



**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, CHIMBOTE, 2018”

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

AUTOR

Br.INUMA CALDAS JULIO CESAR

Orcid: 0000-0001-5385-4155

ASESOR

Dr.LINARES CAZOLA JOSÉ GERMAN

Orcid: 0002-7394-362X

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Inuma Caldas, Julio Cesar
Cód. ORCID: 0000-0001-5385-4155

ASESOR

Dr. Linares Cazola, José Germán.
Cód. ORCID: 0002-7394-362X

JURADO

Presidente : Mr. Chero Fernández, Armando.
Cód. ORCID : 0000-0002-9193-0507

Miembro : Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías.
Cód. ORCID : 0000-0002-6399-5928

Miembro : Mr. Solano Castillo, Marlon.
Cód. ORCID : 0000-0001-5584-0523

JURADO EVALUADOR

Mr. CHERO FERNÁNDEZ ARMANDO

PRESIDENTE

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARIAS

SECRETARIO

Mr. SOLANO CASTILLO MARLON

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios,
por guiarme y
fortalecerme a seguir
luchando por cumplir
mis sueños.

A mi esposa por su apoyo
incondicional para seguir luchando
por mi meta.

A los docentes a quienes les debo
mis conocimientos gracias por la
enseñanza y la paciencia, con la
finalidad de ser un gran
profesional.

DEDICATORIA

A mi Madre: por su apoyo y guía incondicional en el transcurso de mi vida y mi carrera para lograr mis objetivos.

A mi asesor, por tomarse la paciencia para brindarme sus sabios conocimientos para la elaboración de mi tesis.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe en la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, 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 población de 24 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 33 preguntas en medición de escala de Likert, con el fin de determinar la gestión de calidad en el financiamiento. Así mismo, se aplicó un cuestionario de 4 preguntas para medir la participación de mercado. Resultados: El 62,5% consideran que tienen un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 54,2% consideran que tienen un nivel alto en análisis de inversión, el 62,5% consideran que tienen un nivel muy alto en su Análisis financiero. La empresa GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C tiene el 12,7% del total de ingresos de la industria es decir tiene la mayor participación de mercado. Conclusión: con el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,030 < 0,05$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, luego podemos concluir que aun nivel de significancia de 0,05. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.

Palabras Clave: Calidad, empresas, financiamiento, Gestión, representantes

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship that exists between the Determine the effect that exists of the Quality Management based on the Financing in the micro and small companies of the industry sector, the printing industry, Chimbote, 2018. In the research, it was used the non-experimental-transversal design, of the Descriptive - Correlational type, for the collection of the information a population of 24 MYPES was used, to which a questionnaire of 33 questions was applied in Likert scale measurement, and a questionnaire was elaborated for the clients, said instrument consists of 2 questions to determine the frequency of purchase and the service requested by the client. Results 62.5% consider that they have a high level in terms of Quality Management in financing, 54.2% consider that they have a high level in investment analysis, 62.5% consider that they have a very high level in your Financial Analysis. The company GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C has 12.7% of the total income of the industry that is to say it has the highest market share. Conclusion: with the level of significance is less than 0.05 ($0.030 < 0.05$), we reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis, then we can conclude that even a level of significance of 0.05. Quality Management based on Financing is related to market participation in micro and small companies in the industrial sector, printing industry, Chimbote, 2018.

Key Words: Quality, companies, financing, Management, representatives

ÍNDICE

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	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. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1 Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	7
2.2 Hipótesis.....	22
2.3 Variables	22
III. METODOLOGÍA	23
3.1 Diseño de la investigación	23
3.2 Población y muestra.....	24
3.3 Definición y operacionalización de las variables.....	26
3.4 Técnicas e instrumentos	27
3.5 Plan de análisis.....	28
3.6 Matriz de consistencia.....	29
3.7 Principios éticos	29
IV RESULTADOS	30
4.1.1 Presentación de resultados de la V1.....	30
4.1.2 Presentación de resultados de la V2.....	37
4.1.3 Prueba de hipótesis.....	42
4.2 Análisis de resultados.....	44
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Resultados descriptivos del nivel de Gestión de calidad en el financiamiento</i>	30
Tabla 2. <i>Resultados descriptivos del nivel de Planificación</i>	31
Tabla 3. <i>Resultados descriptivos del nivel de Organización</i>	32
Tabla 4. <i>Resultados descriptivos del nivel de Dirección</i>	33
Tabla 5. <i>Resultados descriptivos del nivel de Control</i>	34
Tabla 6. <i>Resultados descriptivos del nivel de Análisis de inversión</i>	35
Tabla 7. <i>Resultados descriptivos del nivel de Análisis financiero</i>	36
Tabla 8. <i>Resultados descriptivos Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 ingresos mensuales</i>	37
Tabla 9. <i>Resultados descriptivos dimensión 1: indicador 2 nivel de Participación de mercado</i>	39
Tabla 10. <i>Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 1 servicio que solicita el cliente</i>	40
Tabla 11 <i>Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 2 frecuencia de compra del cliente</i>	41
Tabla 12. <i>Método estadístico para contraste de hipótesis</i>	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Resultados descriptivos del nivel de Gestión de calidad en el financiamiento</i>	30
Figura 2. <i>Resultados descriptivos del nivel de Planificación</i>	31
Figura 3. <i>Resultados descriptivos del nivel de Organización</i>	32
Figura 4. <i>Resultados descriptivos del nivel de Dirección</i>	33
Figura 5. <i>Resultados descriptivos del nivel de Control</i>	34
Figura 6. <i>Resultados descriptivos del nivel de Análisis de inversión</i>	35
Figura 7. <i>Resultados descriptivos del nivel de Análisis financiero</i>	36
Figura 8. <i>Resultados descriptivos Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 ingresos mensuales</i>	38
Figura 9. <i>Resultados descriptivos dimensión 1: indicador 2 nivel de Participación de mercado</i>	39
Figura 10. <i>Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 1 servicio que solicita el cliente</i>	40
Figura 11 <i>Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 2 frecuencia de compra del cliente</i>	41
Figura 12. <i>Curva de Chi cuadrado</i>	43

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cronograma de actividades.....	52
Anexo 2 Presupuesto	53
Anexo 3 Población	54
Anexo 4 Cuestionario.....	55
Anexo 5 Tablas descriptivas de las variables.....	59
Anexo 6 Matriz de validación	77
Anexo 7 Matriz de consistencia	79

I. INTRODUCCIÓN

Para poder lograr un mejor análisis en la investigación se ha buscado antecedentes similares, por ende, se necesitó de una mayor capacidad para analizar los resultados y conclusiones, en este sentido como autores tenemos a: Torres (2010) en su tesis titulada: “La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito KURIÑAN de la ciudad de Ambato año 2010”. El cual establece que no existe una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución, esto es muy importante dado que la adecuada toma de decisiones para la obtención de recursos e inversión posibilita a la empresa a lograr un crecimiento constante. Por otro lado, Merino (2012) en su tesis titulada: “La gestión financiera operativa y su incidencia en la toma de decisiones de inversión y financiamiento a corto plazo de la empresa distribuidora SALAZAR MAYORGA CÍA. LTDA.”. Establece que la empresa no cuenta con estrategias financieras y operativas que permitan mejorar y gestionar de manera adecuada el capital de trabajo, por ende, es necesario buscar asesoramiento para la toma de decisiones de inversión y financiamiento. Por su parte Palomino (2017) en su tesis titulada: Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el distrito de Huánuco – 2017. Demuestra que el financiamiento permite incrementar la rentabilidad de las empresas, debido a que un adecuado uso de los recursos permite que la empresa eleve sus utilidades. Por otro lugar Gomero (2003) en su estudio “Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas textiles en lima metropolitana de 1990 al 2000”. Establece que los factores que han potenciado el desempeño de las Mypes en el mercado externo se pueden resumir en: la existencia de un entorno de estabilidad en el país, la cercanía de los mercados y la alta calidad de la materia prima. Sin embargo, Regalado (2014) en su tesis titulada: El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Navismar E.I.R.L. Chimbote, 2014. Establece que la mayoría de autores nacionales en sus trabajos de investigación se han limitado a describir de manera separada las variables del financiamiento y rentabilidad, desde el punto de vista de su caracterización. Por su parte Castañeda (2012) en su tesis: Los efectos

Mediante un Financiamiento a largo Plazo en la Rentabilidad de la Empresa Faresi S.A.C. 2012, en la Ciudad de Trujillo. Demuestra de acuerdo a los resultados de las ratios financieras el financiamiento permite mejorar la rentabilidad de la empresa en estudio. Cabe decir que los estudios demuestran el financiamiento en la empresa es beneficiosa para conseguir mejorar la rentabilidad, por ende, tiene que haber un equilibrio entre fondos propios y la financiación ajena de manera que siempre es interesante un nivel de apalancamiento de las operaciones de inversión y que todo esto tiene como limitación el nivel de riesgo que está induciendo

En relación con lo anterior no cabe duda que el financiamiento es importante para diversos autores, sin embargo, Moreno en el año 2013 explica que a pesar de ello las micro y pequeñas empresas españolas han pasado de tener abundante y barata financiación, a un difícil acceso a ella y un endurecimiento de las condiciones crediticias; convirtiéndose en un problema relevante el que están afrontando las pymes desde el inicio de la crisis económica y financiera, en este sentido esto está dificultando la creación de nuevas pymes, el desarrollo y expansión de las existentes y favoreciendo el cierre de muchas de ellas.

Del mismo modo la falta de financiamiento es la principal causa de muerte de las micro y pequeñas empresas en México, al respecto según la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (Enaproce) 2015 establece que aun cuando el financiamiento es el eje fundamental por el que las empresas mueren, 18% de las microempresas no tiene confianza en los bancos, 52.6% de las pequeñas unidades empresariales cree que es caro y 42.3% de las medianas empresas asegura que no lo necesita.

Así también en el Perú un estudio realizado por Empepre UP y la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep) en el año 2018 presentaron el estudio “Brechas para el emprendimiento del Observatorio de la Alianza del Pacífico”, dicho informe reveló que una de los principales obstáculos para las micro y pequeñas empresas es la falta de acceso a financiamiento y apoyo del Estado, en este sentido este problema afecta el desarrollo y productividad de este tipo de empresas.

A nivel local en el distrito de Chimbote las micro y pequeñas empresas del rubro de las imprentas, se podría decir que en los últimos años se ha notado un crecimiento debido a la fuerte demanda, no obstante pocos son los representantes que cuentan con buenos conocimientos en el tema de gestión de calidad en el financiamiento, por ende es necesario que busquen mejorar la toma de decisiones en base al financiamiento e inversión para que de esta manera puedan incrementar la participación de mercado. Por todo lo expresado el enunciado general 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, Chimbote, 2018?, para cumplir con el problema general se determinaron los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018?, así también ¿Cuál es el nivel de participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018?, del mismo modo ¿Cuál es 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, Chimbote, 2018?. Además, tiene el siguiente 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, Chimbote, 2018. Para lograr el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, del mismo modo Determinar el nivel de participación de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, 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, Chimbote, 2018.

Justificación teórica, la investigación apporto teorías importantes sobre la gestión de calidad, el financiamiento, y la participación de mercado, las cuales permitieron fundamentar con mayor fiabilidad los resultados del estudio, en tal sentido con el análisis de cada una de las bases teóricas se pudo mejorar el conocimiento sobre el nivel de

gestión de calidad basado en el financiamiento y el nivel de participación de mercado y la relación de ambas variables, por ende los resultados encontrados han sido reforzados por la teoría dicho, del mismo modo esta la información podrá ser utilizada para la toma de decisiones, en base a la aplicación de los procesos de gestión, a la toma de decisiones de financiamiento e inversión y a los factores que intervienen en el incremento de la participación de mercado.

Justificación practica: Los resultados de la presente investigación permiten conocer mejor el tema de gestión de calidad basado el financiamiento y como este influye en la participación de mercado, del mismo modo los resultados logrados han servido para mejorar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, por ende se propuso que los representantes busquen asesoría mediante la capacitación en el tema de la gestión empresarial y toma de decisiones de financiamiento, del mismo modo para favorecer la participación, se propuso trabajar de forma intensiva las redes sociales, y ofrecer beneficios como publicitar sorteos, promociones o fijar espacios abiertos de opinión, así también potenciar la imagen de marca y vincularla a unos valores compartidos, dado que, en ocasiones, en el mercado competitivo de hoy, transmitir una imagen de acuerdo con los valores compartidos por la mayoría de clientes es un factor clave para el desarrollo de las empresas.

La presente tesis se realizó bajo el enfoque cuantitativo buscando la medición de las variables en estudio. Así mismo se usó el método descriptivo, porque solo se describió los más relevante de las variables, así también se utilizó un diseño no experimental de corte transversal, es decir no se modificó las variables y se describió conforme a la realidad, así también se hizo en un determinado tiempo (2018). Para la recolección de la información se efectuó en forma ordenada mediante un análisis estadístico para medir la gestión de calidad basado en el financiamiento y la participación de mercado, para ello se utilizó una población de 24 MYPES y se empleó como instrumento al cuestionario 33 preguntas en medición de escala de Likert, luego se aplicó la técnica de Chi cuadrado la cual ha permitido determinar la relación entre la gestión de calidad basado en el financiamiento y la participación de mercado, cabe indicar que este instrumento fue validado mediante

juicio de expertos y hallado su confiabilidad a través del estadístico Alfa de Cronbach de tal manera que el instrumento podrá ser utilizado y aplicado en futuras investigaciones.

Limitaciones del estudio: Carencia de investigaciones referentes a la relación de la gestión de calidad en el financiamiento y la participación de mercado, por ende, no se ha podido determinar con exactitud si estas variables tienen causa efecto en otras organizaciones, del mismo modo el poco interés de algunos de los encuestados frente al tema de investigación lo cual dificulta un poco la obtención y declaraciones de información clave de las empresas, además otra limitación fue el Insuficiente tiempo para aplicar el instrumento, dado que por motivos laborales no fue fácil entrevistar a los dueños de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Por otra parte la investigación sirve para los profesionales de la carrera de administración de empresas, en este sentido se pueden mejorar los conocimientos sobre la gestión de calidad en el financiamiento debido a que es una de las ciencias más importantes, la cual afecta a todos los individuos y compañías, con el fin de aprender a administrar el dinero, la principal fuentes de participación e intercambio de mercado, inversiones y adquisición y ventas de productos o servicios, del mismo modo conocer cómo se determina la participación de mercado, lo cual favorecerá a los profesionales, para realizar posteriores estudios en nuestro propio lugar de trabajo.

