (2014) quienes mencionan sobre estudios de consecuencias, riesgos, y los impactos sobre los clientes, proveedores y personal. Este punto cumple con el primer objetivo específico.
- ✓ En la tabla 5 Denominada “*Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua*”, se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que la empresa agroindustrial sí cuenta con un sistema de mejora continua, estos resultados discrepan de los obtenidos por Carreño (2017) quien concluyó que las empresas cuentan con un control de la eficacia para la mejora continua. Por otra parte, Balague y Jarmo (2014) mencionan que tener un

decidido enfoque de mejora continua, permite no sólo mantener un nivel de desempeño óptimo, sino que además puede reaccionar en mejores condiciones que la competencia, a los cambios de las condiciones externas e internas, pudiendo aprovechar mejor las oportunidades que se generen. Este punto cumple con el primer objetivo específico.

✓ En la tabla 6 Denominada “*Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos*”, se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos. Este resultado discrepa de los obtenidos por Cueva (2015) quien concluyó que, al no contar con una adecuada herramienta de medición y análisis de la calidad, gran parte de las decisiones que toman los directivos de este tipo de empresas se basan en pura intuición, lo cual lleva a una inadecuada inversión de recursos. Por otra parte, Balague y Jarmo (2014) afirman que aquellas decisiones basadas en un análisis riguroso y en una evaluación metódica de los datos y de la información disponible, tienen una mayor probabilidad de generar los resultados deseados con la menor desviación posible. Este punto cumple con el primer objetivo específico.

✓ En la tabla 7 Denominada “*Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad*”, se puede observar que el 75% de clientes encuestados considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Carreño (2017) quien concluyó que en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes. Por otra parte, Balague y Jarmo (2014) mencionan que el cuidado de una relación mutuamente

beneficiosa aumenta las posibilidades de éxito a medio y largo plazo. Este punto cumple con el primer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 8 Denominada *“La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos”*, se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que la empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos. Estos resultados se asemejan a los obtenidos por Carreño (2017) quien concluyó que en la MYPE orientan a ser competitivos y brindar calidad. Por otra parte, Gonzales y Arciniegas (2017) mencionan que es importante estar revisando sistemas, funciones y procedimientos para encontrar mejores formas de llevarlas a cabo. Este punto cumple con el primer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 9 Denominada *“Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicas”*, se puede observar que el 90% de clientes encuestados considera que tener un certificado de gestión de calidad no ayuda a potenciar la imagen de la empresa. Este resultado discrepa del obtenido por Carreño (2017) quien concluyó que en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes. Por otra parte, Montes (2012) quien habla que tener un certificado ayude a que la imagen de la empresa se mejore y no contar con ello se puede perder calidad de imagen de la empresa. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 10 Denominada *“Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad”*, se puede observar que el 53% de clientes encuestados incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad. Estos resultados se asemejan con los obtenidos por Castillo (2015) quien concluyó que ayudará a que las empresas mejoren la calidad de sus productos y obtengan mayor rentabilidad. Por otra parte, Montes (2012) plantea que los sistemas obligan a verificar y analizar todos los procesos y procedimientos en forma bien detallada con la finalidad de estandarizar y llegar a fabricar un producto o servicio de calidad estable a lo largo del tiempo. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 11 Denominada *“Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales”*, se puede observar que el 78% de clientes encuestados considera que el sistema de calidad sí ha mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Castillo (2015) donde concluyo que la empresa no cuenta con un sistema de calidad total que logren beneficios para la Empresa. Por otro lado, Montes (2012) afirma que al mejorar el sistema de trabajo podremos ser más eficientes y eficaces y con ello, más competitivos. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 12 Denominada *“Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades”*, se puede observar que el 78% de clientes encuestados considera que los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades, estos resultados coinciden con los obtenidos por Kano (2017) quien concluyó que, en cuanto a la gestión en atención al cliente, están muy satisfechos. Por otra parte, González y

Arciniegas (2017) mencionan que es la finalidad más importante de todas las empresas, que los clientes estén satisfechos y así obtener mayores beneficios con la rentabilidad, fidelización de los clientes, y además que recomiende a la empresa. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 13 Denominada “*Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados*”, se puede observar que el 76% de clientes encuestados considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados. Estos resultados se asemejan a los de Orellana (2017) quien concluyó que la asignación estratégica de responsabilidades entre los encargados de las áreas relacionadas con el proceso mejora la comunicación entre ellos y el desarrollo de un clima organizacional más ordenado. Por otra parte, Montes (2012) afirma que, si se da la oportunidad al personal de brindar su sugerencia para poder satisfacer a los clientes, se estará satisfaciendo al personal y así la empresa tendrá mejor éxito. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 14 Denominada “*Se logran solucionar los problemas que se presentan en las MYPEs de manera eficiente*”, se puede observar que el 56% de clientes encuestados considera que se logran solucionar los problemas que se presentan en las MYPEs de manera eficiente, estos resultados discrepan de los obtenidos por Castillo (2015) donde concluyo que no cuentan con un sistema de calidad total que logren beneficios para la Empresa. Por otra parte, Montes (2012) afirma que cuando existe una reunión con todo el personal se debe exponer todos los datos que se desarrollan en las diferentes áreas, y todas las incidencias que hayan ocurrido y los fallos deben servir de herramientas para

