



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

“GESTIÓN DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO  
Y PARTICIPACIÓN DEL MERCADO EN LAS MICRO  
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA,  
RUBRO IMPRENTAS, NUEVO CHIMBOTE, 2018”

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Br. MORENO GIL FORTUNATO VALDEMAR

Orcid: 0000-0003-0256-657X

**ASESOR:**

Dr. LINARES CAZOLA JOSÉ GERMAN

Orcid: 0002-7394-362X

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Br. Moreno Gil, Fortunato Valdemar.

Cód. ORCID: 0000-0003-0256-657X

### **ASESOR**

Dr. Linares Cazola, José Germán.

Cód. ORCID: 0002-7394-362X

### **JURADO**

**Presidente** : Mg. Chero Fernández, Armando.

Cód. ORCID : 0000-0002-9193-0507

**Miembro** : Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías.

Cód. ORCID : 0000-0002-6399-5928

**Miembro** : Mg. Solano Castillo, Marlón Juniors.

Cód. ORCID : 0000-0001-5584-0523

## **JURADO EVALUADOR**

Mg. CHERO FERNÁNDEZ ARMANDO

Cód. ORCID :0000-0002-9193-0507

**PRESIDENTE**

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS

Cód. ORCID :0000-0002-6399-5928

**MIEMBRO**

Mg. SOLANO CASTILLO MARLÓN JUNIORS

Cód. ORCID :0000-0001-5584-0523

**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A todos mis familiares incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados.

Al asesor, Dr. José Germán Linares Cazolapor la comprensión y el tiempo que me brindo para poder Culminar mi Tesis.

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor, a mis padres y abuelos por ser mi inspiración y luchar por un mejor futuro para ellos.

A mis amistades de infancia por estar siempre presente en las buenas y malas, y por lo sabios consejos que me brindaron.

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018. En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal, de tipo Descriptivo – Correlacional, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 21 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas en medición de escala de Likert para determinar el nivel de Gestión de calidad en el financiamiento, así mismo para medir la participación de mercado se aplicó un cuestionario de 4 preguntas a 144 clientes. Obteniéndose los siguientes resultados. El 61,9% cuentan con un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 61,9% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de inversión, el 47,6% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de financiamiento. El 76,2% consideran que tienen un nivel muy alto de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Rodrigo tiene el 10,7% del total de ingresos de la industria por lo cual tiene el mayor nivel de participación de mercado. Se concluye que el nivel de significancia es menor que 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), en consecuencia, se rechaza el  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , es decir: La Gestión de calidad basada en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas.

Palabras Clave: Calidad, empresas, Financiamiento, Gestión, participación

## **ABSTRACT**

The main objective of the research is to: Determine the effect that exists between Quality Management based on Financing and market participation in micro and small companies in the industrial sector, printing industry, Nuevo Chimbote, 2018. In the research, it was used the non-experimental cross-sectional design, of the descriptive-correlation type, for the collection of the information, a sample of 21 representatives of the micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 21 questions was applied in measuring Likert scale to determine the level of Quality Management in the financing, likewise to measure the market partition, a questionnaire of 4 questions was applied to 144 clients. Obtaining the following results. 61.9% have a high level in terms of Quality Management in financing, 61.9% have a high level in Investment Decisions, 47.6% have a high level in Decisions of financing. 76.2% consider that they have a very high level of market participation, in the same way the Rodrigo Press has 10.7% of the total income of the industry, which is why it has the highest level of market share. It is concluded that the level of significance is less than 0.05 ( $0.022 < 0.05$ ), consequently, the  $H_0$  is rejected and the  $H_1$  is accepted, that is: Quality Management based on Financing, is directly related to Market participation in micro and small businesses.

Keywords: Quality, companies, Financing, Management, participation

## ÍNDICE

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Jurado evaluador .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract.....	vi
6. Índice.....	viii
7. Índice de Tablas, Figuras y anexos.....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	7
2.2 Hipótesis.....	27
2.3 Variables .....	27
III. METODOLOGÍA .....	28
3.1 Tipo y Nivel de la Investigación .....	28
3.2 Diseño de la investigación .....	28
3.3 Población y muestra .....	29
3.4 Definición y operacionalización de las variables.....	31
3.5 Técnicas e instrumentos .....	32
3.6 Plan de análisis .....	33
3.7 Matriz de consistencia.....	34
3.8 Principios éticos .....	34
IV RESULTADOS .....	35
4.1.1 Presentación de resultados de la V1 .....	35
4.1.2 Presentación de resultados de la V2.....	39
4.1.3 Prueba de hipótesis.....	44
4.2 Análisis de resultados .....	46
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	51
ANEXOS.....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Distribución porcentual de la Gestión de calidad en el financiamiento</i> .....	35
Tabla 2. <i>Distribución porcentual de la dimensión 1 Gestión empresarial</i> .....	36
Tabla 3. <i>Distribución porcentual de la dimensión 2 Análisis de inversión</i> .....	37
Tabla 4. <i>Distribución porcentual de la dimensión 3 Análisis de financiamiento</i> .....	38
Tabla 5. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 Ingresos mensuales</i> .....	39
Tabla 6. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 2 Nivel de participación de mercado</i> .....	41
Tabla 7. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 1 Servicios que solicita de las imprentas</i> .....	42
Tabla 8. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 2 calidad</i> .....	43
Tabla 9. <i>Método estadístico para contraste de hipótesis</i> .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Distribución porcentual de la Gestión de calidad en el financiamiento</i> .....	35
Figura 2. <i>Distribución porcentual de la dimensión 1 Gestión empresarial</i> .....	36
Figura 3. <i>Distribución porcentual de la dimensión 2 Análisis de inversión</i> .....	37
Figura 4. <i>Distribución porcentual de la dimensión 3 Análisis de financiamiento</i> .....	38
Figura 5. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 Ingresos mensuales</i> .....	40
Figura 6. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 2 Nivel de participación de mercado</i> .....	41
Figura 7. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 1 Servicios que solicita de las imprentas</i> .....	42
Figura 8. <i>Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 2 calidad</i> .....	43
Figura 9. <i>Curva de Chi cuadrado</i> .....	45

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Cronograma de actividades .....	54
Anexo 2	Presupuesto.....	55
Anexo 3	Población .....	56
Anexo 4	Cuestionario.....	57
Anexo 5	Tablas descriptivas de las variables.....	59
Anexo 6	Matriz de validación .....	70
Anexo 6	Matriz de consistencia .....	73

## I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas se han estudiado, desde distintos puntos de vista y todos han coincidido de que estas se constituyen en el motor de muchas economías, por eso tienen gran importancia sus actividades, crecimiento y desarrollo. En tal sentido en la presente investigación se ha efectuado un análisis de dos variables que influyen en los resultados de las mypes de sector industrial en el rubro imprentas, como son la gestión de calidad basada en el aspecto financiero y la participación del mercado. Para tal efecto se ha considerado lo alcanzado por otras investigaciones bajo las mismas variables; de tal modo, por ejemplo: Cobian (2015) que en su investigación ha analizado el efecto que tiene los créditos en la rentabilidad de la Mype industrial S&B SRL., en el distrito del Porvenir detectó que gracias a los créditos obtenidos obtuvo un efecto positivo en la rentabilidad patrimonial de 33.44% para el año 2015, por ende, se pudo determinar que las MYPES acuden al sistema financiero para poder realizar inversiones. Por otro lado Villavicencio, (2013 ). En su investigación de su tesis titulada: Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote; establece que las MYPES han optado por el financiamiento ajeno, y lo han invertido en la compra de activos. Mientras tanto Ferred (2013) en su tesis titulada: Financiamiento y rentabilidad en las empresas de servicios de transporte liviano en minería; explica que el financiamiento es importante para las empresas, llegando a la conclusión que influye positivamente en la rentabilidad. Sin embargo Flores y Sánchez (2014) en su tesis titulada: “Toma de decisiones financieras y su relación con la rentabilidad de la empresa GLP AMAZÓNICO S.A.C. establece que el proceso de toma de decisiones de la empresa no son eficientes, causando una relación negativa en la rentabilidad de la empresa. Por su parte Baca y Cieza (2015) en su tesis titulada: Impacto del financiamiento en la rentabilidad de la constructora Verastegui S.A.C. Determina que el impacto del Financiamiento ha tenido un aumento en el volumen de ventas, sin embargo, menciona que el financiamiento tiene un costo de tasa de interés alta. Mientras tanto Segura (2014) en su tesis titulada: Decisiones financieras para la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas industriales de Lima metropolitana. Establece que las decisiones financieras facilitan la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas industriales; y las decisiones de inversión facilitan la efectividad de las pequeñas y medianas empresas industriales.

No cabe duda que los autores mencionados consideran que el financiamiento es relevante para mejorar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, sin embargo, aún existe una gran cantidad de empresa que no pueden acceder al financiamiento, en este sentido Garamendi (2017), establece que en España las micro y pequeñas empresas afrontaron la dura crisis de limitación al acceso del financiamiento, sin embargo en los últimos años, se ha visto un crecimiento en la obtención de fondos, no cabe duda que la financiación es la esencia de las empresas, en su desarrollo y de su crecimiento, por lo cual los obstáculos financieros limitan las posibilidades de las micro y pequeñas empresas para crecer y expandirse por los mercados, pero paralelamente el tamaño empresarial incide de manera esencial en las posibilidades de acceso de las empresas a la financiación, del mismo modo se puede decir que el financiamiento es primordial para mejorar la rentabilidad de la empresa y con ellos la participación en el mercado.

De manera similar se puede decir que en las micro y pequeñas empresas de Colombia consideran que el financiamiento es una herramienta muy importante, por lo cual Castaño en el 2017 explica que el financiamiento suele ser el motor del crecimiento de las MYPES, en este sentido las mejores condiciones de acceso al financiamiento de las empresas se pueden traducir, entre otras cosas, ya sea en aumentos de productividad, en incrementos de la innovación tecnológica y en una mayor probabilidad de entrar y sobrevivir en los mercados internacionales.

Por otra parte, en el Perú las micro y pequeñas empresas que se encuentran constituidas formalmente cuentan con la facilidad de acceder a fuentes de financiamiento y con ello incrementar su productividad, sin embargo, de acuerdo con Torres (2014) establece que solo 4 de cada 10 formales, acceden a crédito, del mismo modo menciona que el Perú tiene un índice de bancarización, es decir créditos sobre el PBI, del 35% al 38%, no obstante, por esta razón se debería otorgar más financiamiento a las MYPES, a más personas naturales pero para eso se necesita observar la experiencia de otros países, trabajar de la mano con mecanismos que fomenten los bancos de desarrollo para poder dar un empujón a los pequeños emprendedores.

A nivel local en el distrito de Nuevo Chimbote las micro y pequeñas empresas del rubro de las imprentas, no realizan un buen uso del financiamiento, dado que los invierten para pagos por deudas con los proveedores, mas no son

utilizadas para la inversión de activos fijos o materias primas, para mejorar el nivel económico de las empresas; todo ello repercute en la participación del mercado, motivo por el cual las empresas no logran posicionarse en gran escala en el sector. Por todo lo expresado el enunciado del problema es el siguiente: ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018?, del mismo modo para desarrollar el problema general se han formulado los siguientes Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018?, así también ¿Cuáles son las formas de Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018? y ¿Cuál es el la relación de la gestión de calidad del financiamiento en la participación del mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018?. Además, esta investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018. Para cumplir con el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos Específicos. Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018; así mismo Analizar la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018 y Determinar la relación de la Gestión de calidad basado en el Financiamiento en la Participación del mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

**Justificación teórica.** La investigación se justifica porque orienta a obtener un conocimiento de cómo se relaciona la Gestión de Calidad en el financiamiento y participación de mercado, para lograr ello, se investigó y analizo diferentes conceptos sobre la gestión de calidad, en este caso se analizaron los procesos administrativos, del mismo modo se analizó las decisiones de financiamiento e inversión, así como la estrategias para mejorar la participación de mercado, esto ha servido como base para poder fundamentar que existe relación entre ambas variables

y de esta manera lograr obtener un mayor conocimiento en el tema, analizarlos y proponer soluciones que reduzcan los errores en las MYPES en estudio.

**Justificación práctica.** El presente estudio tuvo como propósito analizar cómo influye la gestión de calidad basado en el financiamiento en la participación de mercado, en consecuencia, con los resultados encontrados en cada uno de los objetivos, han servido para formular algunas estrategias relacionadas a mejorar el nivel de gestión de calidad en base al financiamiento, por tal sentido se planteó analizar la capacidad de endeudamiento de la empresa antes de optar por un crédito y evaluar si sería rentable o no, del mismo modo evaluar adecuadamente la tasa de interés que cobra las entidades financieras, además de los plazos y las cuotas que pagaran periódicamente, del mismo modo para mejorar la participación de mercado se propuso tomar importancia a los clientes, para ello las imprentas deben crear una base de datos para poder localizarlos y ofrecerles un servicio post venta y de seguro los clientes se sentirán apreciados o valorados por la empresa, pudiendo lograr su fidelización y con ello incrementar las ganancias de la empresa, de esta manera las micro y pequeñas en el ámbito de estudio podrán seguir creciendo y desarrollándose constantemente

Para lograr los objetivos de estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación como el cuestionario y su procesamiento en software SPSS versión 22 para medir la gestión de calidad basado en el financiamiento y la participación de mercado, en este sentido para el recojo de la información se utilizó una muestra de 21 representantes de las micro y pequeñas empresas y 144 clientes que acuden a las empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 21 preguntas para analizar la variable gestión de calidad en el financiamiento, y 4 preguntas para medir la participación de mercado, dicho cuestionario fue validado por expertos en el tema, por lo expresado a través del instrumento empleado (cuestionario), y al uso de diversos software se generó un conocimiento válido y confiable, con el cual se pudo determinar la relación de ambas variables, además de que sirve como un modelo de estudio para mejorar las investigaciones de distintos estudiantes de las universidades locales, nacionales e internacionales.

Limitaciones de la investigación: Del presente estudio podemos considerar el tamaño de la muestra para analizar la gestión de calidad en el financiamiento ya que

fue reducida (21 participantes), si bien fue el total de administradores de la organización, se recomienda para posteriores investigaciones ampliar el tamaño de la misma (considerar otros sectores con mayor número de organizaciones) para así poder obtener resultados más representativos; del mismo modo hubo sesgo del sujeto, es decir las respuestas de los participantes estuvieron sujetas al nivel de conocimientos sobre la variable, por lo cual no se tuvo una gran certeza en el momento de llevar el formulario de preguntas.

Como profesionales en la carrera de administración de empresas, el realizar este tipo de investigación nos permite involucrarnos a fondo en ello, ampliando no sólo nuestros conocimientos, sobre la gestión de calidad en base al financiamiento y participación de mercado, sino desarrollar nuestras habilidades, generando actitudes positivas hacia la investigación; que a la larga nos servirá para contribuir al desarrollo y crecimiento de nuestro lugar de trabajo.