Luego de la aplicación de los instrumentos y procedimientos se han obtenido los siguientes resultados: Con un nivel de significancia menor que 0,05 ($0,030 < 0,05$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, luego podemos concluir que aun nivel de significancia de 0,05. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018. El 62,5% consideran que tienen un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento. La empresa GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C tiene el 12,7% del total de ingresos de la industria es decir tiene la mayor participación de mercado.

El estudio consta de las siguientes partes: I. Introducción: describe la realidad problemática en el ámbito internacional hasta llegar a la localidad, del mismo modo se

plantea la formulación del problema, justificación, antecedentes y objetivos de la investigación, síntesis de la metodología y limitaciones. II. Marco teórico: En el segundo capítulo se detalla las bases teórico-científicas, así como la definición de las variables y las hipótesis. III. Metodología: Esta parte del Informe de Investigación Científica, está determinando el tipo de investigación, nivel, diseño, población de estudio con su respectiva muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad de los instrumentos de medición y plan de análisis de la información. IV. Resultados: esta parte se centra la presentación de los datos más relevantes en base a los objetivos del estudio, así como el análisis y discusión de resultados V. Conclusiones y Recomendaciones: se presentan las conclusiones y se analizan para poder proponer algunas sugerencias en las empresas en estudio; finalmente se muestran las referencias bibliográficas y los anexos donde se adjuntan el cronograma, el presupuesto, el cuadro de sondeo de la población, 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

Por otra parte la gestión de empresas implica dos cosas: ser efectivo y ser eficiente, en este sentido ser efectivo significa hacer la tarea asignada de forma adecuada, mientras que ser eficiente significa hacerlo al mínimo coste y sin desperdiciar recursos, por lo cual hace necesario cumplir ciertos procesos, según Chiavenato (2001) estos procesos son “planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficiencia”. (p. 112)

Por su parte Mora (1999) definió a la gestión como “un conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado”, ello indica, que la gestión de un proceso productivo, está inmerso en fases, hasta la culminación del producto. (p. 34)

En resumen, una buena gestión empresarial organiza los factores de producción e integra los recursos de manera efectiva para alcanzar objetivos. Dirige los esfuerzos del equipo hacia el cumplimiento de estos objetivos predeterminados.

Procesos de gestión

En relación con lo anterior la gestión debe optimizar el uso de recursos escasos y seleccionar su mejor uso, por este motivo se hace censario emplear los cuatro procesos básicos de la gestión:

- Planeación. Es el primer paso a dar, consiste en saber por anticipado qué se va a hacer, la dirección a seguir, qué se quiere alcanzar, qué hacer para alcanzarlo, quién, cuándo y cómo lo va a hacer.
- Organización. Es el segundo paso a dar, constituye un conjunto de reglas a respetar dentro de la empresa por todos quienes allí laboran, la principal función en esta etapa es la coordinación.

- Dirección. Es el tercer paso a dar, dentro de ella se lleva a cabo la ejecución de los planes, la comunicación, la motivación y la supervisión necesaria para alcanzar las metas de la empresa.
- Control. Es el último paso que hay que dar, dentro de esta se lleva a cabo la evaluación del desarrollo general de una empresa, esta última etapa tiene la labor de garantizar que el camino que se lleva, la va a acercar al éxito. (Riquelme, 2017, párr. 5)

En definitiva, una buena gestión empresarial debe orientarse a utilizar los recursos físicos, humanos y financieros de tal manera que se encuentre la mejor combinación, lo cual debería ayudar a recortar tus costes.

Planeamiento

En primer proceso fundamental de toda organización es la planificación, en este sentido en este proceso se da la toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos, así lo refiere Arias (2010) afirma que: “la planificación es un proceso para la toma de decisiones, cuyo fin persigue un futuro deseado, tener en cuenta la situación actual, además de los factores internos y externos que pueden influir en el cumplimiento de los objetivos" (p.33).

En efecto, la planificación es aquella aplicación racional que nace de la mente humana para la toma de decisiones con antelación, fundándose en los previos conocimientos de la realidad, controlando acciones presentes en prevención de posibles consecuencias futuras canalizadas en los logros de los objetivos deseados satisfactoriamente.

Organización

La segunda etapa es la organización la cual es el arreglo ordenado de los recursos y funciones que se estiman necesarias para cumplir nuestros objetivos, es decir es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de

actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones de la empresa, por tanto, el argumento que tiene Arias (2010):

Comparte lo que nos estamos refiriendo, una organización es un sistema cuyo diseño logra alcanzar una o varios objetivos y metas comunes. Estos pueden, no obstante, conformarse por otros subsistemas relacionados, cumplen funciones específicas. Se llama organización a aquel grupo social, conformado por personas, que tienen tareas administrativas; éstas se interrelacionan en el marco de una estructura paramétrica para el logro de objetivos. (p. 78)

Lo rescatable de este autor no es solo la estructura paramétrica (sistemática) para cumplir objetivos, sino también la comunicación entre personas disponibles para actuar de manera coordinada para lograr su misión. Sin embargo, las instituciones se regularizan mediante reglamentos establecidas para el cumplimiento de las metas.

Dirección

La dirección como etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación, al respecto es relevante mencionar los elementos de la dirección:

- Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional.
- Motivación.
- Guía o conducción de los esfuerzos de los subordinados.
- Comunicación.
- Supervisión.
- Alcanzar las metas de la organización. (Cruz, 2013, párr. 8)

Cabe decir que la dirección es muy relevante debido a que pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización. A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional. Por último, la dirección eficientemente es determinante en la moral de los empleados y, consecuentemente, en la productividad.

Control

El concepto de control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico, en este sentido el control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización i no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos, al respecto Cruz (2013) menciona que el control es la “etapa clave que permite a las organizaciones poder mejorar y rectificar, sobre aquellos posibles errores que se hayan podido generar en las distintas fases de trabajo”. (párr. 12)

El control se enfoca en evaluar y corregir el desempeño de las actividades de los subordinados para asegurar que los objetivos y planes de la organización se están llevando a cabo. De aquí puede deducirse la gran importancia que tiene el control, pues es solo a través de esta función que lograremos precisar si lo realizado se ajusta a lo planeado y en caso de existir desviaciones, identificar los responsables y corregir dichos errores.

Calidad

En relación con lo anterior la calidad debe estar presente en todos los procesos de la empresa dado que mediante ella se logra cumplir normas y requerimientos precisos, para lograr la calidad total o mejora continua, al respecto Riveros, (2007) manifiesta que “es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que hace preferido por el cliente, para lograrlo es necesario que todas las actividades de la organización funcionen de la mejor forma”. (p. 34)

Por su parte Gryna, Chua, y Defeo, (2007) nos dice que “la Calidad empieza con la definición de la palabra cliente. Un cliente es cualquiera que se ve afectado por el servicio, producto o el proceso”. (p. 12)

Los conceptos se refieren a elementos comunes y fundamentales muy relacionados a la mejora de la eficacia. La diversidad de los mismos se explica por el sobre dimensionamiento del significado de la categoría calidad.

Importancia de la calidad en la gestión

De la misma manera la calidad se refiere a la búsqueda permanente de la mejora con el objetivo de situarnos en una posición ventajosa, adquiriendo un posicionamiento estratégico en un determinado sector, en este sentido la calidad en la gestión nos ayuda a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo sea llevar a cabo procesos totalmente planificados en los que sepamos en cada momento el modo de actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas de funcionamiento o, por el contrario, cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos. (Bañeras, 2014, párr. 5)

De la misma manera la gestión de la calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

Financiamiento

No cabe duda que la gestión es una herramienta muy importante para mejorar el rendimiento de las organizaciones, no obstante, otro factor importante hoy en día para el desarrollo de las empresas es la manera de cómo se gestiona o se obtiene el financiamiento para incrementar la productividad de la empresa, por lo tanto, es necesario conocer en profundidad que es el financiamiento.

En este sentido una fuente de financiamiento es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. (Córdoba, 2012, p.310)

El financiamiento se concibe como el proceso que permite obtener recursos financieros, al respecto Ortega (2008) menciona que las "instituciones financieras que lo aportan deben analizar la obtención de fondos, el incremento de los costos por

financiamiento, los efectos de este sobre la estructura financiera de la empresa, así como la utilización de los fondos durante la inversión”. (p. 234)

En resumen, el financiamiento nos es más que la aportación de dinero que una empresa o persona física realiza y que se necesita para poder llevar a cabo una actividad o proyecto, como puede ser el desarrollo de un negocio propio o la ampliación de uno ya existente.

Financiamiento a corto plazo

Por lo expresado el financiamiento se puede clasificar en 2 grupos, en primer lugar, tenemos al financiamiento a corto plazo el cual hace referencia a los pasivos que están programados para que su reembolso se efectúe en el transcurso de un año, en este sentido Córdoba (2012) menciona que:

El financiamiento a corto plazo se puede obtener de una manera más fácil y rápida, que un crédito a largo plazo y por lo general, las tasas de interés son mucho más bajas; además, no restringen tanto las secciones futuras de una empresa como lo hacen los contratos a largo plazo. (p.232)

En pocas palabras el financiamiento a corto plazo no es más que un préstamo de recursos o de dinero que se le otorga a una empresa durante un periodo de tiempo obviamente corto, éste puede ser un par de meses, e incluso semanas, y las ventajas principales de este tipo de financiamiento es que incluye bajos costes de devolución de dinero.

Créditos

Del mismo modo es necesario conocer cuáles son los tipos de financiamiento que se puede adquirir a corto plazo, en este sentido el crédito es una buena opción para las empresas, por lo tanto con respecto a este tipo de financiamiento, Casanovas y Bertrán, 2013) explica que:

La entidad financiera pone una determinada cantidad de dinero a disposición del beneficiario, hasta un límite señalado y por un plazo determinado, percibiendo los intereses sobre las cantidades dispuestas y las comisiones otorgadas, obligándose el

beneficiario a devolver a la entidad financiera las cantidades utilizadas en los plazos estipulados, por lo tanto, el saldo de la cuenta de crédito es variable, ya que la disposición de fondos tiene lugar en función de las necesidades de la empresa. (p. 113)

En definitiva, la importancia de financiar a las empresas con créditos a corto plazo es máxima, puesto que es lo que les va a permitir seguir contando con circulante para los gastos de la actividad diaria.

Préstamos bancarios

Por otro lado, los préstamos también son una opción de financiamiento a corto plazo, del mismo modo el préstamo bancario es un instrumento financiero altamente solicitado no solo por particulares sino también como préstamos para organizaciones, al respecto Casanovas y Bertrán, 2013) explica que:

El préstamo consiste en un contrato mercantil a través del cual el financiador, que suele ser una entidad financiera, pone a disposición del deudor una determinada cantidad de dinero, por un plazo determinado y a cambio de percibir una remuneración en forma de intereses y comisiones. En una operación de préstamo la totalidad del capital se pone a disposición del deudor desde la fecha de su concesión. (p. 113)

A diferencia del crédito los préstamos suelen concederse para financiar la adquisición de un bien o servicio en concreto: un coche, unos estudios, una reforma en casa, etc.

Pagaré

Por otro lado, el pagaré es un documento que supone la promesa de pago a alguien. Este compromiso incluye las condiciones que promete el deudor de cara a la contrapartida (acreedor), es decir, la suma fijada de dinero como pago y el plazo de tiempo para realizar el mismo, en tal sentido cuando se aprueba un préstamo bancario, el contrato se ejecuta firmando un pagaré, así lo refiere Gil (2007):

El pagaré especifica: el monto solicitado en préstamo, la tasa de interés porcentual; el programa de reembolso, el cual puede requerir una suma acumulada o una serie de pagos; cualquier garantía que pudiera tener que otorgarse como colateral para el préstamo; y cualesquiera otros términos y condiciones sobre los cuales el banco y el prestatario pudiera haber convenido. El pagaré puede ser con vencimiento a 30, 60, 90, 120 y 180 días. El pagaré es considerado como un título o valor. (p. 591)

Un pagaré se utiliza para registrar los detalles financieros de un préstamo. También conocido como "documentos por pagar", los pagarés también se utilizan para los préstamos personales, préstamos de negocios y transacciones de bienes raíces. Se trata de un contrato legal que se puede utilizar en un tribunal de justicia en caso de insolvencia del prestatario en el préstamo.

Ventajas del finamiento a corto plazo

Podemos decir que las empresas pueden tapar déficit de efectivo o pagar las necesidades de financiación de emergencia si tienen acceso a las líneas de operación de crédito y otras formas de financiación a corto plazo, del mismo modo trae una serie de ventajas, al respecto Estévez (2017):

- Se necesitan trámites simples. Debido a que el plazo de pago es mucho más corto, las instituciones que otorgan los créditos requieren de requisitos más simples y un trámite más ágil; por ello es más fácil que pequeñas y medianas empresas que han sido rechazados por la banca tradicional; obtengan los recursos que necesitan para impulsar a su compañía a través de diferentes proyectos.
- Son ideales para pequeñas y medianas empresas. Debido a que muchas PyMEs no cumplen con uno de los requisitos básicos que las instituciones bancarias solicitan; que es la edad mínima de operación; es que muchos empresarios necesitan más años para despuntar y tener el éxito que necesitan.
- Por ello es que otras alternativas de financiamiento como los créditos a corto plazo; representan una gran oportunidad para cumplir con proyectos que les

permitan acelerar el crecimiento de sus negocios.

- Rápidos. Debido a que los trámites son más simples y los plazos de pago más cortos; es que la aprobación del crédito y la disposición de los recursos se da de manera mucho más rápida; lo que ayuda a que las empresas puedan aprovechar las oportunidades de negocio que se les presentan casi de manera inmediata; sobre todo, cuando sólo renovarían un crédito. (párr. 6)

Cabe resaltar que el financiamiento a corto plazo puede ser que sea más fácil para las empresas, especialmente para las pequeñas, asegurar el financiamiento a corto plazo en lugar de la financiación a largo plazo o por acciones.