evitar futuros nuevos fallos. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 15 Denominada “Considera que las empresas agroquímicas mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal”, se puede observar que el 66% de clientes encuestados considera que la empresa mejora internamente al tener comunicación fluida con todo el personal. Estos resultados se asemejan a los obtenidos por Navarro (2015) donde concluyo que los factores que influyen en el servicio esperado de la Gestión de Calidad son: Comunicación boca a boca, Necesidades personales, Experiencias anteriores y Comunicación externa; lo cual significa que el cliente siempre espera recibir más de lo que espera. Por otra parte, Montes (2012) afirma que en la empresa cuando se convoca a reuniones con el personal se debe programar con fecha anticipada y horario establecido, para el personal que va a asistir prepare toda la información y sugerencias con respecto a su área o puesto de trabajo y poder exponer en la reunión. Por tanto, estos resultados coinciden con la investigación. Este punto cumple con el segundo objetivo específico.

- ✓ En la tabla 16 Denominada “*Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado*”, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado. Este resultado se asemeja con los obtenidos por Flores (2017) donde concluyó que el monto del principal es significativo y positivo, al igual que la experiencia en el sistema financiero, y el vencimiento de la deuda. Por otra parte, Núñez (2014) menciona que al

administrador financiero que esté capacitado para poder enfrentar las necesidades de la entidad, debe contar con los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias. Este punto cumple con el tercer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 17 Denominada “*Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes*”, se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados consideran que tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes. Este resultado discrepa del obtenido por Castillo (2015) donde concluyó que las empresas deben mejorar la calidad de sus productos y así obtengan mayor rentabilidad. Por otra parte, Núñez (2014) propone como una estrategia ser competitivos ante los diferentes mercados en los que se desenvuelva; procurando siempre la innovación y la creación de productos atractivos. Este punto cumple con el tercer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 18 Denominada “*Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento*”, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, Núñez (2014) propone como estrategia realizar evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento con tal de poder invertir en la entidad y se logre el crecimiento de éste. Este punto cumple con el tercer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 19 Denominada *“Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa”*, se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados sí analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, coinciden con la teoría de Núñez (2014) quien propone como estrategia de financiamiento: Analizar periódicamente los estados financieros para poder tomar adecuadas decisiones. Este punto cumple con el tercer objetivo específico.

- ✓ En la tabla 20 Denominada *“Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo”*, se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, coincide con la teoría de Domínguez (2010) quien establece que, el financiamiento interno es el dinero que no ha sido repartido entre los accionistas o dueños de la empresa, además son las reservas. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico.

- ✓ En la tabla 21 Denominada *“Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse”*, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados su empresa cuenta con reservas de capital cuando existen dificultades para financiarse. Estos resultados discrepan de los

obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, coincide con la teoría de Domínguez (2010) quien menciona que la reserva de las empresas asegura un capital cuando existe dificultades para financiarse de otras empresas. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico.

- ✓ En la tabla 22 Denominada “*La empresa cuenta con previsiones para afrontar posibles pérdidas*”, se puede observar que el 100% de microempresarios encuestados considera que la empresa cuenta con previsiones para afrontar las posibles pérdidas. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, coincide con la teoría de Domínguez (2010) quien afirma que la reserva de las empresas asegura un capital cuando existe dificultades para financiarse de otras empresas. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico.

- ✓ En la tabla 23 Denominada “*cuando solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudió*”, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados acudió a solicito préstamo externo de los proveedores. Este resultado discrepa del obtenido por Logreira y Bonett (2017) quien concluyo que la financiación de corto plazo, las microempresas utilizan también los préstamos bancarios, créditos comerciales (con proveedores) pero estos no ofrecían ventaja alguna para el microempresario. Por otra parte, Domínguez (2010) menciona que la financiación externa viene de las actividades ordinarias de una determinada

empresa o del uso del financiamiento ajeno con coste explícito. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico

- ✓ En la tabla 24 Denominada “*Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato*”, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que antes de adquirir el crédito a un proveedor no ha verificado las condiciones de contrato. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otro lado, coinciden con la teoría de Domínguez (2010) quien menciona que las condiciones varían de acuerdo al tipo de contrato, las cuales deben ser pagadas entre 30 a 120 días, y la administración de los proveedores tiene los siguientes aspectos: puntualidad, fiabilidad, financiación y calidad. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico.

- ✓ En la tabla 25 Denominada “*Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes*”, se puede observar que el 67% de microempresarios encuestados considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes. Estos resultados discrepan de los obtenidos por Bohórquez & López (2018) quienes concluyeron que no poseen alternativas para obtener un financiamiento ya sea interno o externo. Por otra parte, coincide con la teoría de Domínguez (2010) quien afirma que los cobros anticipados es cuando un cliente paga por adelantado. Este punto cumple con el cuarto objetivo específico.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos es las empresas comerciales no realiza estudios sobre las consecuencias de riesgo e impactos que produce los productos químicos, sin embargo el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión, el producto cumple con el control de calidad, el personal está capacitado para brindar la orientación adecuada, por lo tanto los clientes están satisfecho con los productos y servicios brindados, las MYPEs cuentan con un sistema de mejora continua, además considera oportuna la gestión del stock, las MYPEs constantemente mejoran sus productos.