Los principales resultados del estudio son: Con nivel de significancia menor que 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), en consecuencia, se rechaza el  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , es decir: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018; Del mismo modo el 61,9% cuentan con un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 76,2% consideran que tienen un nivel muy alto de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Rodrigo tiene el 10,7% del total de ingresos de la industria por lo cual tiene el mayor nivel de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Bertha tiene el 1,5% del total de ingreso por lo cual tiene el menor nivel de participación del mercado.

La investigación comprende los siguientes capítulos: **CAPÍTULO I:** Introducción. En él se exponen el planteamiento del problema, formulación del problema, los objetivos, asimismo la justificación e importancia y las limitaciones de la investigación. **CAPÍTULO II:** Marco teórico. En esta parte presentamos los antecedentes, las bases teóricas sobre el tema, teniendo en cuenta obras importantes y actualizadas de autores nacionales e internacionales que contribuyeron a fundamentar la base científica de la investigación. Asimismo, el marco conceptual. La definición de las variables y las Hipótesis. **CAPÍTULO III:** Metodología. Esta parte del Informe

de Investigación Científica, está determinando el tipo de investigación, nivel, diseño, el método de investigación, población de estudio con su respectiva muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad de los instrumentos de medición y plan de análisis de la información. CAPÍTULO IV: Resultados. Aquí se describe, se analiza e interpreta los datos y se realiza la discusión de datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos, sobre la base a las variables e indicadores propuestos. CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones, es decir se presentan las conclusiones en bases a los objetivos del estudio, con lo cual se pudo sugerir o recomendar posibles soluciones a la problemática encontrada. CAPÍTULO VI: Referencias bibliográficas y Anexos, donde se presentan las referencias en Norma APA 6ta edición, del mismo modo en los anexos se adjuntan la matriz de consistencia, los instrumentos de medición, la validación de expertos, el resumen de la validación de expertos el modelo del experimento aplicado y otros datos importantes de la investigación.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Bases teóricas**

#### **Gestión empresarial**

La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como son: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Porque para que una gestión determinada sea óptima y por ende dé buenos resultados no solamente deberá hacer mejor las cosas, sino que deberá hacer mejor aquellas acciones correctas que influyen directamente en el éxito y eso será asequible mediante la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, arrojen soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones, al respecto Gimán (2011) expone que la gestión empresarial comprende la “concreción de las políticas, mediante la aplicación de estrategias, tácticas, procesos, procedimientos, técnicas y prácticas. Una política no es un documento legal. Es un acuerdo basado en los principios o directrices de un área de actividad clave de una organización”. (p. 65)

La gestión empresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican en la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor. El objetivo fundamental de la gestión del empresario es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

#### **Procesos de gestión**

Por otro lado la gestión empresarial se acompaña de 4 procesos importantes para el cumplimiento de las metas en tal sentido en primer lugar está el proceso de la planeación el cual sirve para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse, del mismo modo la organización en el cual se distribuye el trabajo entre los miembros del grupo para establecer y reconocer las relaciones necesarias, así también la ejecución el cual se da por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo y el control de las actividades para que se **uniformen** con los planes, al respecto Retrepo (s.f) los procesos primordiales de la gestión son:

- La planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados.
- La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la organización donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.
- La dirección de la empresa en base al concepto de gestión implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.
- El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de este modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio. (párr. 6)

El proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirige y controla sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar. Muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo, parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

## **Principios de gestión de calidad**

Según, Norma ISO (2015) es importante que todo gerente conozca los principios de gestión de calidad, para que puedan tener una mayor orientación en la gestión de sus procesos

- Principio 1. Enfoque al cliente, todas las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto, deben entender sus necesidades presentes y futuras, cumplir sus requisitos y satisfacer o exceder sus expectativas.
- Principio 2. Liderazgo, en este punto los líderes establecen unidad de propósito y dirección para la organización. Ellos deben crear y mantener un ambiente interno en donde la gente se puede desarrollar completamente en función de los objetivos de la organización.
- Principio 3. Participación del personal. El personal de todos los niveles es la esencia de una organización y su ambiente los motiva a usar sus habilidades para el beneficio de la misma organización.
- Principio 4. Enfoque basado en procesos. Los resultados deseados se logran con mayor eficiencia cuando las actividades y recursos relacionados se administran como procesos.
- Principio 5. Enfoque de sistemas para la gestión. Identificar, entender y manejar procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización, a través de sus objetivos.
- Principio 6. Mejora continua. La mejora continua del desempeño de las organizaciones debe ser un objetivo permanente en la organización.
- Principio 7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Las decisiones efectivas se basan en el análisis de información y datos.
- Principio 8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor, por último, la organización y sus proveedores dependen entre sí y una relación de mutuo beneficio incrementa la habilidad de ambos de crear valor. (p. 4)

Estos principios se enfocan en mejorar la calidad del producto y servicio, y la base fundamental para que esto suceda es enfocarse en el cliente y conocer sus características es ahí donde se aplicará una correcta gestión.

## **Estrategia de gestión empresarial**

Por otro lugar la gestión es una estrategia que conlleva al éxito de las empresas, por lo cual hay que darle la debida importancia, de acuerdo con Enriquez, (2012) nos dice que:

La estrategia de gestión, debe ser implantada por un líder, ya que es el responsable de la dirección de las empresas, en virtud de habilidades y aptitudes que dispone, debe asegurar el éxito en el resultado de la gestión de las organizaciones. Ser líder es un sistema de vida, es una filosofía, es una marca que nos diferencia de los demás, no porque seamos mejores sino por el grado de compromiso para con la sociedad que asumimos. (párr. 8)

Las estrategias empresariales, deben ser aplicadas por los líderes de la empresa, para ello los gerentes deben recurrir a su personal, y promover al trabajo en equipo, ya que todos tienen un objetivo en común, que es mejora la productividad de la empresa.

## **Gestión financiera**

Todas las empresas en la actualidad necesitan de un financiamiento para cualquier tipo de inversión, para ello antes de recurrir al financiamiento se debe administrar de manera correcta en que se invertirá, de acuerdo con Miranda (s.f) nos dice que los líderes deberán adelantar estudios en torno a los siguientes aspectos:

- Identificación de una estrategia de financiación: La posibilidad de adelantar una adecuada estrategia de financiamiento se basa principalmente en el conocimiento exhaustivo del proyecto y sus necesidades de recursos, de las fuentes disponibles con sus limitaciones y restricciones, y especialmente de la capacidad de gestión del equipo responsable. La estrategia financiera debe conjugar y hacer valer todas las fortalezas potenciales de negociación y disminuir la importancia de las debilidades detectadas, con el fin de lograr una negociación equilibrada que favorezca a las partes.
- La planificación financiera: desde luego que solamente tiene sentido una planificación financiera rigurosa cuando el estudio de preinversión se ha desarrollado repetimos a nivel de factibilidad y se tienen suficientes

argumentos para pensar en que el proyecto se ejecutará, pues la información requerida depende que el estudio de ingeniería básica permita respuestas adecuadas en torno a los siguientes aspectos: Programación de actividades y sus necesidades de recursos monetarios. Información relativa a los fabricantes de equipos y proveedores y las condiciones de negociación. Cronología de las operaciones, definición de moneda y condiciones de pago. Requisitos documentarios y garantías exigidas. Fuentes alternativas disponibles y sus respectivos costos, plazos y condiciones. Organización y direccionamiento (usos) de los fondos gestionados y comprometidos. (p. 161)

Su relevancia radica en el sentido del control de todas las operaciones, en la toma de decisiones, en la consecución de nuevas fuentes de financiación, en mantener la eficiencia y efectividad operacional, en la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, por otra parte esto no se está dando de manera efectiva en las micro y pequeñas empresas, puesto no se administra correctamente el financiamiento por lo cual su inversión no está siendo muy rentable.

### **Financiamiento**

Por otro lado toda empresa requiere de recursos financieros para poder realizar sus actividades o para poder ampliarlas, dado que el inicio de nuevos proyectos implica una nueva inversión para la empresa por lo que también requiere de recursos financieros para que se pueda llevar a cabo, el cualquier caso, los medios por lo que una empresa consigue recursos financieros en sus procesos de operación, creación o expansión, a corto, mediano o largo plazo, se le conoce como financiamiento, en este sentido Rojas (2011) explica que “el financiamiento son los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios”. (párr. 5)

Los Microempresarios si conocen el financiamiento, pero son pocos los que logran identificar la necesidad de financiarse, ya que aseguran que si solicitan un crédito externo será más complicado pagar la deuda, ya que la inversión que puedan darle no sea la correcta, es necesario que los Microempresarios sepan invertir el capital para

que obtengan buenos resultados, por ende las instituciones bancarias deben apoyar, en el acompañamiento de la inversiones de los Microempresarios para que de esta manera se beneficien ambos.

## **Clases de financiamiento**

### **Financiamiento Externo.**

Del mismo modo existe clases de financiamiento, pero en primer lugar se menciona al financiamiento externo a los cual Rojas (2011) nos da conocer las clases de financiamiento externo las cuales son: “el crédito bancario especializado en el sector MYPE, el crédito a corto plazo otorgado por proveedores, el pago diferido a proveedores, la inyección de dinero por parte de un inversionista. (párr. 7)

Con respecto al financiamiento externo las Micro y pequeñas empresas, aunque optan por el financiamiento informal, también utilizan el crédito a corto plazo otorgado por proveedores, además porque este es sin interés alguno por una gran cantidad de mercadería, esto les permite seguir con sus actividades diarias.

### **Financiamiento Interno**

Otra clase de financiamiento es el interno, en este caso si se recurre a los recursos propios la empresa gozará de mayor independencia al no depender de capitales ajenos, sin embargo, sus inversiones serán mucho más limitadas. Por otra parte, el autofinanciamiento evita que la empresa pague los intereses que generan las deudas con terceros, al respecto Rojas (2011) nos da a conocer las clases de financiamiento interno las cuales son:

- El capital del propio del empresario.
- Las aportaciones de los socios, claro está si es en el caso que la empresa cuenta con ellos.
- Los recursos obtenidos a partir de la actividad productiva de la empresa.
- La venta de activos fijos ociosos (aquellos que ya no se utilizan). (párr. 8)

Los Micro empresarios utilizan en su gran mayoría el capital propio para iniciar sus actividades ya que prefieren no endeudarse con alguna entidad financiera. Además, cuentan con las aportaciones de socios, que les permite invertir rápidamente en sus negocios.

## **Formas de financiamiento**

Una vez que se ha tomado el financiamiento como herramienta útil, hay que analizar qué forma de financiamiento requiere la empresa para poder lograr el éxito en sus inversiones, en tal sentido Rojas (2011) nos da a conocer las formas de financiamiento

- Largo plazo, son aquellas obligaciones que se espera venzan en un período de tiempo superior a un año.
- Cortó plazo, son aquellas obligaciones que se espera que venzan en menos de un año, el cual es vital para sostener la mayor parte de los activos circulantes de la empresa, tales como: caja, cuentas por cobrar, inventarios, valores negociables. (párr. 9)

Las Micro y pequeñas empresas prefieren solicitar el financiamiento informal en su mayoría pagan el crédito a largo plazo siendo el tiempo mínimo 1 mes, entonces puede que no puedan explotar al máximo el crédito, quizá esto sea un punto en contra, ya que la entidad financiera otorga el préstamo en más tiempo, ya sea semestral o anual, entonces esto le permite al Micro empresario reinvertir su dinero con mayor facilidad.

## **Fuentes de financiamiento**

Por otra parte, López (2014) nos menciona las siguientes fuentes a la que puede acudir un microempresario:

- Ahorros personales: aquí se alude a los ahorros, así como también a los recursos personales del individuo, a los que se les puede sumar la tarjeta de crédito. Esta forma de financiamiento suele ser muy frecuente.
- Parientes y amigos: estos resultan ser otra fuente privada de la que se vale la empresa para llevar adelante sus negocios. La ventaja que presenta recibir dinero de amigos o parientes es que se logra conseguir dinero con una tasa de interés muy baja o incluso nula.
- Empresas de capital de inversión: estas actúan asistiendo a aquellas empresas que estén en etapa de crecimiento a cambio de interés en el negocio o acciones.

- Uniones de crédito o bancos: estas entidades también suelen ser una fuente muy recurrente. Lo que requieren tanto los bancos como las uniones de crédito es que el individuo logre justificar de forma satisfactoria la solicitud del dinero. Si es así reciben un cierto monto que después deberán devolver con diversas tasas de interés. (párr. 10)

La mayoría de las Micro y pequeñas empresas utilizan fuente de financiamiento informal, en este caso pueden ser obtenidos por parientes y amigos, y escogen esta fuente ya que los intereses son más bajos y no se exigen muchas garantías.

### **Financiamiento a corto plazo**

Así mismo López (2014) nos dice que las fuentes de financiamiento a corto plazo a las que se puede acudir son:

- Pagaré: este representaría una promesa por escrito donde una de las partes se compromete a devolver la suma de dinero recibida en un determinado período de tiempo. Este instrumento de negociación suele presentar intereses y generalmente surge de la conversión de una cuenta corriente, préstamos en efectivo o venta de bienes. La desventaja que presenta el pagaré es que pueden tomarse medidas legales sino son pagados. Las ventajas son que se pagan en efectivo y que su seguridad de pago es muy elevada.
- Línea de crédito: esta implica una suma de dinero que está siempre disponible en el banco, pero durante un período de tiempo determinado previamente. Las desventajas que presenta esta modalidad es que es limitada a ciertos sectores que resulten altamente solventes y por cada línea de crédito que la empresa utilice se deben pagar intereses. La ventaja es que la empresa cuenta con dinero en efectivo disponible.
- Crédito comercial: esto significa la utilización de las cuentas por pagar de la empresa como fuente de recursos y puede incluir las cuentas por cobrar, los gastos a pagar o del financiamiento del inventario. El crédito comercial tiene a favor que es poco costoso y permite la agilización de las operaciones. La desventaja es que en caso de que no se paguen pueden tomarse medidas legales.

- Crédito bancario: se obtiene de los bancos, con los cuales se conforman relaciones funcionales. Algunas ventajas que presenta este financiamiento es que los préstamos suelen adaptarse a las necesidades entidad y además las ayuda a estabilizarse en relación al capital en un corto lapso de tiempo. Las desventajas son que la empresa debe ir cancelando tasas pasivas y que los bancos resultan ser demasiados estrictos, por lo que pueden limitar todo aquello que vaya en contra de sus propios intereses. (párr. 12)

En su mayoría las Micro y pequeñas empresas no recurren al financiamiento formal, ya que los emprendedores aseguran que los servicios financieros informales benefician a las personas que tienen menos capacidad de pago.