Financiamiento a largo plazo

Por lo mencionado en segundo lugar tenemos al financiamiento a largo plazo el cual es usualmente un acuerdo formal para proveer fondos por más de un año y la mayoría es para alguna mejora, que beneficiará a la compañía y aumentará las ganancias, al respecto Córdoba (2012) menciona que:

Este financiamiento de más 1 años puede ser utilizado para maximizar la rentabilidad; por lo tanto la compra de un nuevo edificio o de una nueva maquinaria aumentará la capacidad, y hará el proceso de manufactura más eficiente y menos costosa, los entes financiadores buscan que la empresa sea capaz de generar de forma continuada los recursos suficientes para devolver el capital y los intereses pactados.(p.308)

Hipotecas

Del mismo otra forma de financiamiento es la hipoteca la cual se refiere a un derecho que grava bienes inmuebles para garantizar el cumplimiento de una obligación o el pago de una deuda, al respecto Córdoba (2012) explica que una “hipoteca es un traslado condicionado de propiedad sobre un bien, que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor), con el fin de garantizar el pago de una deuda”. (p. .316)

Ventajas del financiamiento a largo plazo

En relación con lo anterior podemos decir que Uno de los beneficios principales del financiamiento a largo plazo es quizá tener la posibilidad de obtener una cantidad mayor, pero a su vez trae una serie desventajas, así lo refiere Estévez (2017)

- Una empresa puede mantener el flujo de su caja operacional. Cuando una compañía adquiere un crédito a largo plazo, normalmente debe saldar su deuda en un plazo aproximado de 3 a 7 años; esto les permite no utilizar el flujo de efectivo de su caja operacional para realizar mejoras.
- El retorno de inversión para los socios y propietarios es más rápido. Uno de los objetivos de un negocio es que este genere ingresos y ganancias para los propietarios y socios de la compañía; por ello es que a través del *financiamiento a largo plazo* los dueños aprovechan su inversión para generar rendimientos de forma más rápida y simple.
- No es necesario un gran apoyo por parte de los inversionistas. Cuando una compañía recurre a un crédito a largo plazo, la participación de capital de los diferentes inversionistas disminuye; por ello, mientras mantengas un préstamo en regla y tengas los recursos suficientes no sólo para mantener a flote el negocio; sino también para aprovechar diferentes oportunidades de negocio; entonces es poco probable que necesites de los recursos de tus socios inversionistas en un largo periodo de tiempo. (párr. 15)

Cabe resaltar que cuando una empresa utiliza la deuda a largo plazo, la necesidad de proseguir la inversión de capital de los socios comerciales potenciales o de los inversores disminuye.

Fuentes de financiamiento

Consiste en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa, para Breal (2007):

Se refieren a la obtención del dinero requerido para ejecutar inversiones, desarrollar operaciones e impulsar el crecimiento de la organización; el cual puede

conseguirse a través de recursos propios, autofinanciación, recursos generados de operaciones propias de la empresa y aportaciones de los socios, emisión de acciones o mediante recursos externos con la generación de una deuda saldable en el corto, mediano o largo plazo. (p. 50)

Para autores como Boscán y Sandra (2006) menciona que el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.(p. 402)

Fuentes de financiamiento internas

El financiamiento interno se concretiza cuando la empresa interesada utiliza los fondos (el costo pagado por los accionistas por las acciones y bonos) para realizar cambios o inversiones, al respecto Bautista (2015) menciona que “son proporcionadas, creadas o producidas por la propia operación de la empresa, como consecuencia de la práctica comercial y el funcionamiento de las organizaciones”. (p. 1)

Aportaciones de socios

La primera opción de financiamiento interno es el aporte de socios, el objetivo de esta vía es ampliar el capital para solicitar con posterioridad financiación, conseguir nuevos socios o créditos de los proveedores, al respecto Aching (2006) estas son “referidas a los aportes que realizan los socios al momento de conformar legalmente la sociedad o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentarlo, cuando la empresa ya se encuentra constituida”. (p. 45)

Existe una división de estas clasificadas en: capital social común y capital social preferente, en ese sentido, Gitman (2007):

El capital social común es el aportado por accionistas fundadores, por lo cual puede intervenir en el manejo de la empresa, señala, además, la prerrogativa que posee quien realiza este aporte de intervenir en decisiones sobre la administración

de la empresa en forma directa, a través de voz y voto en asambleas generales de accionistas, por sí mismo o mediante representantes individuales o colectivos. Este capital puede aportarse al inicio de la empresa o posterior a su creación, así como por medio de la capitalización de utilidades retenidas. (p. 77)

Cabe decir que las aportaciones pueden ser dinerarias o no dinerarias, es decir, monetarias en euros o bien, no monetarias a través de bienes que contienen un valor económico establecido por los propios socios y propietarios como por ejemplo ordenadores, software o vehículos.

Utilidades reinvertidas

Esta es una fuente de financiamiento muy común, sobre todo en empresas de reciente data, sobre la cual señala Aching (2006) “los socios deciden en los primeros años no repartir utilidades en forma de dividendos, sino reinvertirlas en la organización mediante programación predeterminada de adquisiciones o construcciones, compras planificadas de mobiliario y equipo, según necesidades ya conocidas”. (p. 56)

Venta de activos

Por otro lado un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea intangible o tangible, que no puede transformarse en líquido a corto plazo y que normalmente son indispensables para el funcionamiento de la organización. Se considera como una fuente interna de financiamiento, al respecto según formula Gitman (2007) explica que:

Con la venta de activos se generan recursos mediante la venta de bienes que no se utilizan por encontrarse obsoletos o deteriorados tales como equipos de oficina, cómputo, transporte, operación, entre otros. Excepto cuando se trata de empresas que se dediquen a la fabricación de muebles. (p. 85)

Del mismo modo Aching (2006) explica que también “se incluye en este tipo de fuente de financiamiento lo correspondiente a la venta de bienes como terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras”. (p. 56)

Resulta necesario decir que las ventas de activos pueden ser la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

Fuentes de financiamiento externos

Las fuentes de financiamiento externas son aquellas a las que se acude cuando trabajar solo con recursos propios no resulta suficiente, en este Levy (2008) menciona que cuando “los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de propietarios no alcanzan para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, por tanto, se hace necesario recurrir a terceros como por ejemplo a entidades bancarias”. (p. 67)

Crédito comercial

Es el uso que se hace a las cuentas pendientes por pagar, el pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, cuentas por cobrar y financiamiento mediante uso de inventario como fuentes para obtener recursos, para Gitman (2007) la importancia de esta fuente radica “en el uso inteligente de los pasivos de la empresa a corto plazo, puesto que brinda la oportunidad de adquirir recursos de manera poco costosa. Esta fuente constituye una forma de crédito comercial, ya que son créditos a corto plazo concedidos por los proveedores a la empresa”. (p. 72)

El crédito comercial es un instrumento de financiamiento usado frecuentemente por las micro y pequeñas empresas, debido a que los proveedores son más abiertos a otorgarles; especialmente cuando los períodos inflacionarios presionan sobre los intereses dificultando el mayor aprovechamiento del préstamo bancario, dado a su elevado costo de financiamiento.

Financiamiento por medio de inventarios

Este tipo de financiamiento se realiza mediante la utilización del inventario de la empresa como garantía en la obtención de un préstamo, en el cual el acreedor adquiere el derecho de posesionarse de esta garantía en caso de incumplimiento del prestatario, en este sentido Gil, (2007) menciona que “este tipo de financiamiento permite a los gerentes usar el inventario como fuente para la adquisición de recursos de acuerdo a las formas de

financiamiento usuales: depósito en almacén, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca”. (p. 45)

Los bonos

Del mismo otra fuente de financiamiento a largo plazo son los bonos al respecto Briceño (2004):

Constituyen un instrumento escrito en forma de promesa certificada, mediante el cual el prestatario se comprometa a cancelar una cantidad específica a futuro, determinada sumando los intereses generados a una tasa y fecha determinada. De acuerdo al autor, su uso se genera con la necesidad de fondos adicionales a largo plazo y se presenta la situación de decidir entre la emisión de acciones de capital u obtener un préstamo expidiendo evidencia del adeudo bajo la forma de bonos. (p. 92)

En resumen, el bono es un título que representa el derecho a percibir un flujo de pagos periódicos en un futuro a cambio de entregar, en el momento de su adquisición, una cantidad de dinero.

Participación de 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, en este sentido Ruiz (2015):

El cálculo de la participación de mercado parece muy simple, pero no lo es. Para que el resultado de este cálculo sea confiable y relevante, se necesita previamente definir el mercado al que se sirve o mercado meta, conocer su situación y determinar su tamaño. Si define el mercado de manera muy amplia, va a perder el enfoque; si lo hace de manera muy estrecha, no podrá percibir las oportunidades y las amenazas. Ese mercado al que sirve lo expresará en términos de unidades vendidas (al canal; las ventas del canal a los consumidores, etc.) o del

volumen de ventas en valores monetarios (dólares, euros, pesos, etc.; las ventas antes o después de descuentos y rebajas, etc.) con relación a un determinado número de competidores, productos, servicios, canales, clientes, categorías, áreas geográficas y períodos de tiempo. (párr. 5)

Realización de la participación de mercado

También este cálculo dependerá de la disponibilidad y confiabilidad de sus fuentes de información, es por ello que se tiene que tener en cuenta lo que aporta Ruiz (2015):

- Las ventas reportadas por la industria no siempre corresponden a las ventas de un producto en particular. Algunas empresas tienen varias líneas de negocios.
- Con frecuencia, la clasificación de las ventas de una empresa por línea de negocios no es de dominio público. Las grandes empresas pueden a veces reportar sus ventas por segmento, pero de manera muy amplia. Por ejemplo, una empresa puede reportar sus ventas en el negocio de alimentos, pero no informar sus ventas por marca dentro del negocio.
- Para los mercados más grandes, cuando no hay información publicada sobre su mercado y dependiendo de los recursos de su empresa, lo más confiable es recurrir a firmas de auditoría de información según la industria a la que pertenezca, como, por ejemplo: Nielsen (Retail, Cine, Música, Turismo, etc), IMS (Farmacéutico, OTC, etc), DataMonitor (Servicios Financieros, Automotriz, etc) y GartnerDataquest (TI, Telecomunicaciones)
- Cuando no hay estudios de firmas de auditoría para su mercado, o cuando otras fuentes de información tales como Cámaras de Comercio, Asociaciones de Empresarios u agencias gubernamentales no llenan sus expectativas, podría recurrir a una técnica de obtención de datos a partir de múltiples fuentes de información, mediante el uso de grupos focales, entrevistas cara a cara, cuestionarios, observaciones y conversaciones. Una estrategia muy útil que puede utilizar el investigador para obtener validez descriptiva, es el uso del método de triangulación en el proceso de acopio de datos.
- La técnica más costosa y menos confiable, es obtener sus datos mediante investigación de mercados en la base de clientes. Esto podría funcionar, por

ejemplo, en los mercados de consumo, mediante la utilización de muestras poblacionales muy grandes que compartan la misma capacidad adquisitiva. Funciona mejor cuando dos o tres clientes dominan el mercado, como se puede ver a veces en los mercados industriales. (párr. 9)

Beneficios de la participación de mercado

Es importante destacar que, para conocer la participación del mercado de su compañía, dado que puede proporcionar las siguientes ventajas según Centro de investigación de mercado, (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. 4)

En definitiva, cualquiera que sea la actividad es primordial para la investigación tener un norte despejado para la compañía, por esta razón estudiar el mercado y todas sus variables permitirán conocer a fondo las expectativas que se puedan tener del mercado de manera que se desarrollen factores en los que subyacen pronósticos analíticos para poder entender cómo se maneja la influencia participativa del mercado.

2.3. Hipótesis

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

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

2.4. Variables

Gestión de calidad basada en el financiamiento. Es saber aplicar una buena gestión para la obtención de recursos, es decir es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso

Participación de 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

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

V.2. (Dependiente) $Y =$ Participación de 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, Chimbote, 2018, tal y como se presentó en la realidad donde se encuentran en funcionamiento. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010): “la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis”. (p.102)

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, Chimbote, 2018. Por su parte Hernández, Fernández y Baptista (2010): “el estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”. (p. 81)

3.1.2. Nivel

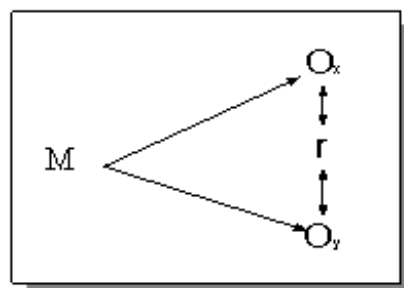
La investigación es de nivel aplicada ya que se emplea teorías existentes para plasmar en la investigación de la problemática y la obtención de resultados con la cual se pueda solucionar el problema existente, en este caso se utilizar las teorías de la gestión de calidad en base al financiamiento y participación de mercado. Al respecto Ortiz y García (2012) refirió “esta investigación aplicada, pragmática o tecnológica tiene por objeto específico satisfacer necesidades relativas al bienestar de la sociedad” (p. 38).

3.2. Diseño de la investigación

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal, 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, Chimbote, 2018.”, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. Según Málaga, Vera y Ramos (2008) menciona que una investigación será de carácter no experimental “cuando exista un grupo de sujetos o factores a la que se deberá de realizar una prueba de medición a las variables tanto dependientes como independientes que no han sido manipulados o controlados por el investigador”. (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, Chimbote, 2018”. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin (1 año)



M = Muestra de estudio

O x = Observación de la variable (X) Gestión de calidad en el financiamiento

O y = Observación de la variable (Y) Participación del mercado.

R = Coeficiente de correlación entre las variables

3.3. Población y muestra

3.3.1 Población (Micro y pequeñas empresas)

Se tomó una población muestral por 24 micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018. Dicha información fue brindada por la Municipalidad provincial del Santa (Ver anexo 3)

3.3.2 Población (clientes)

En el estudio se tomó a la población de clientes; debido a que, para lograr determinar la participación de mercado, se tomó en cuenta la frecuencia de compra y la relación que tiene con la calidad del servicio prestado por las imprentas. Por otra parte, debido a que se desconoce con precisión el tamaño de la muestra, pues los dueños de las imprentas no accedieron a otorgar información sobre la cantidad de clientes que ingresan ya sean diariamente o mensualmente; por lo tanto se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Dónde:

$$z = 1.96$$

$$p = 0.7$$

$$q = 0.3$$

$$e = 7\%$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.7 \times 0.3}{0.007^2}$$

$$n = \frac{0.921984}{0.0049}$$

$$n = 164.64$$

$$n = 165$$

3.3.2.1 Muestra (Clientes)

En La muestra estuvo conformada por 165 clientes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.