Los beneficios de la gestión de calidad que se identifican en las empresas comerciales agroquímicos son: el sistema de calidad ha mejorado los productos y servicios, los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades, los empleados demuestran estar motivados y existe una buena atención; la empresa ha mejorado internamente al tener comunicación fluida con todo el personal, se logra solucionar los problemas que se presenten de manera adecuada e incrementa la confianza de los clientes cuando ofrece productos con materia prima de calidad, sin embargo, no consideran que al poseer un certificado de calidad mejore la imagen de la empresa.

Las estrategias de financiamiento que identifican los propietarios de las empresas comerciales agroquímicos son: Ser competitivo al poseer productos innovadores, analizar los estados financieros para tomar las decisiones adecuadas y medir la economía de su empresa, contar con un administrador financiero que posea los

conocimientos necesarios para resolver las contingencias y realizar evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento.

Los tipos de financiamiento que utilizan los propietarios de las empresas comerciales agroquímicos son: el financiamiento interno ya que son las ganancias que obtuvieron durante un periodo, contar con provisiones para afrontar pérdidas, contar con reservas de capital, y el financiamiento externo, cuando solicitan préstamo externo de los proveedores, y consideran que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes, pero no verifican las condiciones de contrato al adquirir el crédito de un proveedor.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda a los microempresarios comerciales de productos agroquímicos buscar nuevas estrategias de financiamiento, además realizar una adecuada estructura de esta con la finalidad de mejorar y obtener mayores beneficios en un futuro.
- Además, se recomienda a las MYPE en este rubro implementar un sistema de gestión de calidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Cuadro N° 5. Propuesta de Mejora

Objetivo	Problema Encontrado	Acción Correctiva	Solución De Mejora	Responsable
Describir los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	Falta de interés por las consecuencias de riesgos y los impactos de los productos agroquímicos	Realizar un estudio y evaluación sobre las consecuencias de riesgo	Realizar un estudio, evaluación sobre las consecuencias de riesgo y los impactos de los productos agroquímicos, para brindar un buen servicio y recomendar sobre los productos a los clientes.	Administrador
Identificar los beneficios que brinda la gestión de calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	No tiene un certificado de gestión de calidad	Implementar un sistema de gestión de calidad	Implementar un sistema de gestión de calidad, para poder adquirir la certificación, y así conseguir una buena imagen de la empresa.	Propietario
Describir los tipos de financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	Falta de interés al adquirir un crédito.	Evaluar las condiciones del contrato con los proveedores	Evaluar las condiciones del contrato con los proveedores al momento de adquirir un crédito de productos químicos.	Administrador

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aching C. (s.f.). *Toma de decisiones empresariales*, Diplomado ESAM.
- Aguilar Bonilla A. (2010). *Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la empresa “filtración industrial especializada s.a. de C.V.” de Xalapa*, Veracruz, Tesis para optar el título de Maestría en Gestión de Calidad, Xalapa, Veracruz.
- Arias, G. (2015). “*Alternativas de financiamiento para las empresas manufactureras del sector metalúrgico en el estado Aragua*”. Tesis para optar el título de magister en Administración de Empresa con Mención en Finanzas. Universidad de Carabobo, Venezuela.
- Arias, M. (2012). *Mal uso de agroquímicos afecta a la salud y el medio ambiente*. Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mal-uso-de-agroquimicos-afecta-a-la-salud-y-el-medio-ambiente>
- Balagué, N. y Jarmo, S. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*, Editorial UOC, 2014. ProQuest Ebook Central. Created from bibliocauladechsp on 2017-10-25 12:42:38. (pág. 23 -29).
- Bohórquez, E. (2011). *Estrategias Financieras Aplicadas en las Industrias del Sector Lácteo en la Región Zuliana*. Tesis de Grado para optar al Título de Magíster en Gerencia de Empresas. Mención: Gerencia Financiera. Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. División de Estudios para Graduados. Maracaibo, Venezuela.

- Bohórquez, N. & López, A. (2018). *“Fuentes de financiamiento para pymes y su incidencia en la toma de decisiones financieras”*. Tesis para optar el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, Ecuador.
- Borrero, M. (2014). *Plan de Comercialización de una Línea de Productos Agroquímicos*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Block, Stanley y Hirt, Geoffrey (2011). *Fundamentos de Gerencia Financiera*. Novena Edición. Bogotá, Colombia. Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A. Título Original: Foundations of Financial Management.
- Brealey, Richard y Myers, Stewart (2013). *Principios de Finanzas Corporativas*. Título Original: Principles of Corporate Finance. Traducido por: Carmen Ansotegui Olcoz, Manuel A Epitia Ester y Julio Jiménez Martínez. Cuarta Edición. Santa Fé de Bogotá, Colombia. McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Bruno, G. (2018). *“Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017”*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tumbes.
- Castillo, G. (2015). *“Propuesta de un sistema de calidad total para una empresa dedicada a la comercialización de productos agroindustriales”*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional de Piura, Piura.
- Calvo, M. (2018). *5 claves del éxito en la estrategia financiera de las grandes empresas*. Blog Captio.