### **Importancia del financiamiento a corto plazo**

De acuerdo con Farfán (2014) nos dice que la importancia del financiamiento a corto plazo radica en que:

Representan en muchas empresas un pasivo circulante significativo, en épocas de inflación cuando la moneda pierde poder de compra, la empresa tiene que acudir a este financiamiento para financiar el capital de trabajo, en este sentido se puede decir que los financiamientos a corto plazo son usados en la empresa para obtener efectivo para hacer frente a la demanda del mercado y a los ciclos de producción y venta cambiaste durante el año. (p.22)

### **Financiamiento a largo plazo**

De la misma manera López (2014) nos dice que las fuentes de financiamiento a largo plazo a las que se puede acudir son:

- Acciones: estas representan una participación de capital o de patrimonio del accionista en la organización. Las desventajas que presenta este financiamiento son que presentan un costo de emisión bastante elevado y ocasiona que el control de la entidad quede diluido. Lo favorable que presenta esta modalidad es que resultan útiles a la hora de adquirir o fusionar empresas.
- Bonos: representan un certificado escrito en el cual el deudor se compromete a pagar en un período de tiempo determinado una suma

específica de dinero, con sus intereses correspondientes. Esta modalidad resulta fácil de vender, no disminuye el control de los accionistas y mejora la situación de liquidez de la empresa. Antes de invertir en este mercado se debe estar sumamente informado, porque puede resultar riesgoso.

- Hipoteca: en este caso, la propiedad del deudor queda en manos del acreedor para de esta manera asegurarse que el préstamo será pagado. Esta forma de financiamiento presenta las desventajas de que surjan medidas legales en caso de que no se cumpla con el pago y además, el prestamista comienza a tener obligaciones para con terceros. Las ventajas que presenta una hipoteca son que, en el caso del prestatario, logra no tener pérdidas cuando realiza el préstamo y puede adquirir intereses por la operación. En el caso del prestamista, cuenta con la oportunidad de poseer algún bien. (párr. 15)

En su mayoría las Micro y pequeñas empresas no recurren a estos tipos de financiamiento a largo plazo, pero existe una parte que opta por las hipotecas, ya que es la manera más fácil de obtener los préstamos.

### **Factores de financiamiento:**

Según Morales (2013) nos dice que los factores para que una empresa acuda a un financiamiento son:

- Por capital propio: plata que tiene los dueños
- Por endeudamiento: asumir compromiso con terceros
- Mescla o financiamiento compartido: financia deuda y capital propio
- Por donación: les dan plata.
- Endeudamiento: Mercado financiero (son los bancos instituciones financieras, cajas de compensación), existe desinformación de cuánto cobran por prestar plata (intereses) es lo que uno tiene que pagar para pedir plata prestada. (párr. 3)

En su mayoría las Micro y pequeñas empresas obtienen financiamiento de sus fondos propios ya que prefieren no endeudarse con las entidades financieras, ya sea porque no pagan ninguna tasa de interés o por descornamiento de los beneficios del crédito formal.

## **Tipos de tasa:**

Los tipos de tasas de interés varía de acuerdo a al entienda financiera, pero de acuerdo con Arango (2015) nos dice que los tipos de tasas de interés más comunes son:

- Tasa de captación: es la tasa de interés que me paga el banco cuando deposito plata
- Tasa de colocación: el banco coloca los intereses. (Superior al 10%), el banco le cobra a la gente por prestarle plata.
- Spread: riqueza que obtiene el estado financiero (negocio del estado financiero) (0,3% es el interés de las cuentas de ahorro del banco estado). (párr. 2)

La mayoría de los emprendedores de las Micro y pequeñas empresas desconocen de los tipos de tasa de intereses, pero la minoría si lo adquieren pagando la tasa de colocación, ya que ellos recurren a los préstamos para las inversiones en sus negocios.

## **Evaluación para acceder a un préstamo**

Para acceder a un préstamo, será necesario que se pase por una serie de evaluaciones, claro está que cada entidad tiene sus propias políticas, de acuerdo con Banco Financiero 2014) nos dice de qué manera o como se evalúa la solicitud de un crédito bancario:

Lo que se busca en una revisión de préstamo, es que quien lo pide sea capaz de pagarlo. Para ello muchos prestamistas solicitan a una agencia de reportes de crédito, una copia de su historial crediticio para determinar su comportamiento al hacer sus pagos. Así que deberá colaborar con estas agencias, de tal manera que puedan presentar una imagen acertada de su negocio. Con esta información, el prestamista tomará en cuenta las consideraciones siguientes: ¿Tiene ahorros y/o activos personales en su negocio, que sumen mínimo el veinticinco al cincuenta por ciento del préstamo que solicita?, ¿Cuenta con una historia de crédito sólida reflejada en su informe de crédito, su historia de trabajo y sus cartas de recomendación?, ¿Tiene la experiencia y preparación necesarias, para -manejar con éxito un

negocio?, ¿Ha preparado una solicitud de préstamo y plan de negocios, que demuestren su entendimiento y compromiso con el éxito del negocio?, ¿Tiene el negocio la liquidez de efectivo suficiente, para hacer los pagos mensuales del préstamo solicitado?. (párr. 3)

Los Microempresarios no tienen suficiente capacidad de pago por ende no recurren al financiamiento externo, es muy importante que las instituciones financieras que apoyen las Micro y pequeñas empresas, aunque no se les otorgue una gran cantidad de capital, es necesario que les dé una tasa de interés que esté al alcance de su capacidad y moral de pago.

### **La manera correcta de invertir el financiamiento**

Todas las empresas en la actualidad necesitan de un financiamiento para cualquier tipo de inversión, para ello antes de recurrir al financiamiento se debe administrar de manera correcta en que se invertirá, de acuerdo con Miranda (s.f) nos dice que los líderes deberán adelantar estudios en torno a los siguientes aspectos:

- a) **Identificación de una estrategia de financiación:** La posibilidad de adelantar una adecuada estrategia de financiamiento se basa principalmente en el conocimiento exhaustivo del proyecto y sus necesidades de recursos, de las fuentes disponibles con sus limitaciones y restricciones, y especialmente de la capacidad de gestión del equipo responsable. La estrategia financiera debe conjugar y hacer valer todas las fortalezas potenciales de negociación y disminuir la importancia de las debilidades detectadas, con el fin de lograr una negociación equilibrada que favorezca a las partes.
- b) **La planificación financiera:** desde luego que solamente tiene sentido una planificación financiera rigurosa cuando el estudio de pre inversión se ha desarrollado repetidos a nivel de factibilidad y se tienen suficientes argumentos para pensar en que el proyecto se ejecutará, pues la información requerida depende que el estudio de ingeniería básica permita respuestas adecuadas en torno a los siguientes aspectos:
  - Programación de actividades y sus necesidades de recursos monetarios.

- Información relativa a los fabricantes de equipos y proveedores y las condiciones de negociación. Cronología de las operaciones, definición de moneda y condiciones de pago.
- Requisitos documentarios y garantías exigidas.
- Fuentes alternativas disponibles y sus respectivos costos, plazos y condiciones.
- Organización y direccionamiento (usos) de los fondos gestionados y comprometidos. (p. 161)

### **Ventajas y desventajas de un crédito Bancario**

De acuerdo con Erossa (s.f) nos dice que el crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por las empresas, así mismo nos da a conocer cuáles son las ventajas y desventajas de un crédito bancario:

- Ventajas. Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades. Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.
- Desventajas. Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa. Un Crédito Bancario acarrea tasas pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses. (p.169)

### **Ventajas del financiamiento**

Por último, de acuerdo con Kokemulle (2016) nos explica que el financiamiento de deuda y capital son tus dos opciones básicas para obtener dinero para comenzar una compañía o hacer crecer un negocio. El financiamiento de la deuda incluye los préstamos a largo plazo que obtienes del banco. El financiamiento de capital es el dinero de inversionistas privados que obtienes a cambio de una acción de propiedades del negocio.

- De deuda, el financiamiento con deuda te permite pagar nuevos edificios, equipo y otros activos utilizados para hacer crecer tu negocio antes de

ganar los fondos necesarios. Esta puede ser una gran forma de perseguir una estrategia de crecimiento agresiva, especialmente si tienes acceso a tasas de interés bajas. Relacionada muy de cerca está la ventaja de pagar tu deuda en porciones durante un periodo de tiempo. Relativo con el financiamiento de capital, también se beneficia al no tener que ceder ninguna propiedad o control del negocio.

- De capital, el financiamiento de capital no tiene que volverse a pagar. Además, compartes los riesgos y responsabilidades de la propiedad de la compañía con los nuevos inversionistas. Como no tienes que hacer ningún pago de deuda, puedes usar el flujo de efectivo generado para hacer crecer aún más a la compañía o para diversificar en otras áreas. Mantener una relación baja de deuda a capital también te pone una mejor posición para obtener un préstamo en el futuro cuando sea necesario. (párr. 4)

### **Desventajas del financiamiento**

Del mismo modo Kokemulle (2016) nos da a conocer las desventajas del financiamiento en función a los siguientes puntos:

- De deuda, sin duda la desventaja más obvia del financiamiento de deuda es que tienes que volver a pagar el préstamo más los intereses, ya que no hacerlo expone tu propiedad y activos a la reposición del banco. El financiamiento de deuda también implica pedir prestado con base en las ganancias futuras. Esto significa que en lugar de utilizar todas tus ganancias futuras para hacer crecer el negocio o para pagar a los propietarios, tienes que distribuir una porción para los pagos de la deuda. Sobre utilizar la deuda puede limitar severamente el flujo de efectivo futuro y estancar el crecimiento.
- De capital, se puede decir que al tomar la inversión de capital, cedes parcialmente tu propiedad y, a cambio, algún grado de autoridad de toma de decisiones sobre tu negocio. Los grandes inversionistas de capital frecuentemente insisten en colocar representantes en las mesas directivas de las compañías con posiciones ejecutivas. Si tu negocio despegas, tienes que compartir una porción de tus ganancias con el inversionista de capital.

Con el tiempo, la distribución de las ganancias a otros propietarios puede exceder lo que tendrías que haber pagado en un préstamo. (párr. 4)

Es necesario resaltar que para poder tener alguna ventaja con las diversas formas de financiamiento es necesario realizar una planeación financiera y así puedas conocer bien la solidez, debilidades, perspectivas y riesgos de tu negocio.

### **Participación de mercado**

Por otro lado, es importante mencionar que las empresas deben verificar cada cierto tiempo su participación en el mercado para que de esta manera puedan tomar decisiones de inversión, en este sentido Espinoza y Delgado (2010):

Es la proporción (o porcentaje) de productos o servicios específicos vendidos por un negocio dentro de una región dada (que puede ser una sola comunidad o el mundo entero). Las medidas de la participación de mercado pueden ser amplias, midiendo qué tan grande es el lugar que tiene una compañía en una industria principal. (p. 55)

De manera similar Mariños y Gutiérrez (2013) los define como “la fracción o porcentaje que se tendrá del total de mercado disponible o del segmento del mercado que está siendo suministrado por la compañía”. (p. 78)

Podemos decir que la participación de mercado es un concepto que tiene una especial relevancia en el mundo de los negocios, el motivo reside en que hablamos de la proporción de productos y servicios que un negocio consigue vender o comercializar en una región determinada.

### **Importancia de la participación de mercado**

De acuerdo con la López (2014) establece que:

En la actualidad todas las empresas productoras de bienes o servicios deben contemplar su participación en el mercado, basándose en la obtención de información, deben conocer el comportamiento del mercado, así como saber que les gusta a sus clientes y que no les gusta sobre su producto, dichos datos ayudarán a mejorar y poder tomar decisiones con base en una investigación de mercados a través del análisis de la información. (párr. 9)

Podemos decir que los principales determinantes de la rentabilidad empresarial es la participación en el mercado. Esto se explica en gran parte porque a mayor cuota de mercado, mayor economía a escala, es decir, mejores ventajas para mejorar la eficiencia de los procesos y aumentar el nivel de competitividad.

### **Determinantes para la participación de mercado**

Por otro lugar es importante conocer cuáles son los determinantes para estimar la participación de mercado, tal y como lo manifiesta el Sánchez y Ruiz (2018):

- Conocer detalladamente las ventas de su empresa en volumen por cada uno de sus productos o servicios ofrecidos.
- Determinar cuál es el tamaño del mercado al cual se enfrenta activamente, basado en estadísticas actualizadas, estudios o publicaciones.
- Reconocer su competidor directo y el papel que él desempeña en cuanto a volúmenes, ventas y participación.(párr. 9)

El tamaño del mercado es la variable imprescindible para comprender el potencial que puede llegar a tener un proyecto. Sin embargo, nos enfrentamos a una gran dificultad que su cálculo no resulta obvio y no es sencillo, tanto por la búsqueda de datos, como los métodos de cálculo, etc.

### **Estrategias para mejorar la participación de mercado**

Del mismo modo es esencial dar a conocer cuáles son las estrategias para incrementar la participación de mercado, en este sentido la empresa Thompson (2012):

- Desarrolla productos que satisfagan nuevas necesidades. Realiza varias encuestas con el fin de determinar qué necesidades no estás cubriendo y definir la viabilidad de poner en el mercado nuevos productos o servicios que las satisfagan.
- Realiza una encuesta de preferencias a clientes potenciales. Luego de identificar nuevos clientes potenciales, hazles una encuesta en la que indagues: Si están adquiriendo el producto que comercializas y a qué negocio se lo compran. Si están satisfechos o no con sus actuales proveedores. De no consumir el producto o servicio, las razones que los

llevaron a tomar tal decisión. Factores importantes en su decisión de compra.

- Amplía el alcance de tu marketing. Busca asesoría experta, que te permita diseñar planes de marketing con objetivos inteligentes basados en datos reales sobre el comportamiento del mercado en general y el consumidor en particular.
- Desarrolla un plan de incentivos para tu equipo de ventas. Sin comprometer la rentabilidad de las ventas, crea un plan de recompensas para tus vendedores. Eso estimulará su producción. párr. 6)

Cabe resaltar que el Marketing es esencial para cualquier empresa, pues esta herramienta permite que el público compre de manera incesante, así mismo podemos decir que sin marketing no podríamos conocer al consumidor y, por consiguiente, lo que quiere o busca. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa, a través de él sabemos qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto y/o servicio.

Cabe resaltar que es muy importante contar con indicadores de desempeño en relación a la partición de mercado, así como también de marketing, debido a que estos indicadores son mediciones que se hacen en las distintas etapas de los procesos vitales de la empresa con el fin de identificar con la mayor objetividad posible en qué grado dicha etapa está contribuyendo o está perjudicando a la consecución de los objetivos estratégicos, tales como el mejoramiento de la satisfacción de cliente y participación de mercado.

### **Desarrollo de productos para mejorar la participación**

Una de las estrategias fundamentales para mejorar la participación de mercado es crear o mejorar los productos para incrementar el grado de satisfacción de los clientes, en este sentido Villafana(s.f):

Desarrollo de producto es el nombre dado a una estrategia del crecimiento donde la meta del negocio es introducir nuevos productos en mercados existentes. Esta estrategia puede requerir el desarrollo de nuevas capacidades y es necesario que el negocio produzca nuevos productos o modifique los actuales para satisfacer necesidades no cubiertas del mercado actual. (párr. 5)

Podemos decir que los negocios que no se mueven en búsqueda de nuevas oportunidades, que no innovan y que no desarrollan nuevos productos corren el riesgo de desaparecer porque siempre habrá otra empresa que cubra las nuevas necesidades de sus clientes.