3.3. Definición y operacionalización de la variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Gestión de calidad basado en el Financiamiento	Calidad de una inversión, por la cual es posible su transformación inmediata en efectivo	Utilizar los factores de financiamiento con el fin de generar beneficios a la empresa	Planificar	Objetivos y metas, Plan de acción	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
			Organización	Agrupamiento	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
			Dirección	Toma de decisiones, Liderazgo	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
			Control	Procesos de control	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
			Análisis del financiamiento	Fuentes de Financiamiento Estimación de costos y riesgos Fecha límite de pago Evaluación de fuentes de financiamiento Evaluar el efecto del financiamiento	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
			Análisis de inversión	Identificación de inversión Reducción de costos para la adquisición de la inversión Tiempo de retorno de utilidades	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca
Participación del mercado	porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa	Analizar a la competencia de acuerdo a ellos formular estrategias para mejorar el nivel de participación de mercado	Nivel de ingresos	ingresos mensuales, nivel de participación	Cuantitativo
			Hábitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra	Nominal

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: 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 para evaluar la gestión directiva fue el cuestionario el cual consta de 33 ítems, 29 ítems para la variable: Gestión de en el financiamiento y 4 ítems, para la variable: Participación del mercado

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. (Anexo 6)

Confiabilidad

Se evaluó la confiabilidad del instrumento por medio del coeficiente Alfa de Cronbach donde se realizó una prueba piloto a 10 representantes que laboran en las imprentas. Los resultados de la pequeña encuesta realizada fueron procesados por el programa SPSS, el cual nos indica que el nivel de confianza del instrumento es de 0,97 nivel bueno según la teoría.

Mallery (2003) estableció la siguiente escala de fiabilidad:

- a) Coeficiente alfa $> .9$ es excelente
- b) Coeficiente alfa $> .8$ es bueno
- c) Coeficiente alfa $> .7$ es aceptable
- d) Coeficiente alfa $> .6$ es cuestionable
- e) Coeficiente alfa $> .5$ es pobre
- f) Coeficiente alfa $< .5$ es inaceptable

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	33	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	33	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,97	33

Interpretación

Como se puede apreciar el resultado tiene un valor de 0.97, 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, valiéndose su uso para la recolección de datos.

3.5. Plan de análisis

En la investigación se trabajó con el método de análisis de datos cuantitativos para ello se empleó el programa SPSS versión 22, en lo cual primero se introduce toda la información obtenida de la encuesta realizada a los representantes y clientes de las imprentas en el ámbito de estudio, luego se realizó la confiabilidad de datos a través del Alfa de Cronbach, posteriormente se realizó el cálculo (sumatoria) de las distintas dimensiones de ambas variables, obteniendo los resultados en las tablas donde se procedió al análisis descriptivo, luego se explicó los resultados de forma analítica.

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.

3.6. Matriz de consistencia

Es una herramienta que permite consolidar los elementos claves de todo el proceso de investigación, del mismo modo posibilita evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, el problema, la hipótesis, los objetivos, las variables, dimensiones e indicadores. (Ver anexo 7)

3.7. Principios éticos

La presente investigación que se realizó a las micro y pequeñas empresas (MYPE), estuvo bajo el sustento de principios éticos, dentro ellos tuvimos a la responsabilidad ética, donde se preservó el principio de *la libertad*, los valores, los derechos humanos y el respeto tanto por el autor como de los representantes legales de las MYPE, también se consideró el *principio de justicia*, el cual exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva y por último el principio de *Confidencialidad*, es decir se respetó la confidencialidad de los representantes, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

IV. RESULTADOS

Para la presentación de los resultados, se realizó un instrumento en escala Likert; siendo para la Gestión de calidad en financiamiento: = Nunca; 2= Rara vez; 3= A veces; 4= Casi siempre; 5= Siempre; sin embargo, para determinar el nivel de aplicación de esta variable se tuvo que transformar y recodificar las variables, a los cual se le asigno intervalos en medición ordinal, siendo 1=muy bajo; 2=bajo; 3=medio; 4=alto; 5= muy alto. Por otro lado, para la Participación de mercado se realizó y aplico un instrumento en medición nominal.

4.1. 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 las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018

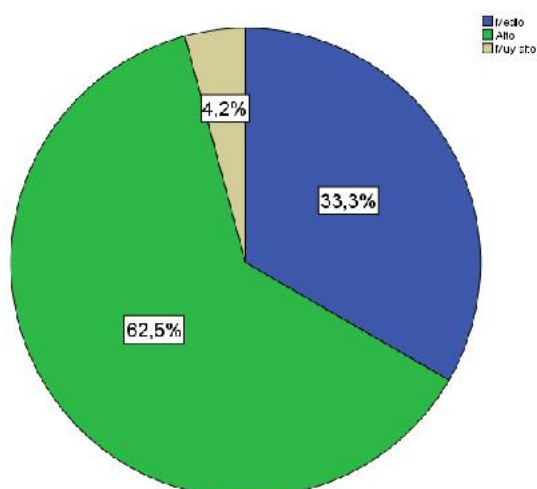
Tabla 1.

Resultados descriptivos del nivel de Gestión de calidad en el financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	8	33,3
Alto	15	62,5
Muy alto	1	4,2
Total	24	100,0

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

Figura 1. *Resultados descriptivos del nivel de Gestión de calidad en el financiamiento*



Fuente. Tabla 1

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 62,5% consideran que tienen un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 33,3% medio y el 4,2% muy alto.

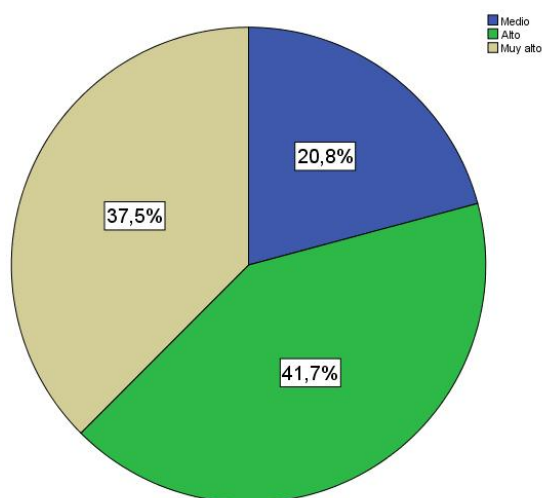
Tabla 2.

Resultados descriptivos del nivel de Planificación

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	5	20,8
Alto	10	41,7
Muy alto	9	37,5
Total	24	100,0

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

Figura 2. *Resultados descriptivos del nivel de Planificación*



Fuente. Tabla 2

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 41,7% consideran que tienen un nivel alto en su Planificación, el 37,5% muy alto y el 20,8% medio.

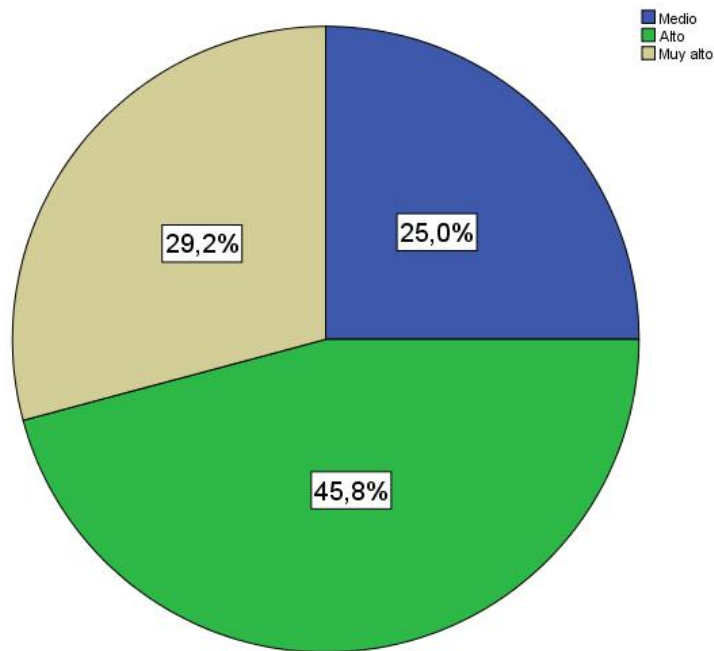
Tabla 3.

Resultados descriptivos del nivel de Organización

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	6	25,0
Alto	11	45,8
Muy alto	7	29,2
Total	24	100,0

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

Figura 3. *Resultados descriptivos del nivel de Organización*



Fuente. Tabla 3

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su Organización, el 29,2% muy alto y el 25,8% medio.

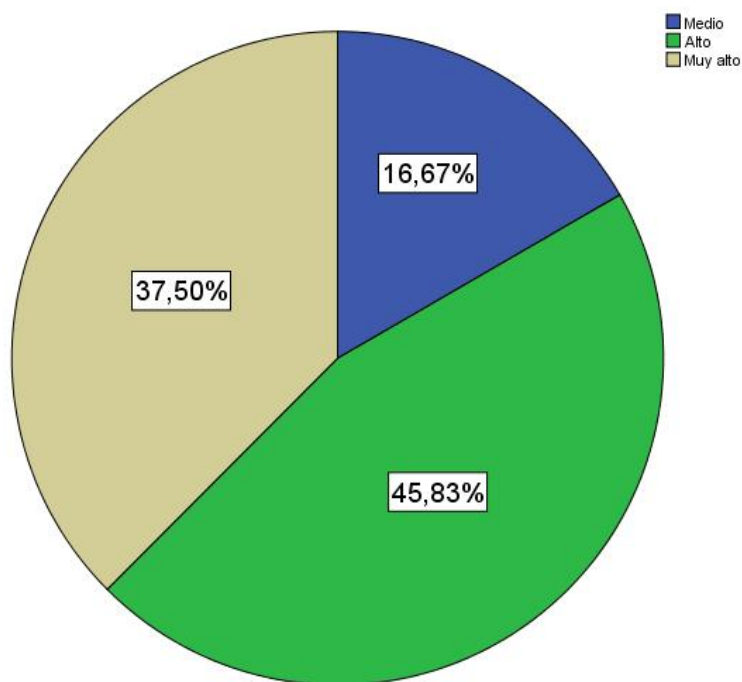
Tabla 4.

Resultados descriptivos del nivel de Dirección

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	4	16,7
Alto	11	45,8
Muy alto	9	37,5
Total	24	100,0

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

Figura 4. *Resultados descriptivos del nivel de Dirección*



Fuente. Tabla 4

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su Organización, el 37,5% muy alto y el 16,7% medio.

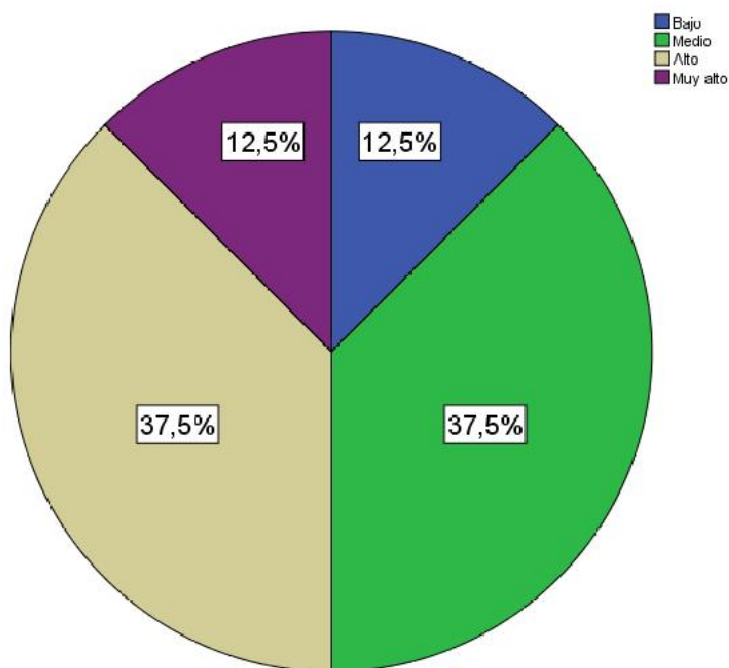
Tabla 5.

Resultados descriptivos del nivel de Control

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	12,5
Medio	9	37,5
Alto	9	37,5
Muy alto	3	12,5
Total	24	100,0

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

Figura 5. *Resultados descriptivos del nivel de Control*



Fuente. Tabla 5

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 37,5% consideran que tienen un nivel alto en su Control, el 37,5% medio, el 12,5% muy alto, y el 12,5% muy bajo.

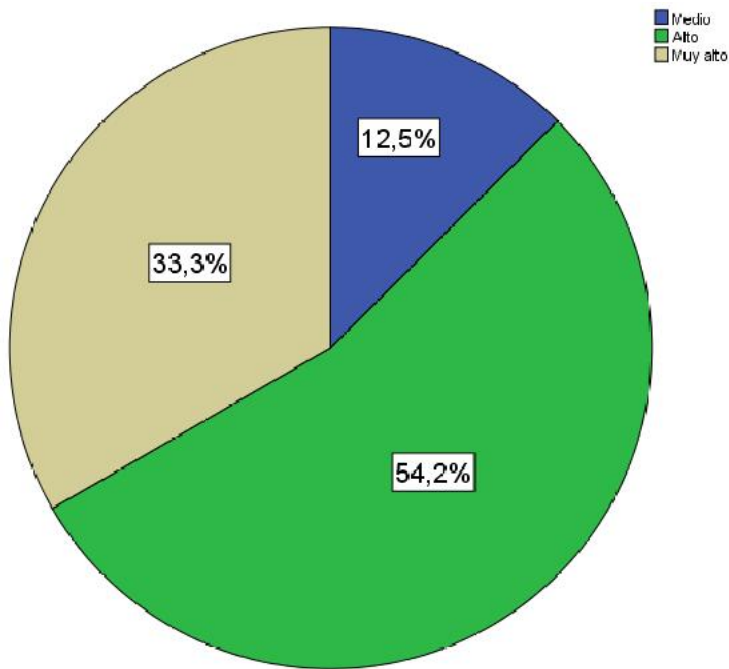
Tabla 6.

Resultados descriptivos del nivel de Análisis de inversión

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	3	12,5
Alto	13	54,2
Muy alto	8	33,3
Total	24	100,0

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

Figura 6. *Resultados descriptivos del nivel de Análisis de inversión*



Fuente. Tabla 6

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 54,2% consideran que tienen un nivel alto en análisis de inversión, el 33,3% muy alto, y el 12,5% medio.