- Carreño, W. (2017). “*Caracterización de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017*”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana.
- Código de Ética para la Investigación (versión 001) (2016). *Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH católica, de fecha 25 de enero de 2016*. ULADECH
- Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2011), *Políticas de acceso al financiamiento para pequeñas y medianas empresas en América Latina*. Agosto 2011.
- Cóndor, A. (2017). *Ventas de agroquímicos en mercado peruano sumarían US\$ 220 millones en el 2017*. Diario Gestión (jueves, 31 de agosto del 2017).
- Copeland, T.; Weston, F. y Shastri, K. (2012): *Financial Theory and Corporate Policy*, Ed. Pearson, 6° Edición.
- Cueva, V. (2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*. Tesis de pregrado no publicado en Ingeniería Industrial y de Sistemas. Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Programa Académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas. Piura, Perú.
- Cruz, R. (2016). “*Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPE de servicio rubro instituciones educativas particulares de la urbanización Santa*

- Isabel - Piura 2014*". Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.
- Cruz, A. (2014). Nueve empresas cobran hasta 750% más por agroquímicos. Periódico La República (27 Mar 2014 | 16:14 h).
- Chávez, M. (2018). "*Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017*". Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz.
- Domínguez Gómez, E. (2010). *Propuesta de una alternativa de Financiamiento para el Hotel Playa de Oro Varadero*. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Economía. Universidad de Matanzas,
- Fernández M. (2010). *Diseño de tipo no experimental transversal*. 5ª edición.
- Fernández, L. (2015). "*Propuesta de fideicomiso como medio de financiamiento para la empresa agrícola San José provincia de Sullana, 2014*". Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Piura, Sullana.
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008*. Editorial B – Eumed.
- Flores, F. (2017). "*Análisis de los determinantes de acceso al financiamiento de los productores de banano orgánico caso Repeban, Sullana - Piura, 2016*". Tesis para optar el título profesional de licenciado en Economía. Universidad de Piura, Sullana.

- Gallegos Pfuño, R. (2018). *Gestión bajo el enfoque de marketing en las Mypes del sector comercial, venta de Agroquímicos, distrito de Calleria, año 2018*". Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote, Sullana.
- García A. (2011). *El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México*. Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales, Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20FINANCIAMIENTO%20Y%20LAS%20VARIABLES%20QUE%20LO%20AFECTAN.htm>
- García A (2011). *Metodología de la Investigación*, Capítulo 5. Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacionar o explicativa.
- García D. (2014). *Solo 3.6% de MYPES formales están en capacidad de exportar sus productos*. Diario Gestión.
- García Navarro, E. (2016). *Efectos del financiamiento en las medianas y pequeñas empresas agroindustriales del distrito Locumba, provincia Jorge Basadre – Tacna 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote, Arequipa.
- Gitman, Lawrence (2010). *Principios de Administración Financiera*. México. Pearson Educación.
- González, O. y Arciniegas, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*, Ecoe Ediciones, 2016. ProQuest Ebook Central.

- Gonzales, C. (2011). *“PYMES mexicanas, incubadoras del desarrollo y crecimiento económico del México”*. Tesis que para obtener el título de Licenciado en Comercio y Negocios internacionales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
- Herrera B. (2011). *Análisis estructural de las MYPES y PYMES*. UNMSM, Lima, Perú.
- Huamán J. (2013). *Las MYPES en el Perú*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Hernández, L. (2011). *“Las Fuentes de Financiamiento a Corto Plazo y su Administración en la Pequeña y Mediana Industria (PYMI) en la Región Zuliana (Sector Confección, 1998-1999)*. Artículo publicado en la Revista Ciencias Sociales (RCS). Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Instituto de Investigaciones. Enero-abril. Volumen VII, No. 1.
- Horejs, I. (2014). *Estabilidad económica atrae a las empresas europeas en el Perú*. Recuperado en: <http://elcomercio.pe/economia/peru/estabilidad-economica-atrae-empresas-europeas-peru-166436>
- Jiménez, D. (2011). *Los sistemas de gestión de calidad ISO 9001*. Recuperado el 18 de julio de 2017 en: <http://www.pymesycalidad20.com/los-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-iso-9001-pymes.html>
- Kano, M. (2017). *“Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016”*. Tesis para optar el título

de Licenciado en Administración. Universidad Los Ángeles de Chimbote, Chimbote.

Logreira, C. y Bonett, M. (2017). *“Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla - Colombia”*. Tesis para optar el título de Magister en Administración. Universidad De La Costa, Colombia.

López, P. (2015). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2015*. Editorial FC Editorial.

Marulanda, J & Tijanca, C. (2016). *“Desarrollo de un sistema de gestión de calidad en la empresa Express & Clean lavandería S.A.S.”*. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial. Universidad Libre de Colombia, Colombia.