### **Encuestas y participación de mercado**

De acuerdo con el Álvarez (2017) nos explica que “las encuestas o sondeos de mercado se realizan para poder descubrir, visualizar y analizar el potencial comercial que tendrá un negocio o producto en un determinado nicho de mercado”. (párr. 3)

En definitiva, antes de realizar la encuesta o el sondeo se debe determinar la población, diseñar una encuesta acorde a nuestros objetivos, marcar un tamaño de la muestra que nos permita extraer datos fiables y posteriormente seleccionar la muestra, para comprobar que la encuesta se realiza a nuestro público objetivo.

### **Importancia de las encuestas**

En relación con lo anterior las encuestas son relevantes para conocer la reacción del público objetivo y de esta manera poder mejorar la calidad de los productos y servicios, en este sentido el Álvarez (2017):

- Analizar el target. Conocer al público objetivo al que nos queremos dirigir para conseguir la máxima optimización de nuestras acciones.
- Estudiar la viabilidad de un negocio. Conocer si tu negocio está bien estructurado, si nos dirigimos al público adecuado, si el negocio está bien ubicado, si el rango de precio es el adecuado...todas estas cuestiones las podremos sacar de un buen sondeo o una buena encuesta previa al lanzamiento de una nueva empresa.
- Conocer a la competencia. Saber qué funciona de tu competencia y cuáles son sus debilidades siempre nos aporta un conocimiento extra que podemos aprovechar para nuestro negocio.
- Conocer la experiencia o satisfacción de un cliente. Cada día la experiencia del cliente cobra más importancia. (párr. 12)

- Analizar los ciclos de vida de un producto o servicio. Muchas veces se puede pensar que un producto a fracasado o que ya no funciona, cuando en realidad es que su ciclo de vida ha llegado a su fin.
- Adaptar el plan de marketing. A medida que una empresa o producto se enfrenta al cliente, cambia. Gracias a las encuestas o sondeos podemos ir adaptando el plan de marketing a las nuevas y constantes necesidades del mercado.(párr. 8)

Podemos decir que estudiar y conocer cuáles son las inquietudes del sector al que queremos dirigir nuestro producto o servicio es una de las claves en el éxito de la empresa: qué es lo que realmente necesitan y valoran los usuarios, por qué comprarían un producto y no otro, en qué medida el factor precio o la atención al cliente influyen en la decisión de compra.

### **Plan de marketing y participación de mercado**

Otra de las estrategias fundamentales para mejorar la participación de mercado es elaborar el plan de Marketing es, en ese sentido, la principal herramienta de gestión para definir claramente los campos de responsabilidad de la función y posibilitar el control de la gestión comercial y de Marketing, es decir se trata de un instrumento de gestión imprescindible para la función de Marketing, que contribuye fundamentalmente a los siguientes propósitos, tal y como lo manifiesta Deusto (2008):

- Ayudar a la consecución de los objetivos corporativos relacionados con el mercado: aumento de la facturación, captación de nuevos clientes, fidelización de éstos, mejora de la participación de mercado, incremento de la rentabilidad sobre ventas, potenciación de la imagen, mejora de la competitividad, aumento del fondo de comercio, etc.
- Hacer equipo: Conseguir que el equipo directivo esté de acuerdo en la dirección y desarrollo futuro del negocio. Que el personal de la empresa tenga claro cuál es el “norte” y los planes de futuro que tiene la dirección actual de la empresa. De esta forma, el plan de Marketing se convierte en una excelente brújula para todos.
- Arrancar al departamento comercial y/o de Marketing compromisos claros sobre lo que va a hacer en el futuro y sobre todo, asegurarnos de que lo que

se haga esté en coherencia con lo que la empresa necesita hacer (su estrategia corporativa).

- Proporciona a tu negocio un enfoque y la dirección mediante la identificación de las mejores oportunidades que vale la pena, así como las amenazas que deberás evitar
- Identifica las herramientas que tu empresa puede utilizar con eficacia para combatir la competencia y ganar cuota de mercado. (párr. 3)

### **Indicadores para medir la efectividad del mercadeo**

Por otro lado, la efectividad del mercadeo permitirá logra runa mejor partición de mercado, este sentido se muestra una serie de indicadores, así como lo muestra Bedoya (2007):

- Calidad reconocida por el cliente. Exige mantener garantía del producto/servicio permanentemente
- Lealtad hacia la marca y empresa. Fruto de la estrategia de posicionamiento
- Número de clientes estables. La tasa de retención de clientes es el soporte para el crecimiento en ventas
- Nivel de satisfacción del cliente- Medida por el nivel, frecuencia y severidad de reclamos
- Precio comparado con competencia- Adicional al precio, el cliente mide valor agregado
- Participación de ventas dentro del mercado- Mayor facturación de \”lo mismo, al mismo\”
- Incremento facturación. Medida por frecuencia, monto y porcentaje de compra del total de las necesidades del cliente
- Conocimiento del producto y empresa- Derivado del uso adecuado del CRM, como herramienta de la empresa hacia el cliente
- Cubrimiento. Más que cantidad, es la calidad, el nivel de excelencia de los clientes tanto antiguos, como nuevos clientes
- Velocidad de respuesta a los requisitos del cliente. El ser ya grande no impera, prima el más rápido. Hoy día este factor se lleva la palma.(párr. 2)

Podemos decir que es primordial establecer aquellos indicadores que están directamente relacionados con los objetivos estratégicos. Estos suelen comprender aquellas grandes metas de la organización tanto a nivel comercial ya sean ventas, Participación de mercado, etc. Luego pueden irse definiendo los indicadores de las distintas áreas intermedias que sostienen el cumplimiento de los objetivos principales. De esta manera el sistema de indicadores contribuye a alinear a toda la organización hacia una misma meta.

## **2.2. Hipótesis**

Hi. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Ho. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, no se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

## **2.3. Variables**

**Gestión de calidad en el financiamiento.** Es una de las funciones más importantes de la gerencia financiera, y es de vital importancia para la optimización de los recursos financieros disponibles y el crecimiento de una organización, a partir de un análisis profundo del comportamiento del mismo.

**Participación del mercado.** La participación de mercado es un índice de competitividad, que nos indica que tan bien nos estamos desempeñando en el mercado con relación a nuestros competidores. Este índice nos permite evaluar si el mercado está creciendo o declinando, identificar tendencias en la selección de clientes por parte de los competidores y ejecutar, además, acciones estratégicas o tácticas.

V.1. (Independiente) X = Gestión de calidad en el financiamiento

V.2. (Dependiente) Y = Participación del mercado.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de la investigación**

##### **3.1.1. Tipo**

El tipo de investigación fue descriptivo – correlacional

Fue descriptivo, porque se describió las características de las variables Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018, tal y como se presentó en la realidad donde se encuentran en funcionamiento. En este Hernández et al. (2010), Nos dice que la investigación descriptiva consiste en registrar determinada

participación, tanto de las peculiaridades como los atributos significativos de todo aquello que acontece en el entorno que pueda ser estudiado”. (p. 76)

Fue correlacional, porque se determinó la relación que existe entre la Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018. Al respecto Hernández et al. (2010), señala que la investigación correlacional, “es el grado de relación entre dos o más variables o concepto, en el cual se examina y mide cada una de las variables para posteriormente cuantificarlo y estudiar el vínculo o relación entre estas. La correlación es sustentada a través de la hipótesis”. (p. 86)

### **3.1.2. Nivel**

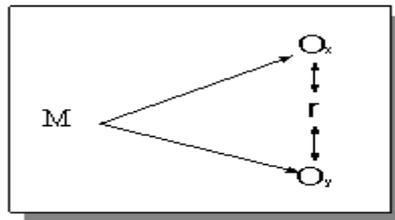
La presente investigación es de nivel aplicada, en razón, que se utilizaron conocimientos de la Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado, a fin de aplicarlas en mejora del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en estudio.

### **3.2. Diseño de la investigación**

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal, de tipo Descriptivo – Correlacional.

Fue No experimental. - Porque se utilizó sin manipular deliberadamente “Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018”, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. En este sentido Hernández et al. (2010), indica que el diseño no experimental se realiza “sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, en la investigación no se debe variar intencionalmente las variables que cause efecto sobre otras variables. Así mismo afirma, que los diseños de investigación transversal recogen datos en un momento dado”. (p. 149)

Fue Transversal. - Porque el estudio “Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018”. Se utilizó en un espacio de tiempo determinado, donde tendrá un inicio y un fin (1 año)



M = Muestra de estudio

O<sub>x</sub> = Observación de la variable (X) Gestión de calidad en el financiamiento.

O<sub>y</sub> = Observación de la variable (Y) Participación de mercado

R = Coeficiente de correlación entre las variables

### 3.3. Población y muestra.

#### 3.3.1 Población de imprentas

Se tomó una población muestral de 21 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018. La cual se obtuvo de la base de datos de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote (Ver anexo 3)

#### 3.3.2 Población de clientes

Por otro lado, se tomó una población para los clientes debido a que es necesario conocer los hábitos de consumo y con ello lograr un mayor fundamento en el nivel de participación de mercado; sin embargo los dueños de las imprentas no brindaron información del número de clientes que acuden a solicitar algún servicios; por ende debido a que se desconoce con precisión el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas.

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

N = Total de la población

Z $\alpha$  = 1.96 al cuadrado (puesto que la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (obtenido de la encuesta piloto en este caso se asignó 60% = 0.6)

q = 1 – p (complemento de p) (p + q debe ser = 1) Por tanto: 1 - 0.6 = 0.4

d = precisión (5%)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.6 \times 0.4}{0.008^2}$$

$$n = \frac{0.921984}{0.0064}$$

$$n = 144.06$$

$$n = 144$$

### **3.3.2.1 Muestra (Clientes)**

La muestra estuvo conformada por 144 clientes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018.

### 3.4. Definición y operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Gestión de calidad en el financiamiento	Se refiere a los procedimientos de gestión, en base a las decisiones financieras	Usar los procesos de gestión para mejorar la toma de decisiones financieras	Gestión empresarial	Proceso gerencial Toma de decisiones, desarrollo empresarial	Totalmente de acuerdo
					De acuerdo
					Neutral
					En desacuerdo
					Totalmente en desacuerdo
			Decisiones de inversión	Plan de crecimiento y expansión Tipo de inversión Análisis del servicio	Totalmente de acuerdo
					De acuerdo
					Neutral
					En desacuerdo
			Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento Análisis financiero	Totalmente de acuerdo
					De acuerdo
					Neutral
En desacuerdo					
Totalmente en desacuerdo					
Participación de mercado	Al porcentaje de un producto vendido por una empresa en relación a las ventas totales de productos similares de otras compañías que comparten la misma categoría en un mercado específico	Medir y analizar la participación o cuota de mercado en bases a la unidades de ventas y los niveles de ingresos, así como los hábitos de compra del cliente	Nivel de ventas %	Ingresos mensuales	Cuantitativo
				Nivel de participación	Muy alto
					Alto
			Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita	Nominal
				Frecuencia de compra	

### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información será: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

En esta investigación, el instrumento empleado será el cuestionario el cual consta de 25 ítems, 21 ítems para la variable: Gestión de calidad en el financiamiento y 4 ítems, para la variable: Participación de mercado. (Ver anexo 4)

#### *Validez del instrumento*

En cuanto a su validez, se utilizó la técnica de opinión de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos, aplicado a docentes especialistas en el tema, con el fin de validar los instrumentos de recolección de datos en este caso el cuestionario sobre la evaluación de la Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado (Ver anexo 6)

#### *Confiabilidad*

El instrumentó está compuesto por 25 ítems, siendo el tamaño de la muestra piloto de 10 encuestados; es decir se aplicó la prueba piloto con el fin el fin de identificar y eliminar los posibles problemas en la elaboración del cuestionario. Por otro lado el nivel de confiabilidad de la investigación es de 95% y para determinar la fiabilidad del instrumento se utilizó el software estadístico SPSS versión 22, cuyos resultados se presentan a continuación:

#### *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	25	100,0

#### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,723	25

### *Interpretación*

Como se puede apreciar el resultado tiene un valor de 0.723, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad ya que cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mayor es la fiabilidad. Lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, valiéndolo su uso para la recolección de datos.

### **3.6. Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis correlacional de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. Se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y servirá para las posteriores modificaciones; Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual.

Por otro lado, se utilizó el programa estadístico SPSS 22 para el procesamiento de datos, llevando a cabo la tabulación, elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados que se obtuvieron en las encuestas. (Ver anexo 5)

Por último, se realizó la Prueba de hipótesis de Chi cuadrado, que es una prueba no paramétrica que sirve para comprobar la relación de las variables a través de los resultados de la encuesta.

Dónde:

- **Si  $p < \alpha$**  el resultado es significativo, es decir, rechazamos la hipótesis nula de independencia y por lo tanto concluimos que ambas variables estudiadas son dependientes, existe una relación entre ellas. Esto significa que existe menos de un 5% de probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta en nuestra población.
- **Si  $p > \alpha$**  el resultado no es significativo, es decir, aceptamos la hipótesis nula de independencia y por lo tanto concluimos que ambas variables estudiadas son independientes, no existe una relación entre ellas. Esto significa que existe más de un 5% de probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta en nuestra población y lo

consideramos suficiente para aceptar.

### **3.7. Matriz de consistencia**

Es útil para construir no solo los problemas, objetivos, e hipótesis generales y específicas, sino también para desarrollar el constructo del marco teórico o las bases teóricas de un proyecto de investigación y la tesis, en concatenación a las variables, dimensiones e indicadores y la construcción de los instrumentos de investigación, en este sentido este instrumento se presenta en el (Anexo 7)

### **3.8. Principios éticos**

Para la investigación: Gestión de calidad en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, nuevo Chimbote, 2018, se tuvieron en cuenta los siguientes principios éticos:

- Se respetó el *principio de confiabilidad*; ya que no se lastimo ni daño a los representantes, del mismo modo se les aseguro que la información que ha sido obtenida, solo será utilizada profesionalmente para fines del estudio que ayudará a determinar el problema de la investigación y posibles soluciones.
- Se tomó en cuenta el *principio de respeto*; se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado.
- También se tomó en cuenta *principio de justicia*; ya que todos los participantes involucrados tienen el derecho a un trato justo y equitativo.
- Del mismo modo *el principio de confidencialidad*. Los participantes tienen el derecho a que la información que proporcionen sea mantenida en la más estricta confidencialidad mediante el anonimato, condición por la cual ni el mismo investigador puede asociar a un sujeto con la información proporcionada.
- Y por último el *principio de la veracidad* debe ser necesario precisar que en ciencia uno de los comportamientos incorrectos más dañinos es la falsificación de datos o resultados. El daño más grave que se causa no es que el infractor alcance indebidamente un grado académico; lo peor es que la información inventada tal vez vaya a ser usada de buena

## IV. RESULTADOS

### 4.1.1. Resultados descriptivos de la variable Gestión de calidad en el financiamiento (V1)

a) Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Para desarrollar dicho objetivo se aplicó un cuestionario ene escala Likert en las siguientes categorías: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= en desacuerdo; 3= neutral; 4= de acuerdo; 5= totalmente de acuerdo, no obstante, para determinar el nivel de Gestión de calidad en el financiamiento se transformaron las dimensiones, donde se obtuvo una escala ordinal en las siguientes categorías: 1= Muy bajo; 2= Bajo; 3= Medio; 4= Alto; 5= Muy alto.