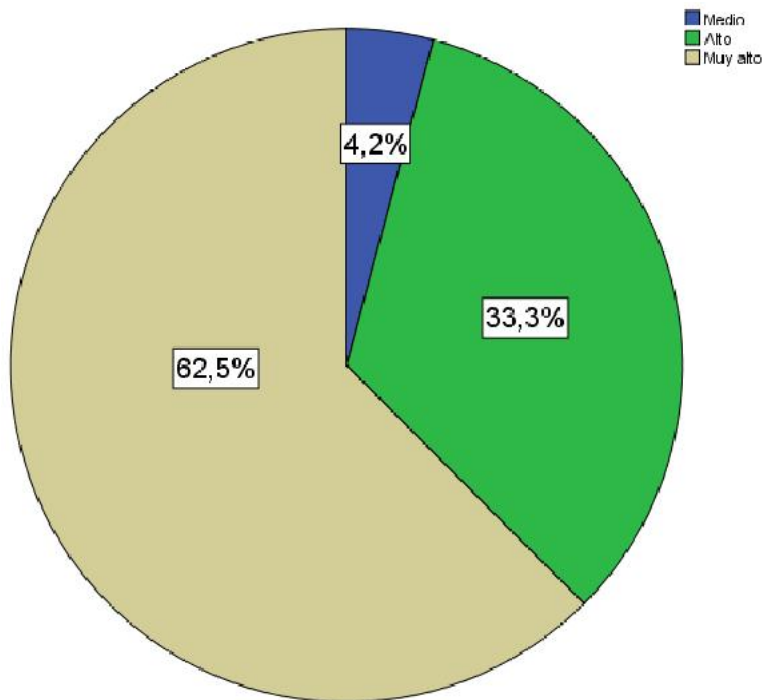
Tabla 7.

Resultados descriptivos del nivel de Análisis financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	1	4,2
Alto	8	33,3
Muy alto	15	62,5
Total	24	100,0

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

Figura 7. *Resultados descriptivos del nivel de Análisis financiero*



Fuente. Tabla 7

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 62,5% consideran que tienen un nivel muy alto en su Análisis financiero, el 33,3% alto, y el 4,2% medio.

4.2. Resultados descriptivos de la variable Participación de mercado (V2)

b) Determinar el nivel de participación de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.

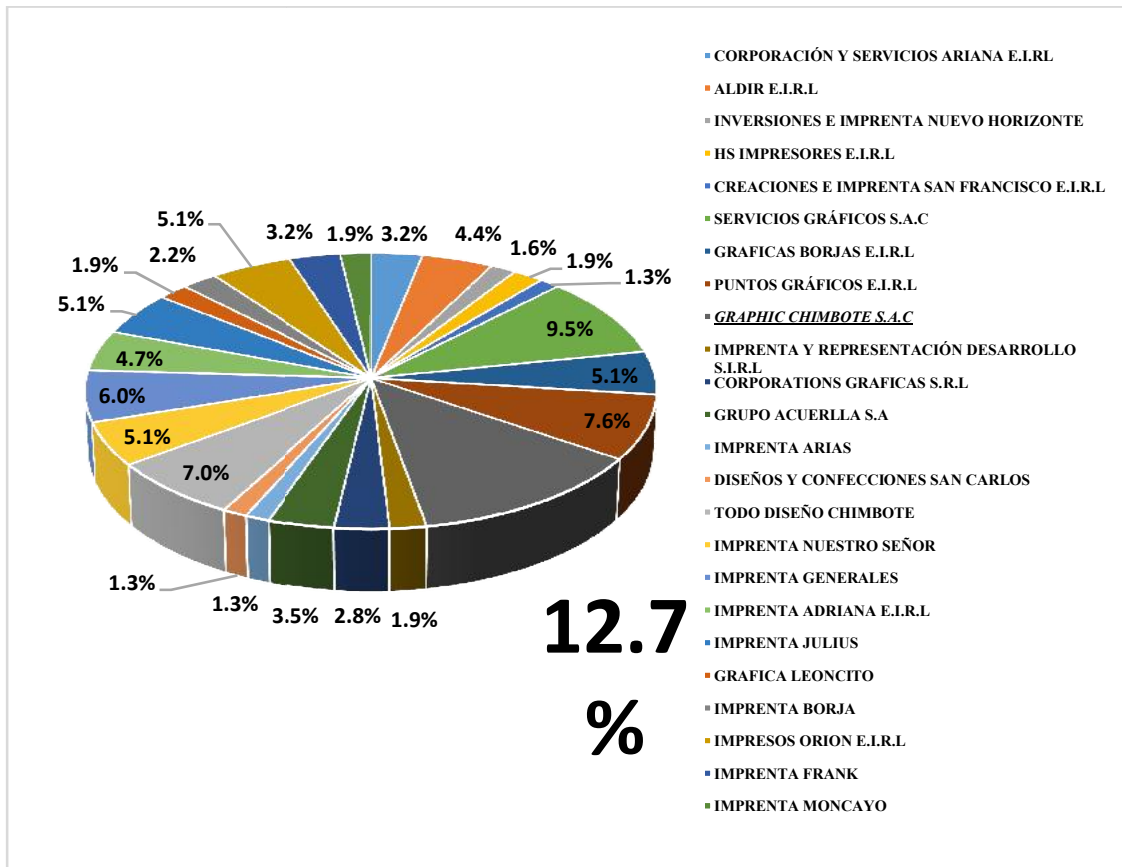
Tabla 8.

Resultados descriptivos Dimensión 1 Nivel de ventas: Indicador 1 ingresos mensuales.

EMPRESA	INGRESOS	% DE PARTICIPACION
CORPORACIÓN Y SERVICIOS ARIANA E.I.R.L	5000	3.2%
ALDIR E.I.R.L	7000	4.4%
INVERSIONES E IMPRENTA NUEVO HORIZONTE	2500	1.6%
HS IMPRESORES E.I.R.L	3000	1.9%
CREACIONES E IMPRENTA SAN FRANCISCO E.I.R.L	2000	1.3%
SERVICIOS GRÁFICOS S.A.C	15000	9.5%
GRAFICAS BORJAS E.I.R.L	8000	5.1%
PUNTOS GRÁFICOS E.I.R.L	12000	7.6%
GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C	20000	12.6%
IMPRENTA Y REPRESENTACIÓN DESARROLLO S.I.R.L	3000	1.9%
CORPORATIONS GRAFICAS S.R.L	4500	2.8%
GRUPO ACUERLLA S.A	5500	3.5%
IMPRENTA ARIAS	2000	1.3%
DISEÑOS Y CONFECCIONES SAN CARLOS	2000	1.3%
TODO DISEÑO CHIMBOTE	11000	6.9%
IMPRENTA NUESTRO SEÑOR	8000	5.1%
IMPRENTA GENERALES	9500	6.0%
IMPRENTA ADRIANA E.I.R.L	7500	4.7%
IMPRENTA JULIUS	8000	5.1%
GRAFICA LEONCITO	3000	1.9%
IMPRENTA BORJA	3500	2.2%
IMPRESOS ORION E.I.R.L	8000	5.1%
IMPRENTA FRANK	5000	3.2%
IMPRENTA MONCAYO	3000	1.9%
TOTAL	158000	99.8%

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

Figura 8. Resultados descriptivos Dimensión INivel de ventas: Indicador 1 ingresos mensuales



Fuente. Tabla 8

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que la empresa GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C tiene el 12,7% del total de ingresos de la industria es decir tiene la mayor participación de mercado, y la empresa CREACIONES E IMPRENTA SAN FRANCISCO E.I.R.L tiene el porcentaje menor de partición de mercado con un 1,3%.

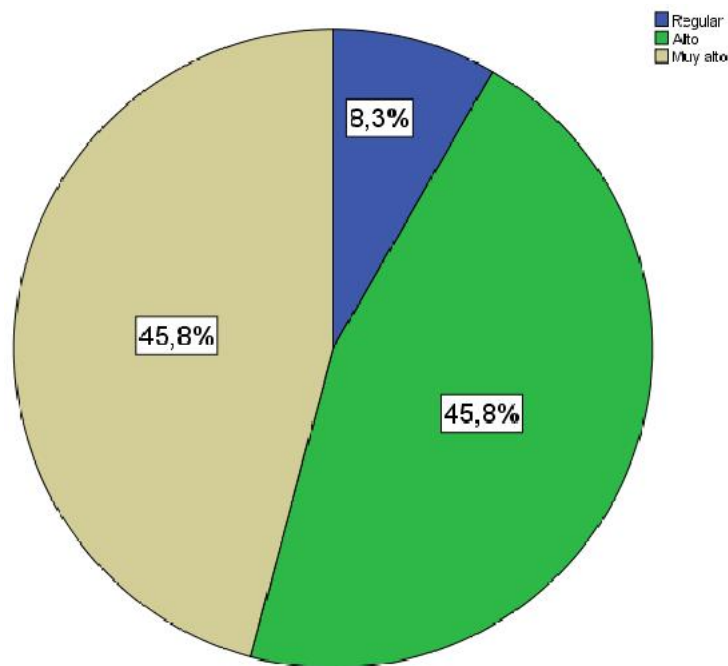
Tabla 9.

Resultados descriptivos dimensión 1: indicador 2 nivel de Participación de mercado.

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	2	8,3
Alto	11	45,8
Muy alto	11	45,8
Total	24	100,0

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

Figura 9. *Resultados descriptivos dimensión 1: indicador 2 nivel de Participación de mercado*



Fuente. Tabla 9

Según los datos obtenidos por los representantes micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en la participación de mercado, el 45,8% muy alto y el 8,3% regular.

Por otra parte, también se determinó el nivel de calidad de servicio/frecuencia de compra del cliente; debido a que es necesario analizar si la calidad es primordial para incrementar la frecuencia de compra.

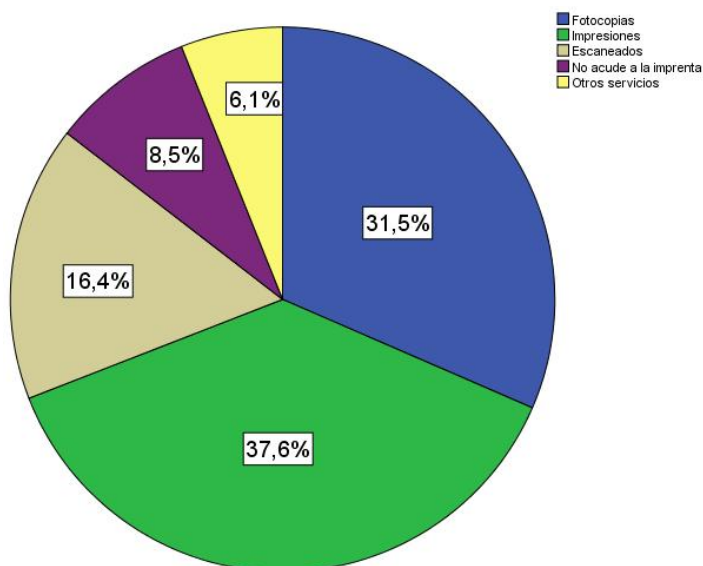
Tabla 10.

Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 1 servicio que solicita el cliente.

	Frecuencia	Porcentaje
Fotocopias	52	31,5
Impresiones	62	37,6
Escaneados	27	16,4
No acude a la imprenta	14	8,5
Otros servicios	10	6,1
Total	165	100,0

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

Figura 10. *Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 1 servicio que solicita el cliente*



Fuente. Tabla 10

Según los datos obtenidos por los clientes de las micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que 37,6% solicita el

servicio de impresión, el 31,5% fotocopias, el 16,4% escaneados, el 8,50% no acude a la imprenta, y el 6,1% acude por otros servicios.

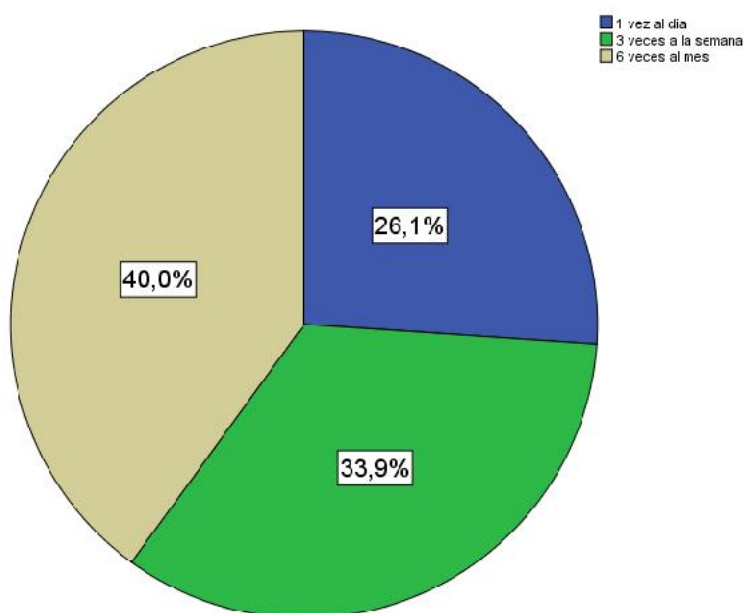
Tabla 11.

Resultados descriptivos dimensión 2 Hábitos de compra: indicador 2 frecuencia de compra del cliente.

	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	43	26,1
3 veces a la semana	56	33,9
6 veces al mes	66	40,0
Total	165	100,0

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

Figura 11. *Resultados descriptivos de la frecuencia con la que acude el cliente a solicitar el servicio*



Fuente. Tabla 11

Según los datos obtenidos por los clientes de las micro y pequeñas empresas sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018, se puede observar que 40,0% acude 6 veces al mes, el 33,9% acude 3 veces a la semana y el 26,1% una vez al día.

4.1.3 Prueba de Hipótesis

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, Chimbote, 2018.

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

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

Para resolver el objetivo general, se aplicó el método estadístico Chi cuadrado, en la cual se utilizaron todas 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 12.