Mauro, D. (2014). *Los costos de la política: del centenario al primer peronismo*, Ediciones Imago Mundi, 2014. ProQuest Ebook Central.

Mendoza, R. (2012). *Investigación cualitativa y cuantitativa - Diferencias y limitaciones*.

Montes, M. (2012). *Beneficios de un sistema de gestión de calidad*. Recuperado el 27 de octubre de 2017 en: <https://gestionintegra.com/7-beneficios-de-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

Navarro, G. (2015). *“Competitividad y gestión de calidad en las MYPE, de confecciones trajes de fiesta, mercado modelo - Piura 2015”*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.

Núñez Games J. (2014). *Estrategia financiera para la pequeña y mediana empresa Pyme*. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/estrategia-financiera-para-la-pequena-y-mediana-empresa-pyme/>

OIT: *MYPES son las mayores generadoras de empleo en la región* (08 de septiembre del 2015), El Comercio. Recuperado de: http://elcomercio.pe/economia/mundo/oit-mypes-son-mayores-generadoras-empleo-region-noticia-1839318?ref=flujo_tags_513994&ft=nota_12&e=titulo

Ortiz, R. (2016). “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio – rubro hamburgueserías en el distrito de Sullana, año 2014*”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana.

Orellana, A. (2017). “*Sistema de gestión de conocimiento aplicado al proceso de importación en la empresa industria gráfica envasadora Ecuatoriana S.A.*”. Tesis para optar el título de Ingeniería Comercial. Universidad LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE Guayaquil, Ecuador.

Pérez, J. y Gardey A. (Publicado: 2008). Actualizado: 2012. *Definición de comercial*. Disponible en: (<http://definicion.de/comercial/>)

Pérez, J. & Gardey, A. (2016). *Definición de financiación* (<https://definicion.de/financiacion/>). Definición de financiación (<https://definicion.de/financiacion/>).

Pérez J. y Merino, M. (2017). *Definición de agroquímicos*. Disponible en: (<https://definicion.de/agroquimicos/>).

- Reyes, M. (2015). *“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013”*. Tesis para optar el título de Licenciada de Administración. Universidad Los Ángeles de Chimbote, Chimbote.
- Ríos, K. (2014) *Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de courier en lima metropolitana*. Tesis Para Optar el Título de Contador Público. Universidad San Martín de Porras, Lima.
- Riquelme, M. (2018). *¿Qué Es Una Estrategia Financiera En La Empresa?* Revista Web & Empresas.
- Rugel, T (2016). *“Diseño de un sistema de gestión de calidad para el mejoramiento de los procesos administrativos de la empresa Mayepsa”*. Tesis para optar el título de Ingeniería Comercial. Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador.
- Stiglitz, Joseph E. (2006), *El malestar en la globalización*, Taurus, México.
- Samuelson, Paul A. (2012), *Economía*, Mc Graw Hill, Colombia.
- Sebastián Ramírez M. (2011). *Asimetrías Informativas entre los Bancos Comerciales y las Empresas PYMES en La Plata y localidades vecinas*. Trabajo final para optar al título de Magister, Universidad Nacional de la Plata. Buenos Aires, Argentina.
- Silva, M. (2018). *“Caracterización de financiamiento y formalización de las mype comerciales, rubro de instrumentos musicales y sonido en Piura, año 2018”*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura.

- Sociedad de Comercio Exterior (COMEXPERÚ), (2014). *Ventas de MYPE representaron 13.6% de la producción nacional en 2013*. Diario Gestión. Recuperado el 10 de octubre del 2016 en: <http://gestion.pe/economia/ventas-mype-representaron-136-produccion-nacional-2013-2102897>
- Thompson, I. (2010). Definición de Venta. Disponible en: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Uribe, M. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*, Sello Editorial Universidad del Tolima, 2011. ProQuest Ebook Central, Created from bibliocauladechsp on 2017-10-25 12:55:06.
- Van Horne, J. (2012). *Administración Financiera*. Título Original: Financial Management and Policy. Traducido por: María del Carmen Peniagua Gómez de Reyes. México, DF. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. Novena Edición.
- Van Horne, J. (2012). *Fundamentos de Administración Financiera*. Traducido de Octava Edición: Fundamentals of Financial Management. Por: Alejandro Rodas Carpizo. México, DF. Quinta Edición en español. Editorial Prentice Hall.
- Velasco, C. (2010). *Tipos de garantías para un préstamo*. Disponible en: <http://coyunturaeconomica.com/prestamos/tipos-de-garantias-para-un-prestamo>

Villegas, M. (2016). “*Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas, del sector agrícola – rubro producción de pepino dulce en el anexo Herbay Bajo, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015*”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad los Ángeles de Chimbote, Lima.

Weston, F. y Copeland, T. (2012). *Finanzas en Administración*. Volumen II. Novena Edición. México, DF. Editorial McGraw-Hill.