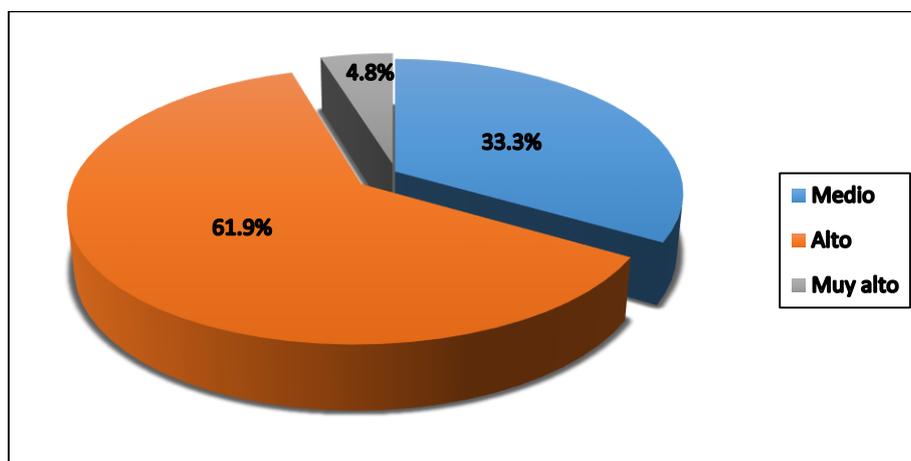
Tabla 1.

*Distribución porcentual de la Gestión de calidad en el financiamiento.*

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	7	33,3
Alto	13	61,9
Muy alto	1	4,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 1. *Distribución porcentual del nivel de Gestión de calidad en el financiamiento.*



Fuente. Tabla 1

De acuerdo con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 61,9% cuentan con un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 33,3% cuentan con un nivel medio y el 4,8% un nivel muy alto.

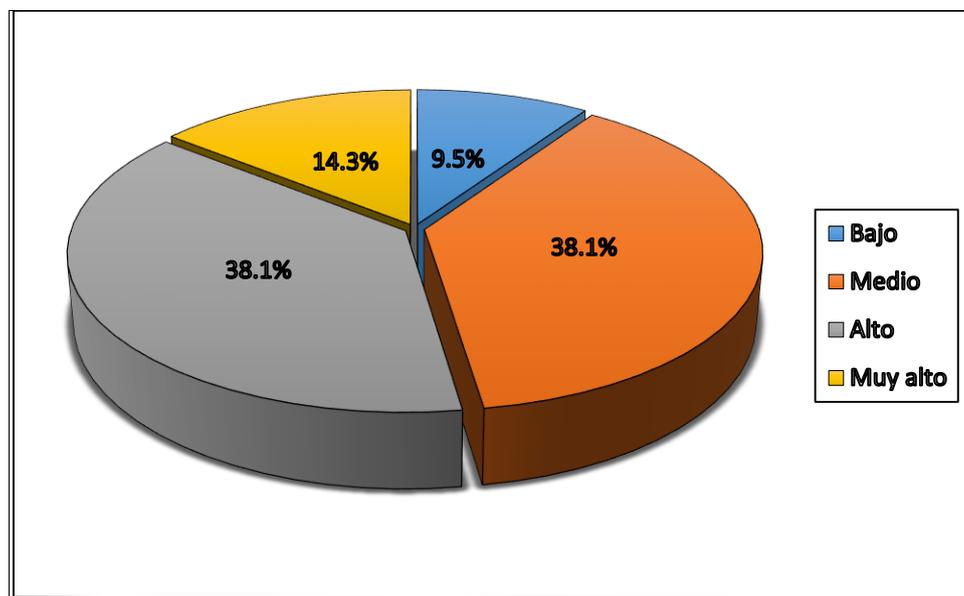
Tabla 2.

*Distribución porcentual de la dimensión 1 Gestión empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	9,5
Medio	8	38,1
Alto	8	38,1
Muy alto	3	14,3
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 2. *Distribución porcentual de la dimensión 1 Gestión empresarial*



Fuente. Tabla 2

De acuerdo con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 38,1% cuentan con un nivel alto en la Gestión empresarial, el 38,1% un nivel medio, el 14,3% un nivel muy alto y el 9,5% un nivel bajo.

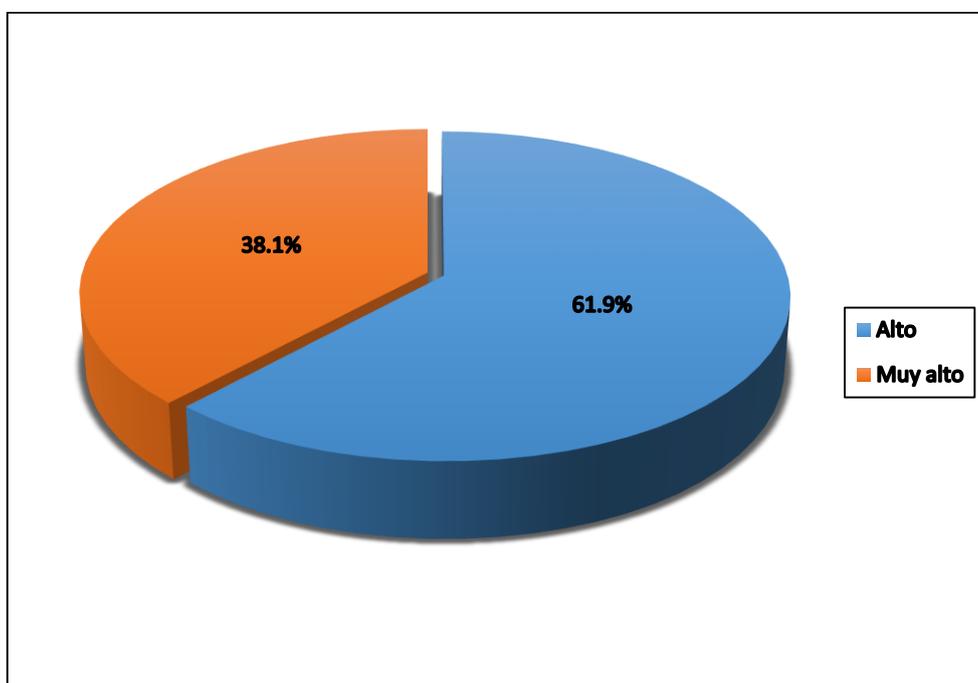
Tabla 3.

*Distribución porcentual de la dimensión 2 Análisis de inversión*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	13	61,9
Muy alto	8	38,1
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 3. *Distribución porcentual de la dimensión 2 Análisis de inversión*



Fuente. Tabla 3

De acuerdo con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 61,9% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de inversión y el 38,1% un nivel alto.

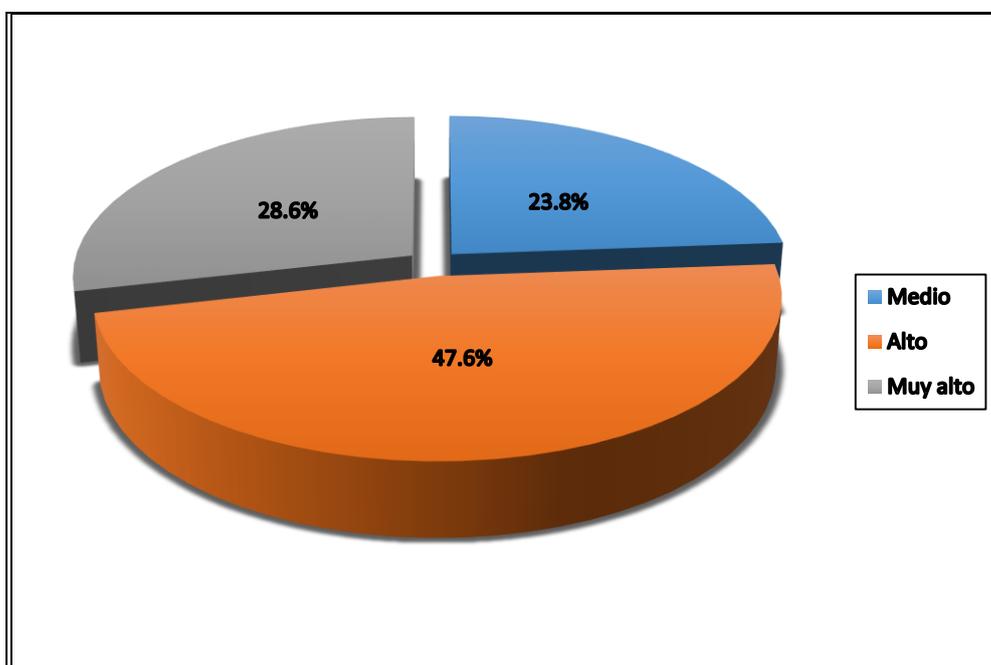
Tabla 4.

*Distribución porcentual de la dimensión 3 Análisis de financiamiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	5	23,8
Alto	10	47,6
Muy alto	6	28,6
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 4. *Distribución porcentual de la dimensión 3 Análisis de financiamiento*



Fuente. Tabla 4

De acuerdo con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 47,6% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de financiamiento, el 28,6% un nivel muy alto y el 23,8% un nivel medio.

#### 4.1.2. Resultados descriptivos de la variable Participación de mercado (v2)

b) Analizar la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 5.

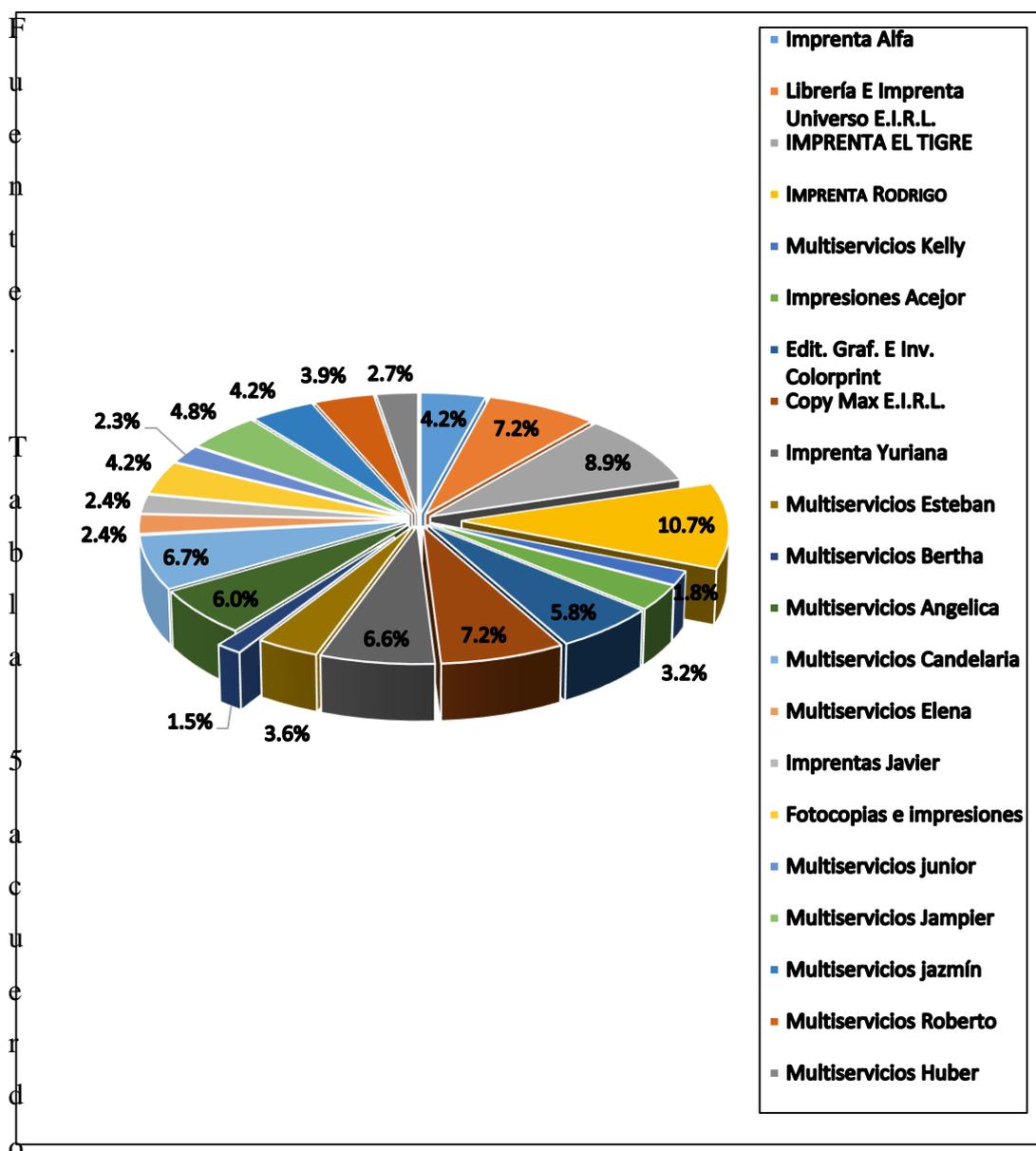
*Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 Ingresos mensuales*

<b>EMPRESA</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>% DE PARTICIPACION</b>
Imprenta Alfa	7000	4.2%
Librería E Imprenta Universo E.I.R.L.	12,000	7.2%
Imprenta El Tigre	15,000	8.9%
<b>Imprenta Rodrigo</b>	<b>18,000</b>	<b>10.7%</b>
Multiservicios Kelly	3,000	1.8%
Impresiones Acejor	5,400	3.2%
Edit. Graf. E Inv. Colorprint	9,800	5.8%
Copy Max E.I.R.L.	12,000	7.2%
Imprenta Yuriana	11,000	6.6%
Multiservicios Esteban	6,000	3.6%
<b>Multiservicios Bertha</b>	<b>2,500</b>	<b>1.5%</b>
Multiservicios Angélica	10,000	6.0%
Multiservicios Candelaria	11,300	6.7%
Multiservicios Elena	4,000	2.4%
Imprentas Javier	4,000	2.4%
Fotocopias e impresiones	7,000	4.2%
Multiservicios junior	3,800	2.3%
Multiservicios Jampier	8,000	4.8%
Multiservicios jazmín	7,000	4.2%
Multiservicios Roberto	6,500	3.9%
Multiservicios Huber	4,500	2.7%
<b>TOTAL</b>	<b>167,800</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 5.

*Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador Ingresos mensuales*



con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que la Imprenta Rodrigo tiene el 10,7% del total de ingresos de la industria por lo cual tiene el mayor nivel de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Bertha tiene el 1,5% del total de ingreso por lo cual tiene el menor nivel de participación del mercado.