Método estadístico para contraste de hipótesis

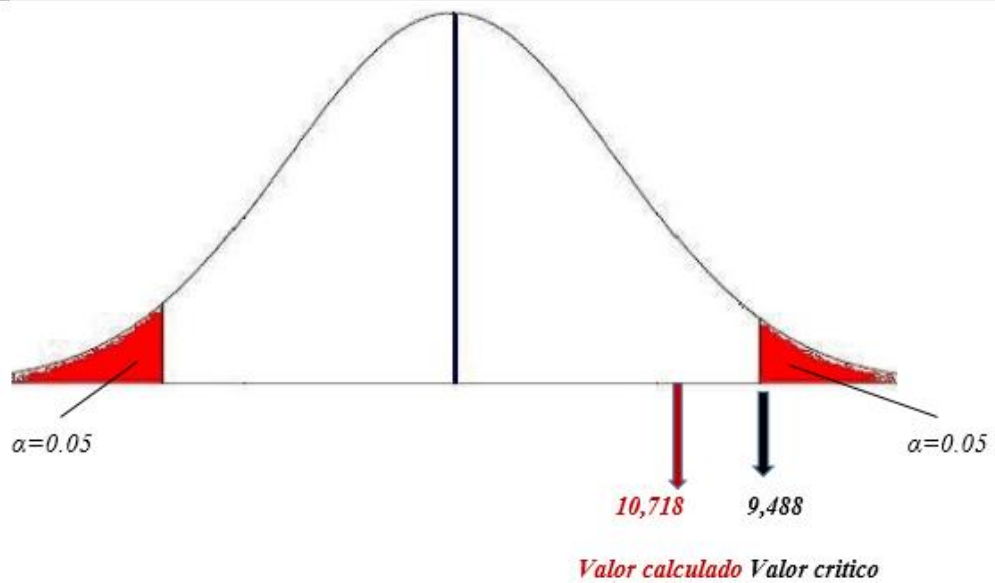
			NIVEL DE PARTICIPACION DE MERCADO			Total
			Regular	Alto	Muy alto	
GESTION DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO	Medio	Recuento	1	7	0	8
		Recuento esperado	,7	3,7	3,7	8,0
		% del total	4,2%	29,2%	0,0%	33,3%
	Alto	Recuento	1	4	10	15
		Recuento esperado	1,3	6,9	6,9	15,0
		% del total	4,2%	16,7%	41,7%	62,5%
	Muy alto	Recuento	0	0	1	1
		Recuento esperado	,1	,5	,5	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	4,2%	4,2%
Total	Recuento	2	11	11	24	
	Recuento esperado	2,0	11,0	11,0	24,0	
	% del total	8,3%	45,8%	45,8%	100,0%	

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

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	10,718 ^a	4	,030
Razón de verosimilitud	14,139	4	,007
Asociación lineal por lineal	7,346	1	,007
N de casos válidos	24		

Figura 12. Curva de Chi cuadrado



Interpretación: Como se puede observar que el nivel de significancia de 5% y con 3 grados de libertad se tiene que, el valor límite es igual a 9,488 y en la prueba el valor es de Chi cuadrado calculado es de 10,718; el valor crítico es mayor al valor calculado, en consecuencia, se rechaza el H_0 y se acepta el H_1 , es decir: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, 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, Chimbote, 2018. En la Tabla 12 se muestra que con el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,030 < 005$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, luego podemos concluir que aun nivel de significancia de 0,05. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018. Estos resultados contrastan con Torres (2010) quien menciona que Se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existen estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse, del mismo modo con Palomino (2017) quien demostró que entre la variable financiamiento y la variable rentabilidad su relación es de positiva moderada y esto es lo que evidenció tras el análisis de los datos obtenidos y analizados previamente, de la misma manera se contrasta con Regalado (2014) quien encontró que el financiamiento si influye positivamente en la rentabilidad de la empresa del caso, según las ratios que demuestran un incremento moderado

b) Objetivo específico 1: Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, 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

Del mismo modo en la Tabla 2 se muestra que el 41,7% consideran que tienen un nivel alto en su Planificación, se demuestra que los representantes en este caso realizan un análisis de la situación de la empresa, establecen objetivos, formulan estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos, así como el desarrollo de planes de acción que señalen cómo implementar dichas estrategias, de manera similar así lo refiere Arias (2010) el cual afirma que "la planificación es un proceso para la toma de decisiones, cuyo fin persigue un futuro deseado, tener en cuenta la situación actual, además de los factores internos y externos que pueden influir en el cumplimiento de los objetivos" (p.33).

En la tabla 3, se muestra que el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su Organización, en este sentido se puede resaltar que los representantes están correctamente organizados en cuanto a la división del trabajo, actividades o tareas, por ende, existe una mejor coordinación entre las distintas escalas de la empresa, y un mayor control sobre el trabajo del personal, estos datos se relacionan con los mencionados por Arias (2010) quien establece que la organización no es solo la estructura paramétrica (sistemática) para cumplir objetivos, sino también la comunicación entre personas disponibles para actuar de manera coordinada para lograr su misión.

En la tabla 4, se muestra que el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su dirección, este resultado se contrasta con Merino (2012) quien demostró que las decisiones en las actividades empresariales, en su mayoría se las realiza en base al criterio personal de los empleados, por ello no se da la adecuada dirección y ejecución de las mismas.

En la tabla 5, se observa que el 37,5% consideran que tienen un nivel alto en su Control, esto quiere decir que los representantes están desarrollando un Control Interno adecuado que les permite optimizar la utilización de los recursos con calidad para alcanzar una correcta gestión financiera y administrativa, logrando mejores niveles de productividad, de manera similar Cruz (2013) menciona que el control permite evaluar el desempeño general de la empresa, del mismo modo el control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Por otro lado, en la Tabla 6, se observa que el 54,2% consideran que tienen un nivel alto en análisis de inversión, en este sentido los representantes antes de realizar o llevar a cabo algún plan o proyecto en la búsqueda de mayor rentabilidad, en primer lugar, analizan cual será la idea más adecuada y determinan cual será la ganancia esperada de esta manera esto les permite lograr mayor productividad o un incremento en la participación de mercado.

En la tabla 7, se muestra que el 62,5% consideran que tienen un nivel muy alto en su Análisis financiero, en este sentido los representantes realizan pequeños estudios para

determinar, si cual será la mejor alternativa de financiamiento, del mismo modo analizan las necesidades y capacidades de pago; a qué plazo; tipo de tasa; calendario de pagos; tipo de financiamiento, entre otros puntos, dado que muchas veces depende de este tipo de decisiones que un negocio prospere o decaiga.

Objetivo específico 2: Determinar el nivel de participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018. En la tabla 9 se puede observar que la empresa GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C tiene el 12,7% del total de ingresos de la industria es decir tiene la mayor participación de mercado, y la empresa CREACIONES E IMPRENTA SAN FRANCISCO E.I.R.L tiene el porcentaje menor de participación de mercado con un 1,3%, en este sentido la empresa con mayor participación buscan siempre aumentar la participación de mercado enfocándose en el mejoramiento del servicio, por lo cual desarrollan mejores atributos, que los competidores, en este sentido se da un servicio con mayor rapidez y sobre todo personalizado.

V. CONCLUSIONES

Para el objetivo general. Se concluye que con el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,030 < 005$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, luego podemos concluir que aun nivel de significancia de 0,05. La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.

Para el objetivo específico 1. Se concluye que el 62,5% consideran que tienen un nivel alto en cuanto a la Gestión de calidad en el financiamiento, el 41,7% consideran que tienen un nivel alto en su Planificación, el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su Organización, el 45,8% consideran que tienen un nivel alto en su dirección, el 37,5% consideran que tienen un nivel alto en su Control que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas, el 54,2% consideran que tienen un nivel alto en análisis de inversión, el 62,5% consideran que tienen un nivel muy alto en su Análisis financiero

Para el objetivo específico 2. La empresa GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C tiene el 12,7% del total de ingresos de la industria es decir tiene la mayor participación de mercado, y la empresa CREACIONES E IMPRENTA SAN FRANCISCO E.I.R.L tiene el porcentaje menor de partición de mercado con un 1,3%.

RECOMENDACIONES

Plantear objetivos financieros claros, es decir antes de comenzar con la búsqueda de fuentes de financiamiento, las imprentas deben analizar sus necesidades financieras con base en los objetivos del negocio. Para ello es necesario saber para que se requiere el financiamiento, cuánto se necesita, durante cuánto tiempo se podrá devolver el crédito, cabe decir que los dueños deben analizar adecuadamente sus datos contables, para determinar cuál es su capacidad de pago.

Seleccionar al mejor acreedor, las imprentas tienen que hacer una ardua investigación sobre qué entidad sería la mejor opción para que les brinde el servicio financiero que necesitan, por ende los aspectos que tienen que tomar en cuenta son el tiempo que la empresa crediticia opera en el mercado, su cartera de clientes, rapidez en el proceso de aprobación del crédito y fondeo, y su flexibilidad. También es importante que la empresa crediticia tenga un conocimiento comprobado de la industria del sector, ya que tendrá una mayor sensibilidad ante las necesidades de este tipo de empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aching, C Y Guzmán, J. (2005). Ratios financieras y Matemáticas de la Mercadotecnia. Lima, Perú: Prociencia y Cultura S.A.
- Arias, E., (2010). “Procedimiento para el análisis de gestión administrativa”. Anzoátegui. Venezuela: Universidad del Oriente.
- Boscán, M. y Sandrea, M. (2006). Estrategias de financiamiento para el desarrollo del sector confección zuliano. Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales. Volumen 11 (3), 402 - 417
- Briseño, H. (2006). Indicadores Financieros. México, México: Umbral.
- Brealey, R. (2007). Principios de Finanzas Corporativas. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill
- Casanovas, M Y Bertrán, J. (2013). La Financiación de la empresa: Como Optimizar las Decisiones de Financiamiento. Barcelona, España: Profit.
- Centro de investigación de mercado, (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/>
- Córdoba, M. (2012). Gestión financiera. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones
- Chiavenato, I., (2001). Administración: teoría, proceso y práctica. México, México: Mc Graw Hill, D.F.
- Emprende UP y la Asociación de Emprendedores del Perú, (2018). Seis de cada diez emprendedores tiene problemas para financiarse. Recuperado de, <https://www.andina.pe/agencia/noticia-seis-cada-diez-emprendedores-tiene-problemas-para-encontrar-financiamiento-742082.aspx>
- Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas, (2015). Falta de financiamiento mata a pymes en México. Recuperado de, <https://www.entrepreneur.com/article/279061>

- Estevez, A. (2017). Financiamiento a largo plazo ventajas y desventajas. Recuperado de, <http://www.opencap.mx/financiamiento-a-largo-plazo/>
- Gil, M. (2007). *Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. Barcelona, España. ESIC Editorial.
- Gitman, Y., y Lawrence, J. (2003). *Principios de Administración Financiera* (décima edición). México, México: Pearson educación.
- Gomero, T. (2003). “Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas textiles en lima metropolitana de 1990 al 2000”. (Tesis post grado). Facultad de ciencias contables Universidad nacional de San Marcos. Perú
- Gryna, M. F., Chua, C. H., & Defeo, A. J. (2007). *Metodo Juran, Analisis y Planeacion de la Calidad*. México, Mexico: Mc Graw Hill.
- Levy, L. (2008). *Planeación estratégica de las fuentes de financiamiento*. México. Ediciones fiscales.
- Merino, P. (2012). “La gestión financiera operativa y su incidencia en la toma de decisiones de inversión y financiamiento a corto plazo de la empresa distribuidora SALAZAR MAYORGA CÍA. LTDA.”. (Tesis Postgrado). Facultad de contabilidad y auditoría carrera de contabilidad y auditoría. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador
- Moreno, S. (2013). Problemas de acceso de las pymes a la financiación y recomendaciones para ayudar a salvarlos (I). recuperado de, <http://www.mirelacion.es/blog/problemas-de-acceso-de-las-pymes-a-la-financiacion/>
- Palomino, S. (2017). *Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el distrito de Huánuco – 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Regalado, S. (2014). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Navismar E.I.R.L. Chimbote, 2014*. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Riveros, S. P. (2007). Sistema de Gestion de la Calidad del Servicio. Bogota: Ecoe.

Ruiz, L. (2015). Participación de Mercado (Market Share). Recuperado de, <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc049.htm>

Torres, K. (2010). La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y credito KURIÑAN de la ciudad de Ambato año 2010. (Tesis Postgrado). Facultad de contabilidad y auditoría carrera de gestión financiera. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador

Weston, J. y Brigham, E. (1994). Fundamentos de administración financiera. México, México: McGraw W-Hill Interamericana de México.

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

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Bienes de consumo			
Lapiceros	2	S/. 0.50	S/.
Hojas	35	S/. 0.10	S/ 3.50
Lápiz	1	S/. 0.50	S/.
Folder manila	1	S/. 0.70	S/ 0.70
Cuaderno chico	3	S/. 3.00	S/ 9.00
USB 2 Gb	1	S/. 17.00	S/.
Servicios			
Impresiones	22	S/. 0.20	S/.
Copias	2	S/. 0.10	S/.
Horas de Internet	12Hrs.	1	S/ 12.00
Movilidad	120 Hrs.	1	S/.
Total			S/.

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3

Población

Nº	RAZON SOCIAL	Representantes	Dirección
1	CORPORACIÓN Y SERVICIOS ARIANA E.I.R.L	Oscar	Av. José Gálvez N 451
2	ALDIR E.I.R.L	García	Leoncio prado N 383
3	INVERSIONES E IMPRENTA NUEVO HORIZONTE	Jonatán	Jr. Alfonso Ugarte N 645
4	HS IMPRESORES E.I.R.L	Alex	Av. José Gálvez N 861
5	CREACIONES E IMPRENTA SAN FRANCISCO E.I.R.L	Señora luisa	Mz. 27 lt 8 Zn. A 21 de Abril
6	SERVICIOS GRÁFICOS S.A.C	Elvira Ponce	Av. José Gálvez N 486
7	GRAFICAS BORJAS E.I.R.L	Raquel	Jr. Elías Aguirre N 576
8	PUNTOS GRÁFICOS E.I.R.L	Emerson	Jr. Elías Aguirre N 537
9	GRAPHIC CHIMBOTE S.A.C	Señor Vásquez	Jr. Elías Aguirre 593
10	IMPRENTA Y REPRESENTACIÓN DESARROLLO S.I.R.L	Basilio	Jr. Ladislao Espinar N 418
11	CORPORATIONS GRAFICAS S.R.L	Armas	Jr. Alfonso Ugarte N 471
12	GRUPO ACUERLLA S.A	Sánchez	Mariano Melgar N 173
13	IMPRENTA ARIAS	Zurita Gómez	Alfonso Ugarte N 612
14	DISEÑOS Y CONFECCIONES SAN CARLOS	Melody	Av Pardo esquina de Pirani
15	TODO DISEÑO CHIMBOTE	Carmen	Av Pardo esquina de Pirani
16	IMPRENTA NUESTRO SEÑOR	Julio	Av Ruiz 7 cuadra
17	IMPRENTA GENERALES	Anónimo	Av Pardo esquina de Pirani
18	IMPRENTA ADRIANA E.I.R.L	Anónimo	Av Pardo esquina de Pirani
19	IMPRENTA JULIUS	Anónimo	Jr. Elias Aguirre 599
20	GRAFICA LEONCITO	André	Jr. Elias Aguirre 534
21	IMPRENTA BORJA	Anónimo	Jr. Elias Aguirre 689
22	IMPRESOS ORION E.I.R.L	Anónimo	Jr. Elias Aguirre 564
23	IMPRENTA FRANK	Javier	Jr. Elias Aguirre 598
24	IMPRENTA MONCAYO	Anónimo	Jr. Elias Aguirre 569

Fuente:Municipalidad provincial del Santa

Anexo 4

ENCUESTA

VI: Gestión de calidad en el financiamiento

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

En donde: 1= Nunca; 2= Rara vez; 3= A veces; 4= Casi siempre; 5= Siempre

Gestión de calidad en el financiamiento	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Planificación					
1. Plantea objetivos cualitativos					
2. Plantea Objetivos cuantitativos					
3. Cumple con las metas establecidas					
4. Elabora estrategias					
5. Elabora tácticas					
6. Realiza seguimientos a los planes					
Dimensión 2: Organización					
7. Considera que están bien definidas los niveles de Jerarquía su Empresa					
8. El área de Trabajo donde está ubicado, es la más adecuada					
9. Considera sus actividades laborales están correctamente definidas					
Dimensión 3: Dirección					
10. Toma decisiones gerenciales					
11. Toma decisiones Individuales					
12. Toma decisiones Programables					
13. Identifica que es lo que motiva al personal					
14. Incentiva a su equipo de trabajo					
15. Promueve el aprendizaje de su personal					
Dimensión 4: Control					
16. Aplica métodos para medir el desempeño					

17. Detecta las desviaciones					
18. Corrige las desviaciones					
Dimensión 5: Decisión de financiamiento					
19. Se elige por las tasas de interés más bajas dentro del mercado financiero.					
20. La fuente de financiamiento elegida ayuda a contribuir con el crecimiento y a cumplir con los objetivos.					
21. Antes de realizar la decisión de financiamiento, estima los costos que traerá consigo el uso de una determinada fuente de financiamiento					
22. Evalúa los riesgos que trae consigo la adquisición de un crédito financiero.					
23. La empresa tiene la facilidad de pago ante la obligación financiera contraída, permitiéndole tener la capacidad de generar ingresos en determinadas fechas.					
24. Se efectúa un control adecuado y seguido sobre el cronograma de las fechas límite de pago.					
25. Se realiza una respectiva comparación de las fuentes de financiamiento bancarias en función a la tasa de interés que cobran.					
26. Se realiza una identificación de la mejor fuente de financiamiento en función a experiencias pasadas.					
27. Una vez efectuado el financiamiento, se realiza un control adecuado y correcto acerca del manejo del financiamiento realizado.					
28. Se comparan los resultados obtenidos que presentan las fuentes de financiamiento adquiridas en comparación a anteriores.					
19. Se elige por las tasas de interés más bajas					

dentro del mercado financiero.					
20. La fuente de financiamiento elegida ayuda a contribuir con el crecimiento y a cumplir con los objetivos.					
21. Antes de realizar la decisión de financiamiento, estima los costos que traerá consigo el uso de una determinada fuente de financiamiento					
22. Evalúa los riesgos que trae consigo la adquisición de un crédito financiero.					
23. La empresa tiene la facilidad de pago ante la obligación financiera contraída, permitiéndole tener la capacidad de generar ingresos en determinadas fechas.					
24. Se efectúa un control adecuado y seguido sobre el cronograma de las fechas límite de pago.					
Dimensión 6: Decisión de Inversión					
29. Se identifica las áreas en la cual requiere de una inversión para la continuación de las operaciones manteniendo el correcto funcionar de la empresa.					
30. La empresa anualmente identifica las necesidades de inversión que deberán de ser resueltas el próximo año.					
31. La empresa realiza anualmente un estudio para reducir los costos generados.					
32. La empresa realiza una correcta inversión que permita la incrementación de la productividad y de la disminución de los costos.					
33. Antes de proceder a ejecutar una inversión, se realiza el estudio del tiempo en el cual se observará el ingreso de utilidades requeridas.					

VD: Participación de mercado

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

34. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

35. ¿Cómo considera su nivel de participación en el sector?

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

36. ¿Con que frecuencia acude a solicitar el servicio?

- a) 1 vez al día
- b) 2 veces al día
- c) 3 veces a la semana
- d) 4 veces a la semana
- e) 5 veces al mes

37. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy malo

Anexo 5

Tablas: *Gestión de calidad en el financiamiento*

Tabla 1. Plantea objetivos cualitativos

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	4,2
Rara vez	3	12,5
A veces	5	20,8
Casi siempre	4	16,7
Siempre	11	45,8
Total	24	100,0

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

El 45,8% siempre plantea objetivos cualitativos, 20,8% a veces, 16,7% casi siempre, 12,5% rara vez, y el 4,2% nunca.

Tabla 2. Plantea Objetivos cuantitativos

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	4	16,7
A veces	2	8,3
Casi siempre	8	33,3
Siempre	8	33,3
Total	24	100,0

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

El 33,3% siempre o casi siempre plantea objetivos cuantitativos, 16,7% rara vez, y el 8,3% a veces o nunca.

Tabla 3. Cumple con las metas establecidas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	4,2
A veces	10	41,7
Casi siempre	7	29,2
Siempre	6	25,0
Total	24	100,0

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

El 41,7% a veces cumple con las metas establecidas, 29,2% casi siempre, 25% siempre, y el 4,2% nunca.

Tabla 4. Elabora estrategias

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	3	12,5
A veces	2	8,3
Casi siempre	9	37,5
Siempre	8	33,3
Total	24	100,0

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

El 37,5% casi siempre elabora estrategias, 33,3% siempre, 12,5% rara vez, y el 8,3% a veces o nunca.

Tabla 5. Elabora tácticas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,7
Rara vez	4	16,7
A veces	3	12,5
Casi siempre	9	37,5
Siempre	4	16,7
Total	24	100,0

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

El 37,5% casi siempre elabora tácticas, 16,7% expresan siempre, rara vez o nunca, y el 12,5% a veces.

Tabla 6. Realiza seguimientos a los planes

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	4,2
Rara vez	2	8,3
A veces	8	33,3
Casi siempre	10	41,7
Siempre	3	12,5
Total	24	100,0

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

El 41,7% casi siempre realiza seguimientos a los planes, 33,3% a veces, 12,5% siempre, 8,3% rara vez, y el 4,2% nunca.

Tabla 7. Considera que están bien definidas los niveles de Jerarquía su Empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Rara vez	2	8,3
A veces	6	25,0
Casi siempre	11	45,8
Siempre	5	20,8
Total	24	100,0

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

El 45,8% casi siempre considera que están bien definidas los niveles de Jerarquía su Empresa, 25% a veces, 20,8% siempre, y el 8,3% rara vez.

Tabla 8. El área de Trabajo donde está ubicado, es la más adecuada

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,7
Rara vez	4	16,7
A veces	3	12,5
Casi siempre	4	16,7
Siempre	9	37,5
Total	24	100,0

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

El 37,5% considera que siempre el área de Trabajo donde está ubicado es la más adecuada, 16,7% opina que casi siempre, rara vez o nunca, y el 12,5% a veces.

Tabla 9. Considera sus actividades laborales están correctamente definidas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	3	12,5
A veces	4	16,7
Casi siempre	5	20,8
Siempre	10	41,7
Total	24	100,0

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

El 41,7% considera que siempre sus actividades laborales están correctamente definidas, 20,8% casi siempre, 16,7% a veces, 12,5% rara vez, y el 8,3% nunca.

Tabla 10. Toma decisiones gerenciales

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	2	8,3
A veces	5	20,8
Casi siempre	5	20,8
Siempre	10	41,7
Total	24	100,0

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

El 41,7% siempre toma decisiones gerenciales, 20,8% casi siempre o a veces, y el 8,3% rara vez o nunca.

Tabla 11. Toma decisiones Individuales

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	3	12,5
A veces	5	20,8
Casi siempre	6	25,0
Siempre	8	33,3
Total	24	100,0

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

El 33,3% siempre toma decisiones Individuales, 25% casi siempre, 20,8% a veces, 12,5% rara vez, y el 8,3%.

Tabla 12. Toma decisiones Programables

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	3	12,5
A veces	3	12,5
Casi siempre	7	29,2
Siempre	8	33,3
Total	24	100,0

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

El 33,3% siempre toma decisiones Programables, 29,2% casi siempre, y el 12,5% opinan que a veces, rara vez o nunca.

Tabla. 13. Identifica que es lo que motiva al personal

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	1	4,2
A veces	4	16,7
Casi siempre	6	25,0
Siempre	10	41,7
Total	24	100,0

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

El 41,7% siempre identifica que es lo que motiva al personal, 25% casi siempre, 16,7% a veces, 12,5% nunca, y el 4,2% rara vez.

Tabla 14. Incentiva a su equipo de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Nunca	1	4,2
Rara vez	2	8,3
A veces	3	12,5
Casi siempre	7	29,2
Siempre	11	45,8
Total	24	100,0

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

El 45,8% siempre incentiva a su equipo de trabajo, 29,2% casi siempre, 12,5% a veces, 8,3% rara vez, y el 4,2% nunca.

Tabla 15. Promueve el aprendizaje de su personal

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	3	12,5
A veces	7	29,2
Casi siempre	9	37,5
Siempre	2	8,3
Total	24	100,0

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

El 37,5% casi siempre promueve el aprendizaje de su personal, 29,2% a veces, 12,5% rara vez o nunca, y el 8,3% siempre.

Tabla 16. Aplica métodos para medir el desempeño

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	20,8
Rara vez	8	33,3
A veces	5	20,8
Casi siempre	3	12,5
Siempre	3	12,5
Total	24	100,0

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

El 33,3% rara vez aplica métodos para medir el desempeño, 20,8% a veces o nunca, y el 12,5% siempre o casi siempre.

Tabla 17. Detecta las desviaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	29,2
Rara vez	6	25,0
A veces	3	12,5
Casi siempre	6	25,0
Siempre	2	8,3
Total	24	100,0

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

El 29,2% nunca se detecta las desviaciones, 25% rara vez o casi siempre, 12,5% a veces, y el 8,3% siempre.

Tabla 18. Corrige las desviaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,7
Rara vez	3	12,5
A veces	6	25,0
Casi siempre	5	20,8
Siempre	6	25,0
Total	24	100,0

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

El 25% a veces o siempre se corrige las desviaciones, 20,8% casi siempre, 16,7% nunca, y el 12,5% rara vez.

Tabla 19. Se elige por las tasas de interés más bajas dentro del mercado financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	29,2
Rara vez	7	29,2
A veces	3	12,5
Casi siempre	4	16,7
Siempre	3	12,5
Total	24	100,0

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

El 29,2% rara vez o nunca se elige por las tasas de interés más bajas dentro del mercado financiero, 16,7% casi siempre, y el 12,5% siempre o a veces.

Tabla 20. La fuente de financiamiento elegida ayuda a contribuir con el crecimiento y a cumplir con los objetivos

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	4	16,7
A veces	4	16,7
Casi siempre	6	25,0
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% opina que siempre la fuente de financiamiento elegida ayuda a contribuir con el crecimiento y a cumplir con los objetivos, 25% casi siempre, 16,7% a veces o rara vez, y el 12,5% nunca.

Tabla 21. Antes de realizar la decisión de financiamiento, estima los costos que traerá consigo el uso de una determinada fuente de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	3	12,5
A veces	6	25,0
Casi siempre	5	20,8
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% considera que siempre antes de realizar la decisión de financiamiento, estima los costos que traerá consigo el uso de una determinada fuente de financiamiento, 25% a veces, 20,8% casi siempre, 12,5% rara vez o nunca.

Tabla 22. Evalúa los riesgos que trae consigo la adquisición de un crédito financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	3	12,5
A veces	4	16,7
Casi siempre	7	29,2
Siempre	8	33,3
Total	24	100,0

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

El 33,3% siempre se evalúa los riesgos que trae consigo la adquisición de un crédito financiero, 29,2% casi siempre, 16,7% a veces, 12,5% rara vez, y el 8,3% nunca.

Tabla 23. La empresa tiene la facilidad de pago ante la obligación financiera contraída, permitiéndole tener la capacidad de generar ingresos en determinadas fechas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	4	16,7
A veces	2	8,3
Casi siempre	11	45,8
Siempre	5	20,8
Total	24	100,0

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

El 45,8% opina que casi siempre la empresa tiene la facilidad de pago ante la obligación financiera contraída, permitiéndole tener la capacidad de generar ingresos en determinadas fechas, 20,8% siempre, 16,7% rara vez, y el 8,3% a veces o nunca.

Tabla 24. Se efectúa un control adecuado y seguido sobre el cronograma de las fechas límite de pago.

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	1	4,2
A veces	5	20,8
Casi siempre	9	37,5
Siempre	6	25,0
Total	24	100,0

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

El 37,5% menciona que casi siempre se efectúa un control adecuado y seguido sobre el cronograma de las fechas límite de pago, 25% siempre, 20,8% a veces, 12,5% nunca, y el 4,2% rara vez.

Tabla 25. Se realiza una respectiva comparación de las fuentes de financiamiento bancarias en función a la tasa de interés que cobran

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	2	8,3
A veces	4	16,7
Casi siempre	8	33,3
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 33,3% opina que casi siempre se realiza una respectiva comparación de las fuentes de financiamiento bancarias en función a la tasa de interés que cobran, 29,2% siempre, 16,7% a veces, 12,5% nunca, y el 8,3% rara vez.

Tabla 26. Se realiza una identificación de la mejor fuente de financiamiento en función a experiencias pasadas.

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	4	16,7
A veces	2	8,3
Casi siempre	12	50,0
Siempre	4	16,7
Total	24	100,0

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

El 50% de las veces casi siempre se realiza una identificación de la mejor fuente de financiamiento en función a experiencias pasadas, 16,7% siempre o rara vez, y el 8,3% a veces o nunca.

Tabla 27. Una vez efectuado el financiamiento, se realiza un control adecuado y correcto acerca del manejo del financiamiento realizado

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	5	20,8
A veces	5	20,8
Casi siempre	4	16,7
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% opina que siempre una vez efectuado el financiamiento, se realiza un control adecuado y correcto acerca del manejo del financiamiento realizado, 20,8% rara vez o a veces, 16,7% casi siempre, y el 12,5% nunca.

Tabla 28. Se comparan los resultados obtenidos que presentan las fuentes de financiamiento adquiridas en comparación a anteriores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,7
Rara vez	3	12,5
A veces	4	16,7
Casi siempre	6	25,0
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% considera que siempre se comparan los resultados obtenidos que presentan las fuentes de financiamiento adquiridas en comparación a anteriores, 25% casi siempre, 16,7% a veces o nunca, y el 12,5% rara vez.

Tabla 29. Se identifica las áreas en la cual requiere de una inversión para la continuación de las operaciones manteniendo el correcto funcionar de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	4	16,7
A veces	4	16,7
Casi siempre	7	29,2
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% comparte la opinión de que casi siempre y siempre se identifica las áreas en la cual requiere de una inversión para la continuación de las operaciones manteniendo el correcto funcionar de la empresa, 16,7% rara vez o a veces, y el 8,3% nunca.

Tabla 30. La empresa anualmente identifica las necesidades de inversión que deberán de ser resueltas el próximo año

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	4	16,7
A veces	3	12,5
Casi siempre	8	33,3
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 33,3% mencionan que casi siempre la empresa anualmente identifica las necesidades de inversión que deberán de ser resueltas el próximo año, 29,2% siempre, 16,7% rara vez, 12,5% a veces, y el 8,3% nunca.

Tabla 31. La empresa realiza anualmente un estudio para reducir los costos generados

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	3	12,5
A veces	5	20,8
Casi siempre	6	25,0
Siempre	7	29,2
Total	24	100,0

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

El 29,2% opina que siempre la empresa realiza anualmente un estudio para reducir los costos generados, 25% casi siempre, 20,8% a veces, y el 12,5% expresan que ocurren raras veces o nunca.

Tabla 32. La empresa realiza una correcta inversión que permita la incrementación de la productividad y de la disminución de los costos

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,5
Rara vez	1	4,2
A veces	6	25,0
Casi siempre	4	16,7
Siempre	10	41,7
Total	24	100,0

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

El 41,7% menciona que siempre la empresa realiza una correcta inversión que permita la incrementación de la productividad y de la disminución de los costos, 25% a veces, 16,7% casi siempre, 12,5% nunca, y el 4,2% rara vez.

Tabla 33. Antes de proceder a ejecutar una inversión, se realiza el estudio del tiempo en el cual se observará el ingreso de utilidades requeridas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,3
Rara vez	2	8,3
A veces	5	20,8
Casi siempre	5	20,8
Siempre	10	41,7
Total	24	100,0

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

El 41,7% opina que siempre antes de proceder a ejecutar una inversión, se realiza el estudio del tiempo en el cual se observará el ingreso de utilidades requeridas, 20,8% expresa casi siempre y a veces, y el 8,3% se hacen raras veces o nunca.

Anexo 6

Matriz de validación

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO													
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1 Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Mala = 1													
Puntaje máximo por ítem = 25				Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, en este caso el número de ítems y la multiplicación del número por ítem multiplicado por el número total de ítems, nos da el límite inferior y el promedio será la suma de los dos ítems dividida entre dos.									
Puntaje Máximo por ítem = 5													
CATEGORÍA	DIMENSION	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA				EVALUACIÓN DE EFECTIVIDAD				TOTAL DE VALORACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO POR ÍTEM
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACION ENTRE LA RESPUESTA BUENA Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACION ENTRE LA RESPUESTA REGULAR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACION ENTRE LA RESPUESTA MALA Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACION ENTRE EL PUNTAJE DE LA RESPUESTA Y EL PUNTAJE DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
											VALOR		
Gestión de calidad basada en el Financiamiento	Planificar	Cobertura y metas	1,2,3				5	5	4	5	19		
		Plan de acción	4,5,6				4	5	4	4	17		
	Organización	Agrupamiento	7,8,9				4	5	4	4	17		
		Toma de decisiones	10,11,12				4	5	5	5	19		
	Dirección	Estrategia	13,14,15				5	4	4	5	18		
		Procesos de control	16,17,18				4	4	4	5	17		
	Análisis del fraude	Fuentes de financiamiento	19,20				4	4	5	4	17		
		Estimación de costos y riesgos	21,22				4	4	4	4	16		
		Escala límite de pago	23,24				4	4	4	4	16		
		Evaluación de fuerzas de financiamiento	25,26				4	4	4	4	16		
		Estimar el efecto del financiamiento	27,28				4	4	4	4	16		
		Identificación de inversión	29,30				4	5	4	4	17		
	Análisis de riesgo	Reducción de costos para la adquisición de la inversión	31,32				4	4	5	4	17		
		Tiempo de retorno de la inversión	33				5	4	4	4	17		
Punto de vista del mercado	Nivel de riesgo	Equilibrio mercantil	34				5	5	5	5	20		
		Nivel de participación	35				4	4	4	5	17		
	Frecuencia total	Presupuesto de la compra	36				5	5	4	4	18		
		Cantidad del servicio	37				4	5	4	5	18		
PROMEDIO DE VALORACIÓN										17,25			

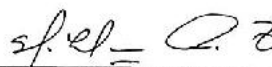


 Firma y sello del evaluador
 FELIPE ALENQUE TAME
 DNI: 32957531


TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO													
Valoración de respuesta: Buena = 5, Regular = 3, Mala = 1													
Evaluación de Calidad: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Mala = 1													
Puntaje máximo por ítem = 25				Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplica el puntaje total por ítem por el número total de ítems, en caso de ítems superiores a la multiplicación del número por ítem, multiplicando por el número total de ítems, con el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites divididos entre dos.									
Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA RESPUESTA DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE CREDIBILIDAD				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES	
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACION ENTRE LA RESPUESTA Y EL INDICADOR	RELACION ENTRE LA RESPUESTA Y EL INDICADOR	RELACION ENTRE LA RESPUESTA Y EL INDICADOR	RELACION ENTRE LA RESPUESTA Y EL INDICADOR			
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR			
Gestión de calidad basada en el Financiamiento	Planificación	Objetivos y metas	1,2,3				5	5	4	5	19		
		Plan de acción	4,5,6				4	5	4	4	17		
	Organización	Agupamiento	7,8,9				4	5	5	4	18		
		Forma de decisiones	10,11,12				4	5	5	4	18		
	Ejecución	Liderazgo	13,14,15				5	4	4	5	18		
		Procesos de control	16,17,18				4	3	3	5	15		
	Control	Fuertes de Financiamiento	19,20				5	4	3	4	16		
		Estimación de costos y riesgos	21,22				4	4	4	4	16		
	Análisis del Financiamiento	Fecha límite de pago		23,24				4	3	4	4	15	
			Evaluación de fuertes de financiamiento	25,26				5	4	4	4	17	
		Analizar el efecto del financiamiento		27,28				4	4	4	4	16	
			Identificación de inversión	29,30				4	5	4	4	17	
Análisis de inversión	Reducción de costos para la adquisición de la inversión		31,32				4	4	3	4	15		
		Tempo de retiro de utilidades	33				5	4	4	4	17		
Participación del mercado	Nivel de ingresos	Ingresos mensuales	34				5	5	5	5	20		
		Nivel de participación	35				4	4	4	5	17		
	Frecuencia de la compra		36				5	3	4	4	16		
		Cantidad de compras	37				4	5	4	5	18		
PROMEDIO DE VALORACIÓN										16,64			


 Firma y sello del evaluador

18215927
 Mg Miguel Limón Vasquez

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuestas: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1 Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Mala = 1												
Puntaje máximo por ítem = 15				Para obtener el puntaje numérico del instrumento se multiplica el puntaje total por ítem por el número total de ítems, se suma el límite superior y la multiplicación del mismo por ítem multiplicado por el número total de ítems, se suma el límite inferior y el promedio es la suma de los dos límites dividido entre dos.								
Puntaje Mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	ELEMENTOS	INDICADORES	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIONES O RECOMENDACIONES
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACION ENTRE LA OPCIÓN DE RESPUESTA Y EL VALOR	RELACION ENTRE LA OPCIÓN DE RESPUESTA Y EL VALOR	RELACION ENTRE EL PUNTAJE OBTENIDO Y EL PUNTAJE DE REFERENCIA	RELACION ENTRE EL PUNTAJE OBTENIDO Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad basada en el proceso (métricas)	Planificar:	Objetivos y metas	1,2,3				5	5	4	5	15	
		Plan de acción	4,5,6				4	5	4	4	17	
	Organización:	Agrupamiento	7,8,9				2	2	2	4	19	
		Toma de decisiones	10,11,12				5	5	5	5	20	
	Dirección:	El liderazgo	13,14,15				5	4	4	5	18	
	Control:	Procesos de control	16,17,18				4	3	3	3	15	
		Fuentes de financiamiento	19,20				3	3	3	4	17	
		Estimación de costos y tiempos	21,22				4	4	4	4	16	
	Análisis del presupuesto:	Punto límite de pago	23,24				4	5	4	4	17	
		Evaluación de fuentes de financiamiento	25,26				3	4	4	4	17	
Análisis de inversión		Evaluar el riesgo del financiamiento	27,28				3	4	4	4	17	
		Identificación de inversiones	29,30				5	5	4	4	18	
		Reducción de costos para la adquisición de la inversión	31,32				5	4	3	4	16	
		Tiempo de retorno de utilidades	33				5	5	4	4	18	
Eficacia de los recursos	Nivel de ingresos:	Ingresos mensuales	34				5	5	5	5	20	
		Nivel de participación	35				4	4	4	5	19	
	Frecuencia de evaluación:	Frecuencia de la compra	36				5	3	4	4	16	
		Calidad del servicio	37				4	5	4	5	18	
PROMEDIO DE VALORACIÓN											17.50	

Firma y sello del evaluador

 33263862
 Mgr. Joly Yolanda Morillo Campos.

Anexo 7

Matriz de consistencia

GESTIÓN DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO Y PARTICIPACIÓN DEL MERCADO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO IMPRENTAS, CHIMBOTE, 2018											
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	OBJ ESPCI	HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	ITEMS
GESTIÓN DE CALIDAD EN EL FINANCIAMIENTO Y PARTICIPACIÓN DEL MERCADO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO IMPRENTAS, CHIMBOTE, 2018	¿Cuál es la frecuencia 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, Chimbote, 2018?	Determinar el efecto que existe de la Gestión de calidad basado en el Financiamiento y la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.	a) Determinar el nivel de Gestión de calidad basado en el Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.	Hi: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018. Ho: La Gestión de calidad basado en el Financiamiento, no se relaciona con la participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018.	Gestión de calidad basado en el Financiamiento	Calidad de una inversión, por la cual es posible su transformación inmediata en efectivo	Utilizar los factores de financiamiento con el fin de generar beneficios a la empresa	Planificar	Objetivos y metas, Plan de acción	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca	1. Plantea objetivos cualitativos 2. Plantea Objetivos cuantitativos 3. Cumple con las metas establecidas 4. Elabora estrategias 5. Elabora tácticas 6. Realiza seguimientos a los planes
			Organización					Agrupamiento	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca	7. Considera que están bien definidas los niveles de Jerarquía su Empresa 8. El área de Trabajo donde está ubicado, es la más adecuada 9. Considera sus actividades laborales están correctamente definidas	
			Dirección					Toma de decisiones, Liderazgo	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca	10. Toma decisiones gerenciales 11. Toma decisiones individuales 12. Toma decisiones Programables 13. Identifica que es lo que motiva al personal 14. Incentiva a su equipo de trabajo 15. Promueve el aprendizaje de su personal	
			Control					Procesos de control	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca	16. Aplica métodos para medir el desempeño 17. Detecta las desviaciones 18. Corrige las desviaciones	
			b) Determinar el nivel de participación de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas, Chimbote, 2018					Analisis del financiamiento	Fuentes de Financiamiento Estimación de costos y riesgos Fecha límite de pago Evaluación de fuentes de financiamiento Evaluar el efecto del financiamiento	Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca	19. Se elige por las tasas de interés más bajas dentro del mercado financiero. 20. La fuente de financiamiento elegida ayuda a contribuir con el crecimiento y a cumplir con los objetivos. 21. Antes de realizar la decisión de financiamiento, estima los costos que traerá consigo el uso de una determinada fuente de financiamiento 22. Evalúa los riesgos que trae consigo la adquisición de un crédito financiero. 23. La empresa tiene la facilidad de pago ante la obligación financiera contraída, permitiéndole tener la capacidad de generar ingresos en determinadas fechas. 24. Se efectúa un control adecuado y seguido sobre el cronograma de las fechas límite de pago. 25. Se realiza una respectiva comparación de las fuentes de financiamiento bancarias en función a la tasa de interés que cobran. 26. Se realiza una identificación de la mejor fuente de financiamiento en función a experiencias pasadas. 27. Una vez efectuado el financiamiento, se realiza un control adecuado y correcto acerca del manejo del financiamiento realizado. 28. Se comparan los resultados obtenidos que presentan las fuentes de financiamiento adquiridas en comparación a anteriores.
			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, Chimbote, 2018.			porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa	Analizar a la competencia de acuerdo a ellos formular estrategias para mejorar el nivel de participación de mercado	Nivel de ingresos	Ingresos mensuales, nivel de participación	Cuantitativo	29. Se identifica las áreas en la cual requiere de una inversión para la continuación de las operaciones manteniendo el correcto funcionar de la empresa. 30. La empresa anualmente identifica las necesidades de inversión que deberán de ser resueltas el próximo año. 31. La empresa realiza anualmente un estudio para reducir los costos generados. 32. La empresa realiza una correcta inversión que permita la incrementación de la productividad y de la disminución de los costos. 33. Antes de proceder a ejecutar una inversión, se realiza el estudio del tiempo en el cual se observará el ingreso de utilidades requeridas.
								Habitos de compra del cliente	Servicios que solicita Frecuencia de compra	Nominal	34. ¿A cuánto ascienden sus ingresos en un mes? 35. ¿Cómo considera su nivel de participación en el sector? 36. ¿Qué servicios solicita? 37. ¿Cuántas veces al mes acude a solicitar un servicios a la imprenta?