ANEXOS

1. DESARROLLO DE LA FORMULA DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

Dónde:

p = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q= probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e= Que equivale al 10% del margen de error (0.1)

z= Que equivale al 90% al grado de confianza (1.645)

n= Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.10^2}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ personas.}$$

MATRIZ DE COHERENCIA DE RESULTADOS.

Variable	Objetivos	Indicadores	N°	Preguntas	Antecedentes	Teoría	Resultados			Conclusiones	
							SI	NO	NO OPINA		
Gestión de Calidad	Describir los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	Enoque al cliente	1	¿Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos?	(Kano, 2017) Semejante	(González y Arciniegas, 2017)	5	56%	29%	15%	Los principios de gestión de la calidad en las empresas comerciales agroquímicos es las empresas comerciales no realiza estudios sobre las consecuencias de riesgo e impactos que produce los productos químicos, sin embargo el líder de la empresa ha establecido los objetivos, misión y visión, el producto cumple con el control de calidad, el personal está capacitado para brindar la orientación adecuada, por lo tanto los clientes están satisfecho con los productos y servicios brindados, las MYPEs cuentan con un sistema de mejora continua, además considera oportuna la gestión del stock, las MYPEs constantemente mejoran sus productos.
		liderazgo	2	¿Conoce si el líder de la empresa es el que establece los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales?	(Kano, 2017) Semejante	(González y Arciniegas, 2017)	2	76%	16%	7%	
		Compromiso del personal	3	¿Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos?	(Carreño, 2017) Semejante	(Balague y Jarmo, 2014)	4	71%	25%	4%	
		Enfoque en Procesos	4	¿La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos?	(Marulanda & Tijanca, 2017) Discrepante	(Balague y Jarmo, 2014)	1	3%	90%	7%	
		Mejora Continua	5	¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua?	(Carreño, 2017) Discrepante	(Balague y Jarmo, 2014)	5	56%	31%	13%	
		Toma de Decisiones	6	¿Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos?	(Cueva, 2015) Discrepante	(Balague y Jarmo, 2014)	5	56%	31%	13%	
		Gestión de Relaciones	7	¿Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad?	(Carreño, 2017) Coincidente	(Balague y Jarmo, 2014)	3	75%	12%	13%	
		Mejoramiento Continuo	8	¿La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos?	Carreño (2017) Semejante	Gonzales y Arciniegas (2017)	5	56%	31%	13%	
	Identificar los beneficios que brinda la gestión de calidad en las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018	Potenciar la Imagen	9	¿Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicos?	(Carreño, 2017) Discrepante	(Montes, 2012)	6	9%	90%	1%	Los beneficios de la gestión de calidad que se identifican en las empresas comerciales agroquímicos son: el sistema de calidad ha mejorado los productos y servicios, los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades, los empleados demuestran estar motivados y existe una buena atención; la empresa ha mejorado internamente al tener comunicación fluida con todo el personal, se logra solucionar los problemas que se presenten de manera adecuada e incrementa la confianza de los clientes cuando ofrece productos con materia prima de calidad, sin embargo, no consideran que al poseer un certificado de calidad mejore la imagen de la empresa.
		Calidad de los Productos	10	¿Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad?	(Castillo, 2015) Semejante	(Montes, 2012)	5	53%	43%	4%	
		Sistema	11	¿Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales?	(Castillo, 2015) Discrepante	(Montes, 2012)	1	78%	9%	13%	
		Satisfacción del cliente	12	¿Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades?	(Kano, 2017) Coincidente	(González y Arciniegas, 2017)	1	78%	9%	13%	
		Motivación del personal	13	¿Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados?	(Orellana, 2017) Semejante	(Montes, 2012)	2	76%	16%	7%	
		Intercambio de conocimientos	14	¿Se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente?	(Castillo, 2015) Discrepante	(Montes, 2012)	4	56%	31%	13%	
		Simplificar la comunicación	15	¿Considera que las empresas agroquímicas mejoran internamente al tener comunicación fluida con todo el personal?	(Navarro, 2015) Semejante	(Montes, 2012)	3	66%	34%	0%	

Financiamiento	Conocer las estrategias de financiamiento que utilizan las empresas agroquímicas en el distrito de Tambogrande año 2018	Administrador Financiero	16	¿Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado?	(Flores, 2017) Semejante	(Núñez, 2014)	2	67%	33%	0%	Las estrategias de financiamiento que identifican los propietarios de las empresas comerciales agroquímicas son: Ser competitivo al poseer productos innovadores, analizar los estados financieros para tomar las decisiones adecuadas y medir la economía de su empresa, contar con un administrador financiero que posea los conocimientos necesarios para resolver las contingencias y realizar evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento.
		Competitivo	17	¿Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes?	(Castillo, 2015) Discrepante	(Núñez, 2014)	1	100%	0%	0%	
		Evaluaciones	18	¿Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Núñez, 2014)	2	67%	33%	0%	
		Análisis de estados Financieros	19	¿Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Núñez, 2014)	1	100%	0%	0%	
	Describir los tipos de financiamiento de las empresas comerciales agroquímicas en el distrito de Tambogrande año 2018	Financiamiento interno	20	¿Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Domínguez, 2010)	1	100%	0%	0%	Los tipos de financiamiento que utilizan los propietarios de las empresas comerciales agroquímicas son: el financiamiento interno ya que son las ganancias que obtuvieron durante un periodo, contar con provisiones para afrontar pérdidas, contar con reservas de capital, y el financiamiento externo, cuando solicitan préstamo externo de los proveedores, y consideran que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes, pero no verifican las condiciones de contrato al adquirir el crédito de un proveedor.
			21	¿Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Domínguez, 2010)	2	67%	33%	0%	
			22	¿La empresa cuenta con provisiones para afrontar las posibles pérdidas?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Domínguez, 2010)	1	100%	0%	0%	
		Financiamiento externo	23	¿Cuándo solicito préstamo externo a qué tipo de organización acudió?	(Logreira y Bonett, 2017) Discrepante	(Domínguez, 2010)	2	67%	33%	0%	
			24	¿Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Domínguez, 2010)	3	33%	67%	0%	
			25	¿Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes?	(Bohórquez & López, 2018) Discrepante	(Domínguez, 2010)	2	67%	33%	0%	

2. CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**Encuesta dirigida a los Clientes y Gerentes de las empresas comerciales
agroquímicos en el distrito de Tambogrande**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado características de la gestión de calidad y financiamiento de las empresas comerciales.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Instrucciones: Sírvase a marcar con una “x” la opción que usted considera la correcta, si es necesario especifique para una mejor recolección de los datos.

Nº	PREGUNTA	SI	NO	NO OPINA
GESTIÓN DE CALIDAD				
1	¿Usted está satisfecho con los productos y servicios brindados por las empresas comerciales agroquímicos?			
2	¿Conoce si el líder de la empresa es el que establece los objetivos, misión y visión de las empresas comerciales?			
3	¿Considera que el personal está capacitado para brindar orientación en las empresas agroquímicos?			
4	¿La empresa donde adquiere sus productos realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos?			
5	¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de mejora continua?			
6	¿Usted considera oportuna la gestión de los administradores sobre el stock de los productos?			
7	¿Considera que el producto adquirido cumple con el control de calidad?			
8	¿La empresa donde adquiere sus productos agroquímicos mejora o sustituye sus productos?			
9	¿Considera que tener un certificado de gestión de calidad ayude a potenciar la imagen de las empresas agroquímicos?			
10	¿Incrementa su confianza al ver que la empresa ofrece productos con materia prima de calidad?			
11	¿Considera que el sistema de calidad a mejorado los productos y servicios de las empresas comerciales?			
12	¿Los productos ofrecidos satisfacen sus necesidades?			
13	¿Considera que los trabajadores de la empresa demuestran estar motivados?			
14	¿Se logran solucionar los problemas que se presentan en las mypes de manera eficiente?			
15	¿Considera que las empresas agroquímicas mejoran internamente al tener comunicación fluida con todo el personal?			

FINANCIAMIENTO				
16	¿Considera que tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para poder resolver las diferentes contingencias del mercado?			
17	¿Tiene productos innovados que cubran las necesidades de los clientes?			
18	¿Realiza evaluaciones de manera periódica sobre opciones de financiamiento?			
19	¿Analiza los estados financieros para tomar adecuadas decisiones y medir la economía de su empresa?			
20	¿Considera que el financiamiento interno son las ganancias que se obtuvieron durante un periodo?			
21	¿Su empresa cuenta con reservas de capital cuando existe dificultades para financiarse?			
22	¿La empresa cuenta con provisiones para afrontar las posibles pérdidas?			
23	¿Cuándo solicito préstamo externo, a qué tipo de organización acudió?			
24	¿Antes de adquirir el crédito a un proveedor ha verificado las condiciones de contrato?			
25	¿Considera que es un beneficio realizar cobros por adelantados a sus clientes?			

Muchas gracias por su colaboración.

3. PRESUPUESTO

Presupuesto (Expresado en nuevos soles)					
RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
I. BIENES DE CONSUMO					146,00
Cuaderno	5		2,00	10,00	
Lapicero	3		3,00	9,00	
Resaltador	2		4,00	8,00	
Corrector	1		5,00	5,00	
Empaste	1		90,00	90,00	
Papel A4	1	millar	22,00	22,00	
Lápiz	2		1,00	2,00	
II. SERVICIOS					2360,00
USB			35,00	35,00	
Anillado	3		21,00	63,00	
Internet	4	meses	130,00	520,00	
Impresiones	400		0,10	40,00	
Tinta de impresora	4		43,00	172,00	
Fotocopias			50,00	50,00	
Movilidad			300,00	300,00	
Libros de investigación	1		180,00	230,00	
Libros	1		200,00	200,00	
Asesoría	4	meses	150,00	600,00	
Varios			150,00	150,00	
TOTALES					2506,00

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N° orden	Actividades	SEMANAS							
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Título de investigación.								
2	Planteamiento del problema.								
3	Caracterización.								
4	Enunciado del problema.								
5	Planteamiento de los objetivos: General y específicos.								
6	Justificación de la investigación.								
7	Marco teórico								
8	Metodología de investigación								
9	Técnicas e instrumentos, matriz de consistencia.								
10	Referencias bibliográficas.								
11	Informe Final de pre-banca.								
12	Levantar Observaciones.								
13	Empastado								
14	Sustentación final.								