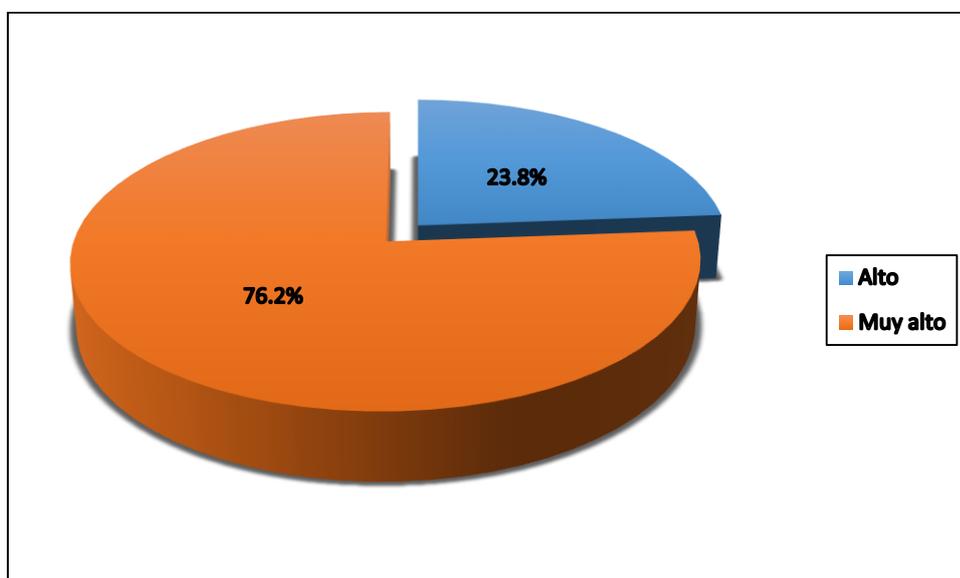
Tabla 6.

*Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 2 Nivel de participación de mercado.*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	5	23,8
Muy alto	16	76,2
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 6. *Distribución porcentual de la Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 2 Nivel de participación de mercado*



Fuente. Tabla 6

De acuerdo con la información brindada por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 76,2% consideran que tienen un nivel muy alto de participación de mercado, el 23,8% un nivel alto.

## Población de clientes

Del mismo modo se aplicó un cuestionario para los clientes; con el fin de reconocer los hábitos de consumo y poder lograr un mayor un mayor fundamento en la participación de mercado

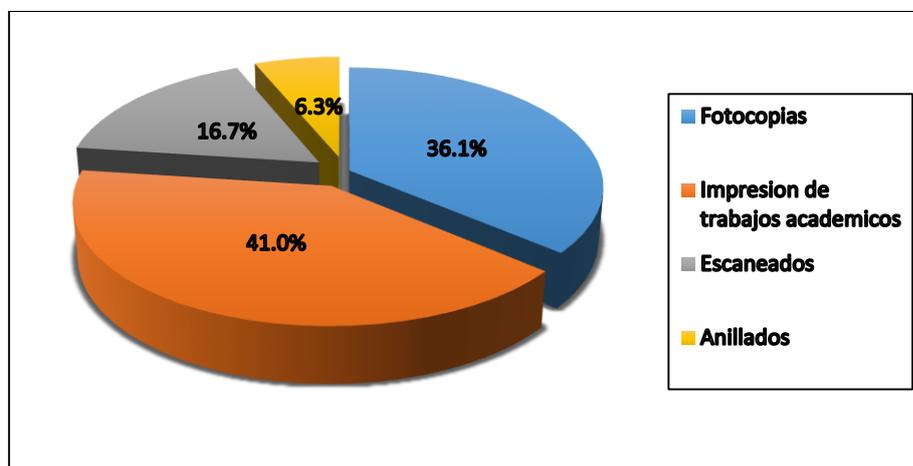
Tabla 7.

*Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 1 Servicios que solicita de las imprentas*

	Frecuencia	Porcentaje
Fotocopias	52	36,1
Impresión de trabajos académicos	59	41,0
Escaneados	24	16,7
Anillados	9	6,3
Total	144	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 7. *Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 1 Servicios que solicita de las imprentas*



Fuente. Tabla 7

De acuerdo con la información brindada por los clientes de las micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 41,0% solicita el servicio de impresiones de trabajos académicos, el 36,1% solicita el servicio del fotocopiado, el 16,7% escaneados y el 6,3% anillados.

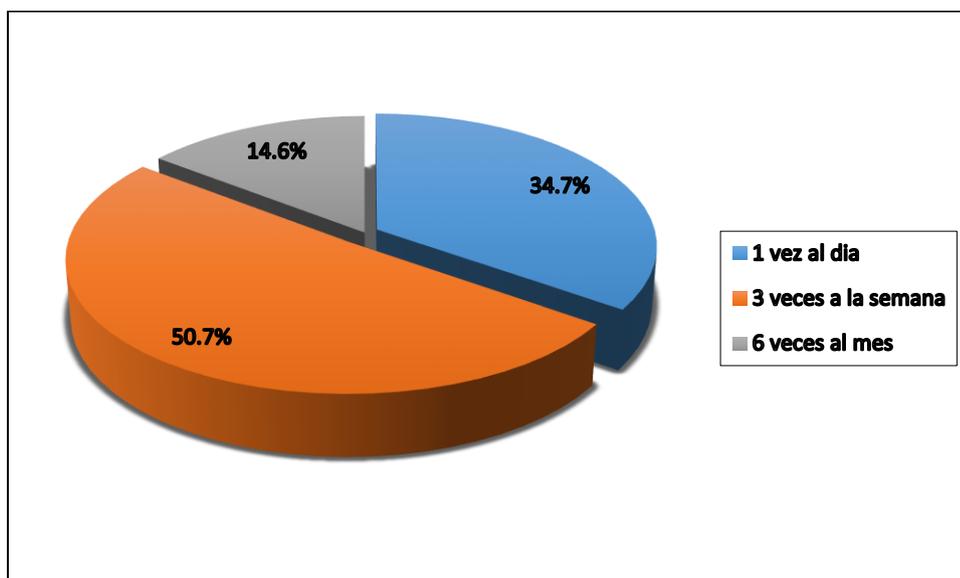
Tabla 8.

*Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 2 calidad*

	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	50	34,7
3 veces a la semana	73	50,7
6 veces al mes	21	14,6
Total	144	100,0

*te: Cuestionario aplicado a los clientes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

Figura 8. *Distribución porcentual de la Dimensión 2 Hábitos de compra del cliente: Indicador 2 calidad*



Fuente. Tabla 8

De acuerdo con la información brindada por los clientes de las micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, se puede observar que el 50,7% acude 3 veces al día a la imprenta, el 34,7% una vez al día, y el 14,6% 6 veces al mes.

### 4.1.3 Prueba de Hipótesis

#### 4.1.3.1 Constatación de Hipótesis de la gestión de calidad en el financiamiento (V1) y la Participación de mercado (V2)

**Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018**

Hi. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Ho. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, no se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Para resolver el objetivo general, se utilizó el método estadístico Chi cuadrado, en la cual se utilizaron las dimensiones de la Variable gestión de calidad en el financiamiento debido a que los resultados fueron en medición ordinal; sin embargo, en la variable Participación de mercado se utilizó la pregunta ¿Cómo considera su nivel de participación en el sector?, debido a que esta dimensión tiene una relación directa con la variable.

Tabla 9. Método estadístico para contraste de hipótesis

Método estadístico para contraste de hipótesis			Nivel de Participación de mercado		Total
			Alto	Muy alto	
Gestión de calidad en el financiamiento	Medio	Recuento	2	0	2
		Recuento esperado	,5	1,5	2,0
		% del total	9,5%	0,0%	9,5%
	Alto	Recuento	2	14	16
		Recuento esperado	3,8	12,2	16,0
		% del total	9,5%	66,7%	76,2%
	Muy alto	Recuento	1	2	3
		Recuento esperado	,7	2,3	3,0
		% del total	4,8%	9,5%	14,3%
Total		Recuento	5	16	21
		Recuento esperado	5,0	16,0	21,0
		% del total	23,8%	76,2%	100,0%

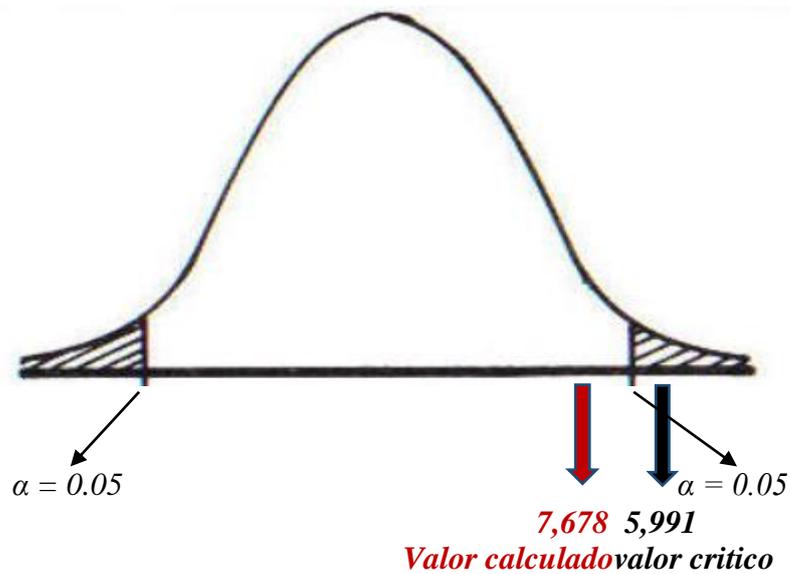
Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

### Pruebas de Chi-cuadrado

Prueba del Chi cuadrado	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,678 <sup>a</sup>	2	,022
Razón de verosimilitud	7,177	2	,028
Asociación lineal por lineal	1,625	1	,202
N de casos válidos	21		

a. 5 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,48.

Figura 9. Curva de Chi cuadrado



#### Interpretación:

Como se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), y con 2 grados de libertad se tiene que, el valor límite es igual a 5,991 y en la prueba el valor de Chi cuadrado calculado es de 7,678; el valor crítico es menor al valor calculado en forma abultada, en consecuencia, se rechaza el  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , es decir: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

## 4.2. Análisis de resultados

- a) **Objetivo general:** Determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018

En la tabla 9, se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), y con 2 grados de libertad se tiene que, el valor límite es igual a 5,991 y en la prueba el valor es de Chi cuadrado calculado es de 7,678; el valor crítico es menor al valor calculado en forma abultada, en consecuencia, se rechaza el  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , es decir: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018, estos datos se asemejan a los resultados de Villavicencio (2013) quien menciona que el crédito financiero mejora la rentabilidad, del mismo modo se relaciona con Cobian (2015) quien demostró que la Mype Industria S&B SRL, gracias a los créditos obtenidos obtuvo un efecto positivo en la rentabilidad patrimonial, de la misma manera con Ferred (2015) quien establece que el financiamiento es importante para las empresas, llegando a la conclusión que influye positivamente en la rentabilidad, sin embargo los datos mencionados se contrastan con Flores y Sánchez (2014) quienes mencionan que los proceso de la toma de decisiones de la empresa no son eficientes, causando una relación negativa en la rentabilidad de la empresa.

- b) **Objetivo específico 1:** Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018. En la tabla 1 se observa que el 62,5% consideran que tienen un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento

En la Tabla 1, se puede observar que el 61,9% cuentan con un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, es decir los gerentes de las imprentas, usan de manera adecuada de los recursos, y esto les ha permitido crear relaciones de calidad y durabilidad con los inversores y adelantarse a los riesgos financieros para actuar en consecuencia, por ende cabe decir que su la empresa posee una buena gestión financiera, la consecución de sus objetivos será más fácil y es más

probable que la todo funcione correctamente, es por ello que la confianza entre la empresa y su gestor financiero es fundamental, debiendo velar ambos por el beneficio mutuo.

En la tabla 2, se puede observar que el 38,1%% cuentan con un nivel alto en la Gestión empresarial, el 38,1% un nivel medio, de esta manera se puede afirmar que los representantes tienen buenos niveles de conocimientos en las actividades diarias que realizan, por lo cual son eficaces en sus procesos, cabe decir que esta buena gestión empresarial ayuda a las empresas a utilizar los recursos humanos y físicos de manera productiva, del mismo modo optimizar el uso de recursos escasos y seleccionar su mejor uso.

En la tabla 3, se puede observar que el 61,9% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de inversión, estos datos parcialmente coinciden con Segura (2014) quien menciona que las decisiones de inversión facilitan la efectividad de las pequeñas y medianas empresas industriales de Lima Metropolitana; mediante inversiones en activo corriente y activo no corriente que faciliten la mayor rentabilidad para hacer frente a los costos de las deudas, en este sentido las empresas muestran seguridad financiera dado que es clave para su futuro, y acumular un capital a partir del ahorro y tomar buenas decisiones de inversión son las formas ideales para alcanzar esa meta, del mismo modo antes de hacer un buen plan de inversión es importante saber los objetivos, metas, saber qué monto de dinero quiere invertir, medir el riesgo que desea tomar y los instrumentos financieros que va a elegir.

En la tabla 4, se puede observar que el 47,6% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de financiamiento, estos resultados se asemejan con los hallado por Segura (2014) quien menciona que las decisiones de financiamiento facilitan la economía y eficiencia de las pequeñas y medianas empresas industriales de Lima Metropolitana; mediante alternativas de financiamiento para capital de trabajo y financiamiento para bienes de capital al costo, plazos y otras condiciones razonables, pero infieren con lo encontrado por Flores y Sánchez (2014) quienes mencionan que existe deficiencias financieras por parte de la empresa siendo esto más observable al momento de elegir por una fuente de financiamiento sin evaluar

las opciones de financiamiento en la cual no analizan los costos, la disponibilidad y todos los componentes que sean necesario

- c) **Objetivo específico 2:** Analizar la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

En la tabla 5, se puede observar que el 76,2% consideran que tienen un nivel muy alto de participación de mercado, los representantes consideran que tiene un nivel alto porque tienen gran demanda, y aunque no han evaluado a la competencia son conscientes de que la empresa están pasando por buenos momentos en su salud económica y financiera antes ello, es necesario tomar en cuenta los indicadores para medir el nivel de ventas puesto que estos datos servirán para tomar mejores decisiones en cuanto a las inversiones que hace con frecuencia.

En la tabla 6, se puede observar que la Imprenta Rodrigo tiene el 10,7% del total de ingresos de la industria por lo cual tiene el mayor nivel de participación de mercado, podemos decir que esta empresa ha logrado una mayor participación por que tienen varios años en el rubro, así mismo cuentan con líderes experimentados, cabe decir que la importancia de la participación de mercado es que ayuda a las empresasa predecir los prospectos futuros, alfo de vital importancia para la dirección como para los inversionistas, por ultimo si la participación de mercado de una compañía está en incremento, esto indica que las ganancias están creciendo a una velocidad más rápida que el promedio de la industria.

- d) **Objetivo Especifico 3:** Determinar el efecto de la Gestión de la Calidad basada en el Financiamiento en la Participación del Mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Recurrir al financiamiento permite a la empresa poder expandirse en el sector, por ejemplo, en las imprentas si en caso exista una demanda de nuevos productos o servicios, la expansión se convierte en una opción muy relevante, es decir el financiamiento se podría utilizar para la apertura de una nuevo local, así como para la innovación de un nuevo servicios, nuevas máquinas, la investigación de mercados, o como la capacitación al personal, de esta manera se lograra incrementar el posicionamiento y participación de mercado.

## V. CONCLUSIONES

Para el objetivo general. Se concluye que el nivel de significancia es menor que 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), y con 2 grados de libertad se tiene que, el valor límite es igual a 5,991 y en la prueba el valor es de Chi cuadrado calculado es de 7,678; el valor crítico es menor al valor calculado en forma abultada, en consecuencia, se rechaza el  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , es decir: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018.

Para el objetivo específico 1. Se concluye que el 61,9% cuentan con un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 38,1% cuentan con un nivel alto en la Gestión empresarial, el 38,1% un nivel medio, el 61,9% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de inversión, el 47,6% cuentan con un nivel alto en las Decisiones de financiamiento.

Para el objetivo específico 2. Se concluye que el 76,2% consideran que tienen un nivel muy alto de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Rodrigo tiene el 10,7% del total de ingresos de la industria por lo cual tiene el mayor nivel de participación de mercado, del mismo modo la Imprenta Bertha tiene el 1,5% del total de ingreso por lo cual tiene el menor nivel de participación del mercado.

Para el objetivo 3. Recurrir al financiamiento permite a la empresa poder expandirse en el sector, por ejemplo, en las imprentas si en caso exista una demanda de nuevos productos o servicios, la expansión se convierte en una opción muy relevante; es decir el financiamiento se podría utilizar para la apertura de una nuevo local, así como para la innovación de un nuevo servicios, nuevas máquinas, la investigación de mercados, o como la capacitación al personal, de esta manera se lograra incrementar el posicionamiento y participación de mercado.

## **RECOMENDACIONES**

Analizar la capacidad de endeudamiento de la empresa antes de optar por un crédito y evaluar si sería rentable o no, antes de adquirirlo.

Analizar la solicitud de un crédito, es decir evaluar bien la tasa de interés que cobra la entidad financiera, además de los plazos y las cuotas que van a ir pagando periódicamente, con la finalidad de incrementar la rentabilidad de la empresa.

Negociar los plazos de crédito con los proveedores, en este sentido se debe buscar que los plazos de pago sean flexibles, de modo que las imprentas puedan tener un respiro en caso de que algún cliente o varios clientes no le paguen a tiempo, así mismo la negociación con los proveedores, permitirá la reducción de costes, dado que al establecer relaciones largo plazo se evitan costos innecesarios en nuevos contratos, así como reducción de costes por el volumen de compra.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arango, L. (2015). *Tasa de colocación y tasa de captación*. Recuperado de [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/tasa\\_de\\_colocacion\\_y\\_tasa\\_de\\_captacion](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/tasa_de_colocacion_y_tasa_de_captacion)
- Banco Financiero, (2014). “*Como es revisada una solicitud de préstamo*”. Recuperado de [http://www.trabajo.com.mx/como\\_es\\_revisada\\_una\\_solicitud\\_de\\_prestamo.htm](http://www.trabajo.com.mx/como_es_revisada_una_solicitud_de_prestamo.htm)
- Bedoya, J. (2007). *10 indicadores que miden la efectividad del mercadeo*. Recuperado de [https://degerencia.com/articulo/10\\_indicadores\\_que\\_miden\\_la\\_efectividad\\_del\\_mercadeo/](https://degerencia.com/articulo/10_indicadores_que_miden_la_efectividad_del_mercadeo/)
- Castañó, G. (2017). *Alternativas de financiación para productores de maíz en el marco del postconflicto en Colombia*. Recuperado de, [http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/8629/Alternativas\\_financiacion\\_productores.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/8629/Alternativas_financiacion_productores.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez, L. y Ruiz, O. (2018). *La participación de mercado una variable a tener en cuenta*. Recuperado de <http://www.ciminvestigacion.com/la-participacion-de-mercado-una-variable-tener-en-cuenta/>
- Deusto, T. (2008). *La importancia del plan de Marketing como herramienta de gestión*. Recuperado de <https://winred.com/marketing/la-importancia-del-plan-de-marketing-como-herramienta-de-gestion/gmx-niv115-con2642.htm>
- Dioses, J. (2014). *Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio - rubro ferreterías del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2013 – 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Espinoza y Delgado (2010). *Estrategias Genéricas Michael Porter*. Arequipa, Perú: Universidad Autónoma de San Francisco.

- Erossa, V. (s.f). *Fuentes de Financiamiento a Mediano y Largo Plazo, y su Costo*. Recuperado de <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>
- Farfán, A. (2014). *Finanzas I*. (p.14 -22), Lima, Perú: Editorial Imprenta Unión.
- Garamendi, A. (2017). La educación financiera, esencial para las pymes. Recuperado de, <https://www.cepyme.es/2246-educacion-financiera-esencial-pymes/>
- Gonzales, S. (2013). *Economía para todos: la financiación de las PYMES*. Recuperado de <http://www.actibva.com/magazine/economia-para-todos/economia-para-todos-la-financiacion-de-las-pymes>
- Gitman, J. (2009) *Fundamentos de Administración Financiera*. México, México: Harper&Row Latinoamericana.
- Hernández S., Fernández C y Baptista M. (2010). *Metodología de la investigación (5ª ed.)*. México, México: McGraw-Hill
- Instituto Pyme. (2014). *Acceso a financiamiento*. Recuperado de [http://www.institutopyme.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=115&Itemid=581](http://www.institutopyme.org/index.php?option=com_content&view=article&id=115&Itemid=581)
- Thompson, I. (2012). *Cómo Incrementar las Ventas en un Corto Plazo*. Recuperado de, <http://www.marketingintensivo.com/articulos-ventas/como-incrementar-las-ventas.html>
- López, J. (2014). *Fuentes de financiamiento para las empresas*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas>
- López, f. (2013). *Caracterización de la formalización y el financiamiento de las MYPES del sector comercio - rubro venta de prendas de vestir para damas del distrito de nuevo Chimbote, del año 2013*. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- López, M. (2015). *La importancia del Análisis de Mercado para la creación de nuevos productos*. Recuperado de, <https://www.milenio.com/opinion/varios->

autores/universidad-politecnica-de-tulancingo/la-importancia-del-analisis-de-mercado-para-la-creacion-de-nuevos-productos

Mariños, M y Gutiérrez. L. (2013). *Participación de mercado y eficiencia de la caja municipal de ahorro y crédito de Sullana como determinantes de su rentabilidad en el periodo 2009 – 2013*. Trujillo, Perú: Universidad privada Antenor Orrego

Morales, F. (2013). *Factores que influyen en las decisiones de financiamiento*. Recuperado de <https://prezi.com/zx0wsbthow0l/factores-que-influyen-en-las-decisiones-de-financiamiento-a>

Miranda, J. (s.f). *Fuentes de financiación*. Recuperado de [http://antioquia.gov.co/banco-proyectos/12\\_fuentes\\_financiacion.pdf](http://antioquia.gov.co/banco-proyectos/12_fuentes_financiacion.pdf)

OECD. (2013). *Perspectivas Económicas de América Latina*. Recuperado de <http://www.latameconomy.org/es/outlook/2013/>

Rojas, Y. (2011). “*Fuentes y formas de financiamiento empresarial*”. Re Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentes-formas-financiamiento-empresarial.shtml>

Torres, E. (2018). *Un banco que no está en pymes en Perú no está en la banca*. Recuperado de, <https://gestion.pe/economia/banco-pymes-peru-banca-4761>

Villavicencio, J. (2013). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013*. (Tesis pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Villafana, R. (s.f). *Estrategias de desarrollo de productos*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/competenciaestrategia/estrategias-de-crecimiento---ansoff/estrategias-de-desarrollo-de-productos>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Cronograma de actividades

ACTIVIDADES PROGRAMADAS ONFI	SESIONES														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Introducción del Informe de Investigación	X	X	X												
Revisión de Literatura				X	X										
Metodología						X									
Resultado de Investigación							X	X							
Análisis de Resultado de Investigación									X	X	X				
Conclusiones y Recomendaciones												X	X		
Referencias Bibliográficas														X	
Anexos															X

**Anexo 2**  
**Presupuesto**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
USB 16GB	UNIDAD	1	S/. 42,00	S/. 42,00
LAPIZ	UNIDAD	2	S/. 1,00	S/. 2,00
LAPICERO	UNIDAD	2	S/. 0,50	S/. 1,00
CUADERNO	UNIDAD	2	S/. 14,00	S/. 28,00
FOLDER MANILA	UNIDAD	6	S/. 0,70	S/. 4,20
PAPEL BOND A4	MILLAR	1	S/. 25,00	S/. 25,00
INTERNET	HORAS	50	S/. 1,00	S/. 50,00
FOTOCOPIAS	UNIDAD	30	S/. 0,10	S/. 3,00
MOVILIDAD	PASAJES	13	S/. 40,00	S/. 520,00
TOTAL				S/. 675,20

**Financiamiento:** autofinanciado por el estudiante

### Anexo 3

#### Población

N°	Razón Comercial	Dirección
01	Imprenta Alfa	Santa Rosa
02	Librería E Imprenta Universo E.I.R.L.	Villa María I
03	IMPRENTA EL TIGRE	AVENIDA PACIFICO W1
04	Imprenta Rodrigo	Av. Pacífico Mz. A1 Lte 11
05	Multiservicios Kelly	Nuevo Chimbote – BellamarMz I - Lote 12
06	Impresiones Acejor	Bellamar
07	Edit. Graf. E Inv. Colorprint	BancharoRossi
08	Copy Max E.I.R.L.	Nicolás Garatea
09	Imprenta Yuriana	19 De Marzo
10	Multiservicios Esteban	Centro cívico
11	Multiservicios Bertha	Nicolás Garatea I Etapa
12	Multiservicios Angélica	Belén
13	Multiservicios Candelaria	Villa San Luis I Etapa
14	Multiservicios Elena	Olivos
15	Imprentas Javier	Frente a la Universidad del Santa
16	Fotocopias e impresiones	Frente a la Universidad del Santa
17	Multiservicios Junior	Frente a la Universidad del Santa
18	Multiservicios Jampier	Frente a la Universidad del Santa
19	Multiservicios Jazmín	Frente a la Universidad del Santa
20	Multiservicios Roberto	Frente a la Universidad del Santa
21	Multiservicios Huber	Frente a la Universidad del Santa

Fuente: Municipalidad distrital de nuevo Chimbote

## Anexo 4

### Cuestionario

#### VI: Gestión de calidad en el financiamiento

**INSTRUCCIONES:** Marque por favor lo que a su criterio es la alternativa correcta

**En donde:** 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Neutral; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo

<b>Dimensión 1: Gestión empresarial</b>	1	2	3	4	5
1. ¿La gestión empresarial le permite planificar las actividades financieras?					
2. ¿Cuenta con un área o departamento de tesorería?					
3. ¿El líder comunica las decisiones de financiamiento e inversión?					
4. ¿Se mide el rendimiento del finamieto para establecer medidas de corrección?					
5. ¿La gestión empresarial ayuda a obtener las fuentes de financiamiento que serán utilizadas en las inversiones, para que ponderando los riesgos, se obtenga la rentabilidad que busca la empresa?					
6. ¿La gestión empresarial permite a la empresa disponer del capital financiero, es decir del financiamiento propio y de terceros para concretar las inversiones temporales y permanentes y generar rentabilidad?					
7. ¿La gestión empresarial dispone de políticas, estrategias, tácticas, acciones, procesos y procedimientos?					
8. ¿La gestión empresarial tiene los elementos necesarios para gestionar adecuadamente los riesgos financieros y de otro tipo?					
9. ¿La gestión empresarial es una herramienta que incide en el desarrollo de las MYPES?					
<b>Dimensión 2: Decisiones de inversión</b>					
10. ¿Considera usted que la empresa ha demostrado crecimiento y expansión en este año?					
11. ¿Cree usted que las decisiones de inversión son importantes para el crecimiento de la empresa?					
12. ¿Conoce los tipos de Inversiones que se realiza y que le generan mayor ingreso a la empresa?					
13. ¿Cree que se ha utilizado de manera eficiente los recursos					

disponibles?					
14. Considera que la política de servicio son las más adecuadas					
15. ¿Conoce cuál es el servicio que tiene mayor rentabilidad en la empresa?					
<b>Dimensión 3: Decisiones de financiamiento</b>					
16. ¿Conoce las principales fuentes de financiación que existen?					
17. ¿Considera usted que los aportes de los socios cubren las necesidades financieras de la empresa?					
18. ¿Cree usted que se requiere una ampliación de capital social para cubrir las necesidades de la empresa?					
19. ¿Se ha requerido financiamiento para la adquisición de Activos?					
20. ¿Usa alguna técnica o método para el análisis financiero de la empresa?					
21. ¿Considera que es importante el Análisis Financiero, para la toma de decisiones?					

#### **VD: Participación de mercado**

#### **22. ¿Cómo considera su nivel de participación en el sector?**

- a) Muy alto
- b) Alto
- c) Medio
- d) Bajo
- e) Muy bajo

#### **23. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

-----

#### **24. ¿Qué servicio son los que más solicita?**

- a) Fotocopias
- b) Impresiones
- c) Escaneados
- d) Anillados
- e) No acude a la imprenta

#### **25. ¿Con que frecuencia acude a solicitar el servicio?**

- a) 1 vez al día
- b) 3 veces a la semana
- c) 6 veces al mes

## Anexo 5

Tablas descriptivas de las variables

Tablas: Gestión de calidad en el financiamiento

Tabla 1. ¿La gestión empresarial es le permite planificar las actividades financieras?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	1	4,8
Neutral	4	19,0
De acuerdo	7	33,3
Totalmente de acuerdo	8	38,1
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 38,1% está totalmente de acuerdo en que la gestión empresarial es le permite planificar las actividades financieras, 33,3% de acuerdo, 19,0% neutral, y el 4,8% se muestran en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Tabla 2. ¿Cuenta con un área o departamento de tesorería?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	9,5
En desacuerdo	3	14,3
Neutral	4	19,0
De acuerdo	7	33,3
Totalmente de acuerdo	5	23,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% está de acuerdo que se cuenta con un área o departamento de tesorería, 23,8% totalmente de acuerdo, 19% neutral, 14,3% en desacuerdo, y el 9,5% totalmente en desacuerdo.

Tabla 3. ¿El líder comunica las decisiones de financiamiento e inversión?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	14,3
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	5	23,8
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	5	23,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 28,6% está de acuerdo con que el líder comunica las decisiones de financiamiento e inversión, el 23,8% expresan totalmente de acuerdo y neutral, el 14,3% está totalmente en desacuerdo, y el 9,5% en desacuerdo.

Tabla 4. ¿Se mide el rendimiento del finamiento para establecer medidas de corrección?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	7	33,3
Neutral	5	23,8
De acuerdo	2	9,5
Totalmente de acuerdo	7	33,3
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% opinan que están en desacuerdo y en desacuerdo con respecto al tema de, si se debería medir el rendimiento del finamiento para establecer medidas de corrección, 23,8% neutral, y el 9,5% de acuerdo.