LIBRO DE CÓDIGO

CLIENTES	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

21	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
38	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
39	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
40	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
41	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
42	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
43	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1

44	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
45	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
46	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
47	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
48	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
49	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
50	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
51	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
52	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
61	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
62	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
63	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
64	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
65	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
66	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2

67	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Hi (%)	1= 56%	1= 76%	1= 71%	1= 3%	1= 56%	1= 56%	1= 75%	1= 56%	1= 9%	1= 53%	1= 78%	1= 78%	1= 76%	1= 56%	1= 66%
	2=29%	2=16%	2=25%	2=90%	2=31%	2=31%	2=12%	2=31%	2=90%	2=43%	2= 9%	2= 9%	2=16%	2=31%	2=34%
	3=15%	3= 8%	3= 4%	3= 7%	3=13%	3=13%	3=13%	3=13%	3= 1%	3= 4%	3=13%	3=13%	3= 8%	3=13%	3= 0%

EMPRESARIOS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2
PORCENTAJES	1= 67%	1= 100%	1= 67%	1= 100%	1= 100%	1= 67%	1= 100%	1= 67%	1= 33%	1= 67%
	2=33%	2= 0%	2=33%	2= 0%	2= 0%	2= 33%	2=0%	2=33%	2=67%	2=33%
	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%	3= 0%



Portafolio de la clase

Mis notas

Discusión

Calendario

ESTÁS VIENDO: INICIO > CURSO CO-CUCURRICULAR

¡Bienvenido a la página de inicio de su nueva clase! Podrás ver todos los ejercicios de tu clase en la página principal de tu clase, así como ver información adicional acerca de los ejercicios, entregar tu trabajo y tener acceso a los comentarios para tus trabajos.

Mueve el cursor sobre cualquier elemento de la página principal de la clase para ver más información.

Página de Inicio de la clase

Esta es la página de inicio de su clase. Para entregar un trabajo, haga clic en el botón de "Entregar" que está a la derecha del nombre del ejercicio. Si el botón de Entregar aparece en gris, no se pueden realizar entregas al ejercicio. Si está permitido entregar trabajos más de una vez, el botón dirá "Entregar de nuevo" después de que usted haya entregado su primer trabajo al ejercicio. Para ver el trabajo que ha entregado, pulse el botón "Ver". Una vez la fecha de publicación del ejercicio ha pasado, usted también podrá ver los comentarios que le han dejado en el trabajo haciendo clic en el botón de "Ver".

Bandeja de entrada del ejercicio: curso Co-Cucurricular			
	Información	Fechas	Similitud
1ER AVANCE		Comienzo 26-ene.-2019 9:21AM Fecha de entrega 31-mar.-2019 11:59PM Publicar 31-mar.-2019 11:59PM	9% Entregar de nuevo Ver
informe Final		Comienzo 13-mar.-2019 4:51PM Fecha de entrega 20-mar.-2019 11:59PM Publicar 20-mar.-2019 11:59PM	7% Entregar de nuevo Ver

DOCENTE: Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

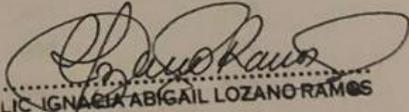
COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 71 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018” fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:

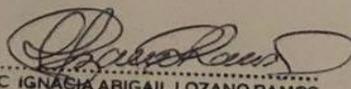

LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
15	0.979

Estadísticos total-elemento			
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
			Correlación elemento-total corregida
P1	21,16	57,451	,949
P2	21,44	59,802	,902
P3	21,41	60,544	,885
P4	20,71	65,315	,617
P5	21,18	57,670	,954
P6	21,18	57,670	,954
P7	21,37	58,027	,927
P8	21,18	57,670	,954
P9	20,82	66,804	,332
P10	21,24	60,690	,830
P11	21,40	58,273	,911
P12	21,40	58,273	,911
P13	21,44	59,802	,902
P14	21,18	57,670	,954
P15	21,41	62,186	,824

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 97.9 % de confiabilidad con respecto a 15 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Gestión de la Calidad.

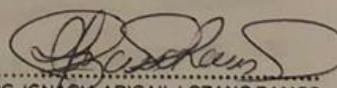

LIC IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE FINANCIAMIENTO:

Estadística de Fiabilidad	
N° de Preguntas	Alfa Cronbach
10	0.896

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P1	11,00	7,000	,982	,857
P2	11,33	10,333	,000	,907
P3	11,00	7,000	,982	,857
P4	11,33	10,333	,000	,907
P5	11,33	10,333	,000	,907
P6	11,00	7,000	,982	,857
P7	11,33	10,333	,000	,907
P8	11,00	7,000	,982	,857
P9	10,67	8,333	,500	,900
P10	11,00	7,000	,982	,857

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 89.6% de confiabilidad con respecto a 10 Preguntas (3 encuestados) de la Variable Financiamiento.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