Tabla 5. ¿La gestión empresarial ayuda a obtener las fuentes de financiamiento que serán utilizadas en las inversiones, para que, ponderando los riesgos, se obtenga la rentabilidad que busca la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	7	33,3
Neutral	5	23,8
De acuerdo	3	14,3
Totalmente de acuerdo	4	19,0
6,0	1	4,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% está en desacuerdo con la gestión empresarial ayuda a obtener las fuentes de financiamiento que serán utilizadas en las inversiones, para que, ponderando los riesgos, se obtenga la rentabilidad que busca la empresa, 23,8% neutral, 19% totalmente de acuerdo, 14,3% de acuerdo, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 6. ¿La gestión empresarial permite a la empresa disponer del capital financiero, es decir del financiamiento propio y de terceros para concretar las inversiones temporales y permanentes y generar rentabilidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	5	23,8
De acuerdo	7	33,3
Totalmente de acuerdo	6	28,6
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% opina que está de acuerdo con que la gestión empresarial permite a la empresa disponer del capital financiero, es decir del financiamiento propio y de terceros para concretar las inversiones temporales y permanentes y generar

rentabilidad, 28,6% totalmente de acuerdo, 23,8% neutral, 9,5% en desacuerdo, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 7. ¿La gestión empresarial dispone de políticas, estrategias, tácticas, acciones, procesos y procedimientos?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	14,3
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	5	23,8
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	5	23,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 28,6% está de acuerdo que la gestión empresarial dispone de políticas, estrategias, tácticas, acciones, procesos y procedimientos, el 23,8% se muestra neutral y totalmente de acuerdo, 14,3% totalmente en desacuerdo, y el 9,5% en desacuerdo.

Tabla 8. ¿La gestión empresarial tiene los elementos necesarios para gestionar adecuadamente los riesgos financieros y de otro tipo?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	1	4,8
Neutral	6	28,6
De acuerdo	7	33,3
Totalmente de acuerdo	6	28,6
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% está de acuerdo con la gestión empresarial tiene los elementos necesarios para gestionar adecuadamente los riesgos financieros y de otro tipo, 28,6% expresan totalmente de acuerdo y neutral, y el 4,8% opinan en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Tabla 9. ¿La gestión empresarial es una herramienta que incide en el desarrollo de las MYPES?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	6	28,6
De acuerdo	4	19,0
Totalmente de acuerdo	8	38,1
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimote, 2018*

El 38,1% está totalmente de acuerdo que la gestión empresarial es una herramienta que incide en el desarrollo de las MYPES, 28,6% neutral, 19% de acuerdo, 9,5% en desacuerdo, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 10. ¿Considera que la empresa ha demostrado crecimiento y expansión en este año?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	4	19,0
De acuerdo	4	19,0
Totalmente de acuerdo	11	52,4
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimote, 2018*

El 52,4% está totalmente de acuerdo mencionado al considerar que la empresa ha demostrado crecimiento y expansión en este año, el 19,5% expresan que están de acuerdo y neutral, y el 9,5% en desacuerdo.

Tabla 11. ¿Cree usted que las decisiones de inversión son importantes para el crecimiento de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	4	19,0
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	8	38,1
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 38,1% está totalmente de acuerdo que las decisiones de inversión son importantes para el crecimiento de la empresa, 28,6% de acuerdo, 19% neutral, 9,5% en desacuerdo, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 12. ¿Conoce los tipos de Inversiones que se realiza y que le generan mayor ingreso a la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	4,8
Neutral	6	28,6
De acuerdo	9	42,9
Totalmente de acuerdo	5	23,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 42,9% expresan un acuerdo en conocer los tipos de Inversiones que se realiza y que le generan mayor ingreso a la empresa, 28,6% neutral, 23,8% totalmente de acuerdo, y el 4,8% en desacuerdo.

Tabla 13. ¿Cree que se ha utilizado de manera eficiente los recursos disponibles?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	9,5
Neutral	5	23,8
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	8	38,1
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 38,1% está totalmente de acuerdo en que se ha utilizado de manera eficiente los recursos disponibles, 28,6% de acuerdo, 23,8% neutral, y el 9,5% totalmente en desacuerdo.

Tabla 14. ¿Considera que la política de servicio son las más adecuadas

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	19,0
Neutral	3	14,3
De acuerdo	7	33,3
Totalmente de acuerdo	7	33,3
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo que si considera que la política de servicio son las más adecuadas, 19% en desacuerdo, y el 14,35 neutral.

Tabla 15. ¿Conoce cuál es el servicio que tiene mayor rentabilidad en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	14,3
Neutral	6	28,6
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	6	28,6
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 28,6% está de acuerdo en que si conoce cuáles el servicio que tiene mayor rentabilidad en la empresa, la otra parte está de acuerdo y el resto se muestra neutral, y el 14,3% en desacuerdo.

Tabla 16. ¿Conoce las principales fuentes de financiación que existen?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	9,5
En desacuerdo	4	19,0
Neutral	5	23,8
De acuerdo	6	28,6
Totalmente de acuerdo	4	19,0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 28,6% está de acuerdo que si se conoce las principales fuentes de financiación que existen, 23,8% neutral, 19% totalmente de acuerdo y en desacuerdo, y el 9,5% totalmente en desacuerdo.

Tabla 17. ¿Considera que los aportes de los socios cubren las necesidades financieras de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	28,6
Neutral	4	19,0
De acuerdo	5	23,8
Totalmente de acuerdo	6	28,6
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 28,6% considera que los aportes de los socios cubren las necesidades financieras de la empresa, mientras que la otra parte está en desacuerdo, 23,8% de acuerdo, y el 19% neutral.

Tabla 18. ¿Cree que se requiere una ampliación de capital social para cubrir las necesidades de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	7	33,3
Neutral	5	23,8
De acuerdo	2	9,5
Totalmente de acuerdo	7	33,3
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 33,3% consideran que se requiere una ampliación de capital social para cubrir las necesidades de la empresa, mientras q la otra parte está en desacuerdo, 23,8% neutral, y el 9,5% de acuerdo.

Tabla 19. ¿Se ha requerido financiamiento para la adquisición de Activos?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
Neutral	3	14,3
De acuerdo	5	23,8
Totalmente de acuerdo	12	57,1
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 57,1% ha considerado que se ha requerido financiamiento para la adquisición de Activos, 23,8% de acuerdo, 14,3% neutral, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 20. ¿Usa alguna técnica o método para el análisis financiero de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4,8
En desacuerdo	2	9,5
Neutral	4	19,0
De acuerdo	5	23,8
Totalmente de acuerdo	9	42,9
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 42,9% está totalmente de acuerdo en que se usa alguna técnica o método para el análisis financiero de la empresa, 23,8% de acuerdo, 19% neutral, 9,5% en desacuerdo, y el 4,8% totalmente en desacuerdo.

Tabla 21. ¿Considera que es importante el Análisis Financiero, para la toma de decisiones?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	9,5
En desacuerdo	4	19,0
Neutral	5	23,8
De acuerdo	9	42,9
Totalmente de acuerdo	1	4,8
Total	21	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Nuevo Chimbote, 2018*

El 42,9% considera que es importante el Análisis Financiero, para la toma de decisiones, 23,8% neutral, 19% en desacuerdo, 9,5% totalmente en desacuerdo, y el 4,8% totalmente de acuerdo.

**Matriz de validación**

**Anexo 6**

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1												
Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1												
Puntaje máximo por ítem = 25			Para obtener el punto máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítem multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.									
Puntaje Mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad basado en el Financiamiento	Gestión empresarial	Proceso gerencial	1,2,3,4,5									
		Toma de decisiones	6,7				4	5	4	4	17	
		Desarrollo empresarial	8,9				4	5	4	4	17	
	Decisiones de inversión	Plan de crecimiento y expansión	10,11				4	4	4	4	16	
		Tipo de inversión	12,13				4	4	4	4	16	
		Análisis del servicio	14,15				4	4	5	4	17	
	Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento	16,17,18,19				4	5	4	4	17	
		Análisis financiero	20,21				4	4	5	4	17	
	Participación del mercado	Nivel de ventas	Ingresos mensuales	23				5	5	4	4	18
Nivel de participación			24				4	4	4	5	17	
Hábitos de compra del cliente		Servicios que solicita	25				4	4	4	4	16	
		Frecuencia de compra	26				4	5	4	5	18	
			PROMEDIO DE VALORACIÓN								16.91	

Firma y sello del evaluador

M. Sc. Carlos Enalde Rebagosa Alfaro

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1												
Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1												
Puntaje máximo por ítem = 25		Para obtener el punto máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.										
Puntaje Mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad basado en el Financiamiento	Gestión empresarial	Proceso gerencial	1,2,3,4,5									
		Toma de decisiones	6,7				4	5	4	4	17	
		Desarrollo empresarial	8,9				4	5	4	4	17	
	Decisiones de inversión	Plan de crecimiento y expansión	10,11				4	4	4	4	16	
		Tipo de inversión	12,13				4	4	4	4	16	
		Análisis del servicio	14,15				4	4	5	4	17	
	Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento	16,17,18,19				4	5	4	4	17	
		Análisis financiero	20,21				4	4	5	4	17	
	Participación del mercado	Nivel de ventas	Ingresos mensuales	23				5	5	4	4	18
Nivel de participación			24				4	4	4	5	17	
Hábitos de compra del cliente		Servicios que solicita	25				4	4	4	4	16	
		Frecuencia de compra	26				4	5	4	5	18	
		PROMEDIO DE VALORACIÓN									16.91	

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma y sello del evaluador  
 FELIPE LLENQUE TUME  
 DNI: 32957531

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1												
Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1												
Puntaje máximo por ítem = 25			Para obtener el punto máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítem multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los límites dividido entre dos.									
Puntaje Mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad basado en el Financiamiento	Gestión empresarial	Proceso gerencial	1,2,3,4,5									
		Toma de decisiones	6,7				4	5	4	4	17	
		Desarrollo empresarial	8,9				4	5	4	4	17	
	Decisiones de inversión	Plan de crecimiento y expansión	10,11				4	4	4	4	16	
		Tipo de inversión	12,13				4	4	4	4	16	
		Análisis del servicio	14,15				4	4	5	4	17	
	Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento	16,17,18,19				4	5	4	4	17	
		Análisis financiero	20,21				4	4	5	4	17	
	Participación del mercado	Nivel de ventas	Ingresos mensuales	23				5	5	4	4	18
Nivel de participación			24				4	4	4	5	17	
Hábitos de compra del cliente		Servicios que solicita	25				4	4	4	4	16	
		Frecuencia de compra	26				4	5	4	5	18	
			PROMEDIO DE VALORACIÓN								16.91	

Firma y sello del evaluador

Mg Miguel Jimo  
18015927

Anexo 7

Matriz de consistencia

"GESTION DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO Y PARTICIPACION DEL MERCADO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBIO IMPRENTAS, DE NUEVO CHIMBOTE, 2018"											
TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	ITEMS.
"GESTION DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO Y PARTICIPACION DEL MERCADO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBIO IMPRENTAS, DE NUEVO CHIMBOTE, 2018"	¿Cuál es el efecto que existe entre la Gestion de calidad basada en el financiamiento o la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industrias, rubro imprentas, de Nuevo Chimbote, 2018?	¿Determinar el efecto que existe entre la Gestion de calidad basada en el financiamiento o la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industrias, rubro imprentas, de Nuevo Chimbote, 2018?	a) Determinar el nivel de Gestion de calidad basada en el financiamiento en la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industrias, rubro imprentas, de Nuevo Chimbote, 2018?	Hi. La Gestion de calidad basada en el Financiamiento se relaciona directamente con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, de Nuevo Chimbote, 2018.	Gestion de calidad en el financiamiento	Se refiere a los procedimientos de gestión, en base a las decisiones financieras	Usar los procesos de gestión para mejorar la toma de decisiones financieras	Gestion empresarial	Proceso Gerencial Toma de decisiones, desarrollo empresarial	Totalmente de acuerdo	1. ¿La gestión empresarial le permite planificar las actividades financieras? 2. ¿Cuneta con un área o departamento de tesorería? 3. ¿El líder comunica las decisiones de financiamiento e inversión? 4. ¿Se mide el rendimiento del finamiento para establecer medidas de corrección? 5. ¿La gestión empresarial ayuda a obtener las fuentes de financiamiento que serán utilizadas en las inversiones, para que ponderando los riesgos, se obtenga la rentabilidad que busca la empresa? 6. ¿La gestión empresarial permite a la empresa disponer del capital financiero, es decir del financiamiento propio y de terceros para concretar las inversiones temporales y permanentes y generar rentabilidad? 7. ¿La gestión empresarial dispone de políticas, estrategias, tácticas, acciones, procesos y procedimientos? 8. ¿La gestión empresarial tiene los elementos necesarios para gestionar adecuadamente los riesgos financieros y de otro tipo? 9. ¿La gestión empresarial es una herramienta que incide en el desarrollo de las MYPES?
			De acuerdo								
			Neutral								
			En desacuerdo								
			Totalmente de acuerdo	10. ¿Considera usted que la empresa ha demostrado crecimiento y expansión en este año? 11. ¿Cree usted que las decisiones de inversión son importantes para el crecimiento de la empresa? 12. ¿Conoce los tipos de Inversiones que se realiza y que le generan mayor ingreso a la empresa? 13. ¿Cree que se ha utilizado de manera eficiente los recursos disponibles? 14. Considera que la política de servicio son las más adecuadas 15. ¿Conoce cuál es el servicio que tiene mayor rentabilidad en la empresa?							
			De acuerdo								
			Neutral								
			En desacuerdo								
			Totalmente de acuerdo	16. ¿Conoce las principales fuentes de financiación que existen? 17. ¿Considera usted que los aportes de los socios cubren las necesidades financieras de la empresa? 18. ¿Cree usted que se requiere una ampliación de capital social para cubrir las necesidades de la empresa? 19. ¿Se ha requerido financiamiento para la adquisición de Activos? 20. ¿Usa alguna técnica o método para el análisis financiero de la empresa? 21. ¿Considera que es importante el Análisis Financiero, para la toma de decisiones?							
			Plan de crecimiento y expansión Tipo de inversión Análisis del Servicio	Totalmente de acuerdo							
			De acuerdo								
			Neutral								
En desacuerdo											
Totalmente de acuerdo	22. ¿Cómo considera su nivel de participación en el sector?										
Decisiones de inversión	Ingresos mensuales	Cuantitativo	23. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?								
Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento Análisis del servicio	Totalmente de acuerdo	24. ¿Qué servicio son los que más solicita?								
		De acuerdo									
Decisiones de financiamiento	Fuentes de financiamiento Análisis del servicio	Neutral	25. ¿Con que frecuencia acude a solicitar el servicio?								
		En desacuerdo									
Nivel de ventas	Ingresos mensuales Nivel de Participación	Totalmente de acuerdo									
		De acuerdo									
Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra	Muy alto									
		Alto									
Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra	Bajo									
		Muy bajo									
Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra	Nominal									
Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra										