



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS
MYPES DEL SECTOR PRODUCCIÓN - RUBRO
VITIVINÍCOLA, DEL DISTRITO DE HUARAL, LIMA 2018

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

AUTORA:

Br. YESSICA ELIZABETH QUINECHE ELLAJANQUI

ASESOR:

MG. LIC. ADM. SIMÓN POMA ANCCASI

LIMA - PERÚ

2019

Hoja de firma del jurado y asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser el autor de la vida, sin El nada hubiera sido posible. A mi hija **Miyari Grace**, por acompañarme y entenderme en esta tarea de la investigación, mi motivo de lucha constantes para lograr el éxito y alcanzar la felicidad.

A mi madre, por ser ejemplo de perseverancia para nunca rendirme ante las adversidades de la vida y por su apoyo incondicional, su motivación constante e inspiración para seguir adelante con la frente en alto.

A mis docentes por sus enseñanzas y consejos, sobre todo por su paciencia para inculcar conocimientos a fin de ser profesionales competentes, de sólida formación académica, ética y moral, con liderazgo y comunicación asertiva.

DEDICATORIA

A Dios, por guardarme y guiarme por el sendero correcto, dandome fuerza para superar obstaculos y dificultades en el día a día y por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, Florencia Ellajanqui de Quineche, por estar siempre en el momento que lo necesito para escucharme y ayudarme a salir adelante, en el sendero sinuoso de la vida.

La autora

RESUMÉN

La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima, 2018, de tipo descriptivo. Para el recojo de la información se ha tomado en consideración una muestra de seis (06) MYPE, a quienes se le aplicó un cuestionario con preguntas referente a las características de los representantes legales, gestión de la calidad y el financiamiento, mediante la técnica de la encuesta, luego de obtenerse la información requerida permitió formular la discusión de resultados para finalmente arribar a las siguientes conclusiones: Los representantes legales de las Mypes, en su mayoría tienen más de 50 años, y en su totalidad son varones y con estudios superiores universitario, representados por dueños y administradores y en su mayoría tienen más de 7 años de permanencia en el rubro. Los representantes de las Mypes, planifican las políticas de trabajo de su empresa. También considera que debe mejorar continuamente el servicio a sus clientes, brindando un valor agregado a los productos que ofrece, sus colaboradores se identifican con la empresa en donde trabajan, los empresarios dedicados a la vitivinícola están en constantemente procesos de adaptación a los cambios del mercado para ello aplican algunas estrategias como la publicidad en diferentes medios de comunicación y brindando un valor agregado a los productos que ofrece, para poder mantenerse en el mercado comercial. La minoría considera que al momento de solicitar créditos en una entidad financiera reciben información veraz, la entrega de estos préstamos es oportuno y a la brevedad posible. Finalmente, un gran porcentaje de empresarios considera que la fuente de financiamiento para su Mypes es una Caja municipal y una edpyme respectivamente.

Palabras Clave: Gestión de Calidad y financiamiento, Mypes

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of the quality and financing management in the MYPES of the Production - Rubro Vitivinícola sector, of the district of Huaral, Lima 2018, of descriptive type. For the collection of the information a sample of six (06) MSEs was taken into consideration, to whom a questionnaire was applied with questions regarding the characteristics of the legal representatives, quality management and financing, by means of the technique of the The survey, after obtaining the required information, allowed for the discussion of results to finally arrive at the following conclusions: The legal representatives of the Mypes, most of them are over 50 years old, and in their totality are male and with university higher education, represented by owners and administrators and most have more than 7 years of permanence in the field. The representatives of the Mypes, plan the work policies of your company. It also considers that it must continually improve the service to its customers, providing added value to the products it offers, its collaborators identify with the company where they work, the entrepreneurs dedicated to viticulture are constantly adapting to market changes For this, they apply some strategies such as advertising in different media and providing added value to the products they offer, in order to stay in the commercial market. The minority considers that at the moment of requesting credits in a financial institution they receive truthful information, neither the delivery of these loans is opportune and as soon as possible. Finally, a large percentage of entrepreneurs consider that the source of financing for their Mype is a municipal Fund and an edpyme respectively.

Keywords: Quality Management and financing, Mypes

CONTENIDO

1. TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	i
HOJA Y FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMÉN.....	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS	viii
I- INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	2
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA	32
4.1 Diseño de Investigación	32
4.3. Definición de Operacionalización de variables e indicadores.....	33
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
4.5. Plan de Análisis.....	35
4.6 Matriz de Consistencia	36
4.7 Principios éticos.	37
V. RESULTADOS	38
5.1 Resultados	38
5.2 Análisis de resultado	54
VI. CONCLUSIONES	57
Referencias.....	58
Anexo 01:.....	61
Anexo 02:.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS

FIGURAS

Figura 1. Edad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	38
Figura 2. Genero de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	39
Figura 3. Grado de instrucción de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	40
Figura 4. Cargo que desempeña de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	41
Figura 5. Tiempo de permanencia de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	42
Figura 6. Características de la Gestión d la calidad en el financiamiento de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	44
Figura 7 Planificación de la Gestión de la calidad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	45
Figura 8. Dirección de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	46
Figura 9. Implementación de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral.....	47
Figura 10. Control de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	48
Figura 11. Satisfacción de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral.....	49
Figura 12. Información eficaz del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	50
Figura 13 .Gestión financiera del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	51
Figura 14. Control financiero del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	52
Figura 15. Tiempo de pago del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	53

Tablas

Tabla 1 Edad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	38
Tabla 2 Genero de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	39
Tabla 3 Grado de instrucción de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	40
Tabla 4. Cargo que desempeña de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	41
Tabla 5. Tiempo de permanencia de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	42
Tabla 6. Características de la Gestión de la calidad en el financiamiento de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	43
Tabla 7. Planificación	45
Tabla 8. Dirección de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	46
Tabla 9 Implementación de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral.....	47
Tabla 10 Control de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	48
Tabla 11 Satisfacción de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	49
Tabla 12 Información eficaz del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	50
Tabla 13 Gestión financiera del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	51
Tabla 14 Control financiero del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	52
Tabla 15 Tiempo de pago del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral	53

I- INTRODUCCIÓN

La historia vitivinícola en el Perú en los siglos XVI y XVII, el principal polo vitivinícola se hallaba en el Virreinato del Perú, en general y en la zona de la costa peruana, en particular. Los españoles cultivaron la vid y elaboraron el vino en numerosas localidades del país, la vid (*vitis vinífera*) es una de las primeras plantas que cultivaban los hombres. Uno de los patriarcas antediluvianos llamado Noé ya elaboraban sus vinos, el vino actualmente está vigente en nuestra vida cotidiana desde tiempos inmemoriales el mismo que forma parte de nuestras tradiciones culturales y gastronómicas de nuestro país por lo mismo, la cultura vitivinícola tiene mucha importancia ya que el cultivo de la vid viene de tiempos remotos. Huaral Capital de la Agricultura y Sucursal del cielo se tiene el privilegio en gran variedad de cultivo de Uvas a que tiene los climas favorables y gran disponibilidad de agua.

Sin embargo, en la actualidad las Micro y pequeñas empresas en nuestro país son de mucha importancia para nuestra economía. El ministerio de trabajo y promoción del empleo, tienen una gran significación porque aportan con más del 40% al Producto Bruto Interno, y con un 80% de puestos laborales sin considerar el autoempleo que generan y mejoran la condición de vida de cada empresario, del mismo modo se ha demostrado que el 50% de las MyPE son formales y las otras no. Las MyPE en nuestro país el 98 % del total de empresas, corresponden a las MYPES.

Es por ello que esta investigación tiene como objetivo general determinar las Características de la de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del Sector Producción –Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018 asimismo, el resultado de la investigación servirá para la toma de decisiones de los empresarios, como también servirá como base para futuras investigaciones de estudiantes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Antecedentes

De acuerdo a las consultas realizadas en bibliotecas especializadas de administración se logró encontrar las siguientes investigaciones similares que han tratado de manera genérica con el tema de investigación.

A Nivel Internacional

A) Camacho (2016) en su investigación titulada “Análisis de las estrategias de adaptación a la escasez hídrica de las empresas vitivinícolas del valle de Guadalupe, B.C. De Tijuana – México”, llegó a las siguientes conclusiones:

Las empresas han preferido tomar la iniciativa de implementar estrategias de tipo AGRÍCOLAS para adaptarse a la escasez hídrica, seguidas de las ADMINISTRATIVAS. De las 35 estrategias identificadas inicialmente, se consideraron las que fueron señaladas al menos una vez como de bajo costo (o que se desconocía si el costo era percibido bajo) y que cumplen directamente con los principios de la agroecología, mencionados anteriormente.

1. Reciclar biomasa y aumentar la disponibilidad de nutrientes,
2. Asegurar las condiciones del suelo a través de materia orgánica y actividad biótica,
3. Reducir pérdidas debido a radiación solar, aire y agua a través de microclimas, cosecha de agua y cobertura,
4. Diversificar el agroecosistema en tiempo y espacio y aumentar y promover los servicios ecológicos, y se determinó que sólo 14 pueden considerarse como estrategias agroecológicas, por lo que no se sustenta en base a la metodología

aplicada la hipótesis de que las empresas han preferido elegir técnicas agroecológicas de bajo costo para adaptarse a la escasez hídrica (p. 85)

B) Sáiz (2013) de la Universidad Politécnica de Valencia, en su tesis titulado: Mapas para mejorar la producción de vino combinando tecnologías de la información y vehículos convencionales. Realizó su investigación con el objetivo de:

Iniciar el desarrollo de una metodología nueva, centrada en un bajo coste y alta disponibilidad (de información práctica para el productor) para viticultura de precisión, que sea capaz de monitorizar, registrar, y, en lo posible, predecir los parámetros más interesantes para el productor vinícola. Para ello, se pretende demostrar la viabilidad y los beneficios del uso de mapas de producción en parcela obtenidos mediante técnicas de visión artificial de detección terrestre y sistemas de localización global, desarrollando para tal fin una arquitectura de sistema propia. (p. 32)

Así mismo, Sáiz (2013) arribó a las siguientes conclusiones:

El autor ha llegado a la conclusión de que ha intentado reducir la complejidad de la sistematización de una cámara de rojo a infrarojo, además se debe implementar cámaras más sofisticados y si se incorporan cámaras multiespectrales, se elevarían los costos por lo tanto serían rechazados de inmediato.

Señala el autor q no solo basta con implementar metodología sofisticada sino se debe proporcionar una arquitectura adecuada y sistematizada.

Se ha desarrollado una metodología que les permitirá debatir todos las aristas y parámetro compenetrándose en el sistema llamase; vegetación, desnivel, altura, rendimiento, acidez, alcohol, peso y tamaño de las uvas, se distribuyen en las parcelas año tras año. (p. 173).

C) Bonillo (2015) de la Universidad Nacional de Córdoba- Argentina, en su tesis titulado: Análisis de Factibilidad Técnica, Económica y Financiera de un proyecto de una Bodega. Realizó su trabajo de investigación con el objetivo de:

Determinar la factibilidad técnica, económica y financiera de la instalación de una Bodega en Cruz de Piedra, Departamento Maipú, Provincia de Mendoza, República Argentina. (p. 13).

De la misma forma el autor arribó a las siguientes conclusiones:

Determinar cuáles son los diferentes segmentos del mercado que pueden verse interesados en el producto obtenido y en consecuencia a quienes apuntar el mismo. Establecer una estrategia de posicionamiento adecuada para el producto, para poder competir en el mercado existente.

Como se explicó en el Estudio de Mercado, el producto del presente proyecto apunta a un segmento que busque una relación precio-calidad en el caso de los vinos varietal gama media, y lograr un posicionamiento tal que los consumidores estén dispuestos a pagar un precio superior a la medida del mercado, asociando a la marca con calidad y diferenciación para vinos Premium. Al tratarse de un volumen de producción anual de mediana escala, las características enológicas de cada vino podrán estar perfectamente cuidadas, resaltando en cada uno de ellos, aquellos aspectos que los hagan distintivos y referentes de calidad.

Determinar cuál es la tendencia de la demanda del vino en la actualidad.

En la actualidad el consumo del vino está ganando auge y participación e entre los países del nuevo mundo. Europa ha disminuido su consumo, mientras que en el resto del mundo es cada vez mayor. De acuerdo a los datos relevados, a nivel mundial las tendencias vuelven a ser alcistas, lo que se presenta favorable para el proyecto.

Argentina continúa dentro del top ten mundial en consumo, y todo tiene a indicar que Estados Unidos se posicionará como el número uno en el mismo ranking en los años sucesores, encontrándose actualmente en el puesto número dos. Un dato a destacar en nuestro país es la caída de las exportaciones, debido principalmente a una pérdida de competitividad por la constante inflación que presenta Argentina. Sin embargo, en Estados Unidos, los vinos importados tienen una cuota de participación del 32,5 %, donde Argentina es protagonista ganando cuota como cuarto proveedor, con un crecimiento en volumen del 39,3% según últimos datos relevados. (p. 194).

Establecer la estructura de costos a lo largo del proceso productivo.

La estructura de costos pudo ser establecida a partir de investigaciones realizadas tales como consultas telefónicas, vía mails y reuniones con personas pertinentes en el rubro. Esto permitió conjunto con el Estudio de Mercado, poder determinar un precio de venta competitivo a lo largo de la cadena de consumo, tanto en el mercado interno como externo.

Determinar cuáles son las similitudes y diferencias entre el mercado interno y externo.

En primera medida se destacará que en ambos mercados el consumo del vino es regulado por distintos entes. En la República Argentina, se encuentra el INV, Instituto Nacional de Vitivinicultura, el cual es un organismo autárquico que se encarga de controlar y regular la industria vitivinícola, sistematizar y simplificar la normativa vigente, poniendo un enorme énfasis en la participación del país en los diferentes foros vitivinícolas internacionales. En el caso del mercado externo, al estar el mismo dividido en diferentes Estados, cada uno cuenta con su propia normativa, existen regiones donde el vino incluso es comercializado por el propio Gobierno, de aquí nace la clasificación de Estados Controlados y No Controlados. Como ya se describió en el Estudio de Mercado hay 18 Estados y Condados controlados, donde el gobierno actúa

como mayorista de licores, y en algunos casos también como mayoristas de vinos. En 12 Estados opera o controla los comercios minoristas también. En los Estados no controlados el gobierno no participa activamente en la distribución de licores y vinos.

Las diferencias entre los mercados planteados son varias, si bien en Argentina no se encontraron estudios con datos estadísticos precisos, se sabe que el consumidor particular medio es un varón de más de 30 años que consume el producto de forma habitual, mientras que, en Estados Unidos, el sexo femenino es el principal consumidor de esta bebida. En Argentina existe la designación de vinos por denominación de origen (DOC) y se destaca el Malbec como “Cepa Elite”, en tanto, los vinos norteamericanos no cuentan con esta tradición europea y se destacan por ser la mayoría monovarietales, siendo el chardonnay la principal variedad de la producción nacional. El consumo de los norteamericanos se caracteriza por tener una mayor inclinación a los vinos blancos por sobre los tintos, mientras que en el mercado interno sucede lo contrario.

En Argentina existe una gran variedad de ferias y eventos relacionados con el vino, donde los distintos competidores presentan sus productos (nuevos y existentes), además de varios concursos nacionales donde estos participan para hacer conocidos los mismos. En Estados Unidos, no hay feria de vinos, la única convención de cierta importancia es la WSWA Convención, que reúnen anualmente a los mayores distribuidores e importadores de este país. Para la promoción utilizan revistas y redes sociales.

Las metodologías estudiadas en las materias respectivas, han sido de gran utilidad para concluir en los resultados obtenidos. Haber llegado a un resultado de aprobación técnica, económica y financiera; permite en etapa posterior a la formulación del proyecto de inversión avanzar en las formas de llevar a cabo el mismo.

Conclusión: Después de estudiar el Mercado del vino y desarrollar paso a paso el proyecto en cuestión, es factible asegurar la viabilidad del Negocio. (p. 194 y 195).

A Nivel Nacional:

D) Cusihuaman y Martínez y Vasquez (2017) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en su investigación titulado “Planeamiento Estratégico de la Industria Vitivinícola del Perú”. Los autores arribaron a las siguientes conclusiones:

- La industria vitivinícola actualmente representa un porcentaje muy reducido del PBI, sin embargo, dado su potencial y de acorde a las estrategias a implementar se estima que al 2017 llegue a representar 1% del PBI nacional, convirtiéndose de esta manera en un actor relevante en la economía.
- Dada el crecimiento económico sostenido y ascendente, existe una clase media pujante que está migrando al consumo de vino y aprecia la calidad, esto es una gran oportunidad para el desarrollo de productos con valor agregado y de marca nacional que hagan frente a los productos importados que actualmente representan el 40% del mercado. Al 2027 los productos nacionales representaran el 80%.
- Actualmente existe una baja inversión en I&D, en capacitación y tecnología que no permiten contar con procesos productivos de calidad y por ende generar un producto con estándares que sean apreciados por el consumidor internacional, solo existen 5 empresas grandes en Perú (Tacama, Santiago Queirolo, Tabernero entre otros) cuyos procesos no están certificados con ISOS, mientras los pequeños productores son en su mayoría informales.

- Es importante contar con productos premium con denominación de origen y alto valor agregado con precios diferenciados que tengan valor de marca, similar a lo que tienen competidores regionales como Argentina y Chile, Se estima que con el desarrollo de nuevas marcas la valoración de la marca será del 24% interanual debido a que la base actual es muy reducida (US\$ 6 por botella). (p.153)
- La industria vitivinícola se encuentra altamente fragmentada, al existir una gran cantidad de pequeños productores, algunos de ellos agrupados en pequeñas asociaciones que no han logrado mayores beneficios, contando con un bajo poder de negociación y dejando la mayor parte del margen a los intermediarios, asimismo su producto es de baja calidad.
- Producto de la falta de asociación no se cuenta con un sistema que gestione información centralizada que permita la generación de información para la mejor toma de decisiones, así como la transferencia de nuevas tecnologías que permitan incrementar la competitividad.
- El precio del vino peruano de importación es considerablemente menor al de los competidores vecinos como Argentina y Chile, que cuentan con mejores márgenes EBITDA en promedio del 25%. Esto reside en que la industria peruana no cuenta con marcas premium para hacer frente a esta competencia.
- El mercado actual no cuenta con profesionales capacitados, solo 2 universidades incluyen en sus programas la formación de enólogos por lo que existe una necesidad de contar con buenos talentos que contribuyan con la innovación y reestructuración de la industria. (p.153)

E) Rivera (2018) de la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa, en su tesis titulado: El liderazgo y su influencia en la aplicación de estrategias competitivas vitivinícolas de la provincia mariscal Nieto – Región Moquegua 2014 – 2015.

Realizó su trabajo investigativo con el siguiente objetivo:

Precisar el tipo de liderazgo y su influencia en la aplicación de estrategias competitivas vitivinícolas de la provincia mariscal Nieto – Región Moquegua 2014 – 2015. (p. 9).

El autor llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ La investigación respecto a los Factores Externos concluye que en las empresas vitivinícolas de la provincia Mariscal Nieto de la Región Moquegua, está en una situación Baja, el 45.5% establecen que la empresa esté informada y preparada para recibir impactos económicos; sin embargo las empresas están en la condición de Moderado en temas políticos y legislativos 63.6% con tendencia a mayor actualización; pero, comparten igual preocupación están informadas de los cambios socioculturales, de la promoción comercial y factores internacionales.
- ✓ Frente a la variedad de tipos de liderazgo que influye de manera directa en la aplicación de estrategias competitivas, se precisa dos factores para que las empresas vitivinícolas de la provincia Mariscal Nieto de la Región Moquegua logre su desarrollo y despegue de manera estable; la importancia del desempeño de los recursos humanos, calificados, actualizados y competentes, que se constituyen en el capital humano y una fortaleza para la empresa, asociado al desarrollo de una estrategia competitiva de innovación tecnológica,

facilitaran su adaptación al entorno global y obtenga mayores ventajas en su desempeño empresarial. (p. 140)

F) Mendoza (2014) de la Universidad de Trujillo, en su tesis titulado: Los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de cascás. Realizó su trabajo investigativo con el siguiente objetivo:

Describir los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de Cascas. (p. 10).

De la misma forma el autor arriba a las siguientes conclusiones:

La producción de la vitivinícola es la principal actividad del distrito de Cascas, la gran mayoría de la población se dedica a esta actividad con una menor producción de arroz.

Esta actividad es la principal fuente de generación de empleo para casi 30 % de la población que radica fuera de la zona. (p. 83).

Los productores de Cascas se encuentran en desventaja frente a sus competidores por encontrarse organizados en junta o asociaciones de viticultores, se suma a ello la carencia de técnicos especializados que les capacite en esta materia, muchos de ellos tienen dificultades para financiar su producción.

Las ventas de los productos tanto en el campo como en el mercado varían según la oferta y la demanda, pero sube en los meses de junio a noviembre. Temporada en que los productores obtienen mayores ganancias. (p. 84).

A Nivel Local

G) Lopez (2014) de la Universidad Nacional San Marcos, en su tesis titulado: Evolución y análisis de la producción y exportación de uvas de mesa, 2000 – 2012.

Realiza su investigación con el objetivo de:

Conocer el mercado mundial de la uva de mesa y evaluar en qué medida una adecuada política económica hace posible la producción y el ingreso de la uva de mesa al mercado mundial con la finalidad de contribuir a mantener una balanza comercial global en equilibrio durante el periodo 2000-2012 en el Perú.

De la misma forma el autor llegó a las siguientes conclusiones:

El país realiza exportación de uva de mesa a aquellos países con los que se ha suscrito y firmado acuerdos de libre comercio,

1. Del Cuadro 14 se desprende que el Perú exporta uva de mesa a aquellos países con los cuales tenemos firmados acuerdos de libre comercio; significa un absoluto dinamismo de las exportaciones de uvas de mesa además cuenta con el apoyo de una política comercial de apertura de mercado. (p.77).
4. El Decreto Legislativo N° 885 de noviembre de 1996 (Ley de Promoción del Sector Agrario) y sus modificatorias han hecho posible el incremento del número de empresas agroexportadoras no-tradicionales, lo cual ha permitido el rápido incremento de las agro exportaciones no-tradicionales y en particular de la uva de mesa; enseguida se indican los beneficios otorgados a estas empresas mediante los dispositivos legales antes mencionados: • El impuesto a la renta a las personas naturales o jurídicas correspondiente a la tercera categoría es la mitad (15%) de lo que pagan las demás empresas en el país (30%); • Se les concede la ventaja de la depreciación acelerada (20% anual) que les proporciona liquidez en las inversiones en obras de infraestructura hidráulica y obras de riego.
5. En 1978 se promulgó la Ley de Promoción de Exportaciones No-Tradicionales cuyo fin apuntaba a impulsar las ventas al exterior de productos manufacturados de valor agregado y cuya elaboración tiene gran incidencia en la generación de empleo; bajo el amparo

de esta norma se creó el régimen laboral de la exportación no-tradicional que le permite a las empresas exportadoras la contratación de trabajadores a plazo fijo, en función de los pedidos de exportación que se ha mantenido hasta la fecha. Esta ley que flexibiliza la rígida política laboral del país, ha beneficiado definitivamente a las empresas exportadoras no-tradicionales; así por ejemplo, si una empresa exportadora de confecciones concentra sus mayores ventas durante el invierno en el hemisferio norte, de diciembre a marzo, requiere preparar su producción en el resto de meses, para lo cual sus necesidades de trabajadores solo se dan en este último período (de abril a noviembre); otro ejemplo similar se da en el caso de las agroexportaciones como el mango o la uva, que por estacionalidad, solamente demandan mano de obra solo en algunos meses del año. (p. 78)

6. Existe un mayor dinamismo del valor de las exportaciones de uva de mesa que el total del valor de las agroexportaciones no-tradicionales durante el período 2000- 2012; así, en dicho período el valor de las exportaciones de uva de mesa crecieron 79 a una tasa promedio anual del 44.3%, mientras que el valor total de las agroexportaciones no-tradicionales crecieron a una tasa del 19%; esta extraordinaria tasa de crecimiento del valor de las exportaciones de uva de mesa ha hecho que su participación dentro del total de las agroexportaciones no tradicionales se incremente desde el 1.5% el 2000 hasta el 11.6% el 2012. El excelente comportamiento del valor exportado de la uva de mesa se debe a los siguientes factores: • Estabilidad de los precios internacionales en un nivel adecuado durante el período 2001-2006; • Alza de los precios internacionales a una tasa promedio anual del 5.9% en el período 2007-2012 que más que compensó la revaluación de nuestro signo monetario en dicho período que fue del 2.84% promedio anual; • La uva de mesa peruana se orienta esencialmente hacia el

segmento poblacional de altos ingresos de los países desarrollados a quienes las crisis no afectan sus gastos de consumo. El hecho de que la participación de las exportaciones de uva de mesa dentro del total de las exportaciones FOB del país se haya elevado desde 1/10 del 1% en el 2000 hasta casi el 1% en el 2012 revela con claridad su contribución positiva en el mantenimiento de una balanza comercial nacional en equilibrio. 7. El dinamismo de las importaciones mundiales de uva de mesa (indicador del dinamismo del mercado mundial de uvas de mesa) incentiva nuestras exportaciones de dicha fruta y por ende fomenta la producción nacional de uvas; así, durante el período 2001-2012 la demanda mundial de uvas de mesa creció a una tasa promedio anual del 9.6%, lo cual dio lugar a un incremento sustancial en nuestras exportaciones de uvas de mesa en el mismo período a una tasa promedio anual del 44.3%; finalmente el extraordinario dinamismo de nuestras exportaciones de uvas de mesa fomentó la expansión del área sembrada y cosechada así como la producción nacional de uvas, especialmente en las regiones de Ica y Piura. (p. 79).

H) Almeyda (2017) de la Universidad Nacional la Molina, en su tesis titulado: “Diseño de un sistema de Gestión de Costos de la Calidad para incrementar la rentabilidad de una empresa vitivinícola”

El autor arribó a las siguientes conclusiones:

1. El diseño e implementación de un sistema de gestión de costos de la calidad en la empresa productora de vinos Viñedos Las Casuarinas contribuirá a una importante reducción de los costos de prevención y evaluación y costos totales de la calidad al lograr que los productos no presenten fallas, con el consiguiente efecto de un incremento en la rentabilidad operativa de la empresa, que de 6.55 por ciento podrá incrementarse hasta alcanzar el 14.94 por ciento, y una rentabilidad económica con

un VAN de S/. 89,944.83, TIR de 88.22 por ciento y B/C de 4.21. 2. El costo de producción de los vinos producidos por la empresa Viñedos Las Casuarinas, como son los vinos Borgoña Blanca, Borgoña Negra, Rosé, Jugo de uva quebranta e Italia, ascienden a la suma de S/ 349,755.20 soles. Este costo representa la producción de 64,000.00 litros de vinos, repartidos en estos cinco tipos de productos. 3. Los costos de la calidad en la empresa Viñedos Las Casuarinas tienen un valor de S/ 109,800.00 soles, el cual comprende los cuatro tipos de costos de la calidad que existen, teniendo los costos de prevención, evaluación, fallas internas y externas los valores de S/ 8,200.00, S/ 37,000.00, S/ 34,800.0 y S/ 29, 800.00 respectivamente. 4. El margen actual de rentabilidad operativa de la empresa Viñedos Las Casuarinas es del 6.55 por ciento equivalente a S/ 72, 061.06 soles, la cual con la implementación del sistema de gestión de los costos de la calidad podría ascender al 16.48 por ciento. 5. La rentabilidad económica que generará la empresa Viñedos Las Casuarinas con la aplicación del Sistema de Gestión de los Costos de Calidad propuesto indica un VAN de S/. 89,944.83, TIR de 88.22 por ciento y B/C de 4.21. 88 6. La eficiencia actual del Sistema de Gestión de Costos de la Calidad de la empresa Viñedos Las Casuarinas en términos cualitativos es de regular, lo cual indica la gestión de estos costos de la calidad puede mejorarse para así aumentar su rentabilidad. (p. 81).

H) Arias (2016) de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote, en su tesis de investigación titulado: Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro vitivinícola del distrito de nueva Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2015.

Realizado su trabajo de investigación el autor llegó a las siguientes conclusiones:

Referente al perfil de los representantes de las MYPE:

Que por lo general sus representantes legales se encuentran entre las edades de 31 y 50 años. Sumado a ello se ha encontrado que la representación de estas empresas recae en el género femenino, y la mayoría de esta representación tiene como grado de instrucción educación superior no universitario

Referente a la característica de los datos generales de las MYPE:

La mayoría de las empresas materia de investigación tienen más de seis años en el mercado dedicados a la producción de vino. La mayoría tienen como factor fundamental el capital humano quienes son fundamental para su producción.

En lo que se refiere a la característica de la competitividad de la MYPE:

De lo investigado el autor encontró que la gran mayoría de los empresarios conocen a sus competidores y como elemento fundamental del proceso de producción es que cuenta con personal con un amplio conocimiento en la producción de vitivinícola. (p. 51 – 53).

Planteamiento del problema

a) Caracterización del problema. El Perú es un país de personas muy capaces y emprendedoras. Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en la actualidad cumplen un rol de mucha importancia en el desarrollo económico y la generación de empleo en nuestro país. Diversos analistas económicos consideran que las MYPES son fuentes para reducir la pobreza en los países latinoamericanos. Sin embargo, estas, se encuentran enfrentando una serie de problemas que no les permiten su crecimiento con prosperidad. Así mismo Los estudios realizados en otros países han determinado que la extinción de los pequeños negocios es significativa en los países en vía de desarrollo.

Más de 9 millones de ciudadanos peruanos tienen vínculo con una actividad emprendedora, de los cuales el 75% han podido subsistir de dos a cuatro años y el 25% de estas ya han desaparecido del mundo empresarial de los cuales solo casi el 3% ha realizado algún

emprendimiento, la innovación y la creación de nuevas ofertas en el mercado de la vitivinícola. Estas estadísticas evidencian la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo empresarial de tal forma que se pueda lograr una mayor proporción de empresas consolidadas, sólidas en el Perú.

Son pocas las empresas formales que se dedican a la industria vitivinícola, la mayor parte se encuentran concentradas en la costa, entre las regiones de Ica, Lima y Trujillo. De la misma forma en estas regiones también se encuentran organizaciones productoras de vinos pero que se hallan en la informalidad, de lo cual no se puede tener una estadística exacta de cuantas vitivinícolas subsisten en el mercado informal.

En las últimas décadas, la actividad agroindustrial ha ido mejorando porque los agricultores vitivinícolas lograron organizarse como asociaciones, para buscar financiamientos ante las diferentes esferas del gobierno de turno, sin embargo sus demandas no han tenido respuestas favorables; existen organizaciones que debido a la organización que tienen les ha permitido sacar provecho gestionando a diferentes ONG de los cuales lograron servicios técnicos, es decir asesoramiento en el cultivo de viñedos y su posterior industrialización, para ponerlos en los mercados de mayor demanda del producto.

Las instituciones promotoras de financiamiento presentan escasa voluntad de apoyo a las MYPES. Si las hay, imponen un alto costo en los impuestos, altos intereses financieros y las trabas burocráticas en el otorgamiento principalmente las referidas a las garantías, la falta de una cultura crediticia, influyen negativamente en el desarrollo de las Pequeñas y Micro Empresas. Para las organizaciones es importante la capacitación ya que esto conllevará al desarrollo personal y profesional de las personas. Por estas razones este trabajo investigativo se realizó con el objetivo de Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.

b) Enunciado del problema:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, ¿Lima 2018?

Objetivos de la investigación:

Objetivo general

Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.

Objetivos específicos

- ✓ Determinar las principales características de los representantes legales de las MYPES del sector producción rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018
- ✓ Determinar las principales características de la gestión de calidad de las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018
- ✓ Determinar las principales características del financiamiento de las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

4.3. Justificación de la investigación:

Desde el Punto de vista Teórico: Con la realización de este trabajo de investigación, servirá de base para investigaciones futuras siendo que no se ha encontrado muchas investigaciones referido a estas variables. También los resultados permitirán conocer la situación real en que se encuentra la variable: Gestión de calidad y financiamiento. Las teorías que sustentan la investigación, permitirán contrastar con la realidad y plantear recomendaciones a los sectores involucrados de la jurisdicción, tanto distrital, provincial, regional y nacional.

Teniendo en cuenta que el trabajo se desarrolla para dar alternativas de solución a los fenómenos o problemas que influyen en el desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas.

Desde el punto de vista Práctico: Es de suma importancia hacer énfasis, que durante el proceso y desarrollo de las sociedades las Micro y Pequeñas Empresas han tenido y tienen influencia relevante en el desarrollo y crecimiento de la economía del país, es por ello que su importancia es imprescindible en la implementación de las tecnologías

en el campo empresarial, con los resultados de esta investigación se pretende dar a conocer la actual realidad en que se encuentran las PYPES en el sector producción de vitivinícola, a las autoridades locales, regionales y nacionales a fin de que tomen medidas socio-económicas y políticas urgentes y la debida atención al sector empresarial.

Desde el Punto de vista metodológico: Permitirá conocer la realidad de las Micro y pequeñas empresas, a su vez servirá para sentar las bases de futuros estudios que tengan relación con las variables de investigación. De la misma forma también será de mucha utilidad los instrumentos de metodología, las estadísticas y las conclusiones a la que se arribará.

Y por ende esta investigación, se realiza con la finalidad de brindar información verídica a la sociedad civil y estudiantes acerca de las características de la gestión de calidad y financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.

Bases teóricas de la investigación

a) Gestión de Calidad

Concepto. -

La calidad es la intensión de ofrecer un producto que sintonice con la idea o la satisfacción del consumidor. La gestión de calidad se da inicio en los años noventa. En la actualidad la gestión de la calidad se enfrenta a grandes desafíos orientada a resultados. Los resultados deben ser cuantificables, pero es un problema cuando se tiene que tener en cuenta el aprendizaje y la creación de nuevos conocimientos, cuando se intenta medir el impacto positivo que las bibliotecas aportan a la vida de los usuarios. Instituciones como las universidades están redefiniendo sus funciones, teniendo en cuenta tanto la ideología del mercado. (Balague y Nuria, 2014 p.9)

Guanilo (2010, p.69) La gestión de la calidad se expande fuera de la propia organización para implicar también a suministradores y clientes, concepto este último que se amplía al incluir no solo los tradicionales (externos) sino también a los clientes internos. En esta línea, tanto la satisfacción del usuario como la del empleado son considerados objetivos esenciales.

Guanilo (2010, p.69) Explica que para la búsqueda de la gestión de la calidad surgen varias teorías basadas en cuatro aspectos fundamentales, las que se grafican más acertadamente las últimas tendencias de TQM:

- ✓ Mejora continuamente los productos (bienes y servicios).
- ✓ Calidad eximida de la dependencia de las inspecciones.
- ✓ Preparar de manera continua y sostenida a los colaboradores.
- ✓ Eliminar las barreras entre los servicios.

Como dijera Guanilo, Se entiende que, la gestión de la calidad es un tema sistemático de liderazgo, de formación y participación de los colaboradores. Es un proceso permanente que debe llevarse paulatinamente y al que no se le puede apurar para conseguir resultados inmediatos.

El concepto de calidad, a la luz de lo visto hasta ahora, se percibe con un alto grado de abstracción; sin embargo, la calidad no es más que la aspiración de ofrecer un producto que sintonice tan cerca posible con la idea que el consumidor tiene de este producto.

Así el encruzamiento del nivel de calidad elaborada que nos ofrece productos con los niveles de calidad necesita (calidad requerida por los consumidores) y la calidad del detalle programado para el producto (especificaciones del producto) da como resultado una situación ideal. (p. 69)

Arias (s.f), p.7) sostiene que la Gestión de la Calidad total su introducción implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización. Los principios sobre los que se fundamenta la Gestión de Calidad Total son los tres siguientes:

- Enfoque sobre los clientes.
- Participación y trabajo en equipo.
- La mejora continua como estrategia general.

Estos principios se apoyan e implantan a través de: 4.1. Una infraestructura organizacional integrada, donde los elementos principales son:

- ✓ El liderazgo.
- ✓ La planificación estratégica.
- ✓ La gestión de los recursos.
- ✓ La gestión de la información.
- ✓ La gestión de los procesos.
- ✓ La gestión de los proveedores.

Características de la gestión de calidad

Guanilo (2010, p. 73 – 76) señala las siguientes características:

Las personas son importantes. - son las personas las que hacen viable el éxito de las organizaciones. El trabajador es quien mejor conoce los problemas de su organización y es en consecuencia, el que puede aportar más fidedignamente las mejoras y soluciones al mismo.

La actividad de la empresa orientada hacia el cliente. - el cliente debería ocupar en ella un lugar preferente; de esta manera, en los países democráticos no es aceptable que la administración pública presente sus servicios de manera discordante respecto de los ciudadanos y de la sociedad a la que se debe.

La necesidad de trabajar con hechos y con datos. - este concepto se encuentra vinculado al rol que cumplen las personas en las organizaciones. Si hay un compromiso efectivo del colaborador, este se debe relacionar con un conocimiento evidente de esa voluntad. La organización se hace autentica si hace partícipe a sus colaboradores de los logros obtenidos.

La importancia de las relaciones de asociación y la ética implícita en ellas. - en el caso de las organizaciones productivas de bienes y de servicios, la asociación con proveedores es fundamental. Las unidades administrativas no proporcionan sus servicios aisladamente, pues toda unidad está relacionado con otra y todo servicio es resultado de la interacción de diferentes unidades.

La empresa orientada hacia los resultados. - es evidente que los resultados deben ser positivos. En esa medida que las empresas que son gestionadas en calidad deben estar todos sus esfuerzos hacia la obtención de resultados de calidad; es decir, hacia los que mejor interpretan las necesidades y deseos insatisfechos del consumidor.

Instrumentos de evaluación de la gestión de la calidad

Guanilo (2010, p.58, 86, 87) Señala que, en el ámbito de la evaluación, se han desarrollado innumerables métodos organizados en norma; de ellos veremos solamente las normas ISO y el modelo EFQM por ser ambas de mayor difusión y aplicaciones la actualidad.

Las normas ISO 9000.- estas normas constituyen conjunto de declaraciones, las cuales precisan que elementos deben conformar el sistema de la calidad de una empresa y de qué manera deben articularse para propiciar calidad en los bienes y servicios que producen.

Las normas ISO referidas a la calidad son las siguientes:

ISO 8402.- En ella se establece términos vinculados con la calidad.

ISO 9000.- Proporciona lineamiento para adoptar según criterios algunas de las normas siguientes:

ISO 9001.- Se adopta en el caso de una empresa que quiere asegurar la calidad de los bienes o servicios que entrega a un cliente por medio de un contrato incluye la calidad en el diseño de la producción, la instalación y el servicio de posventa.

ISO 9002.- Aplicable también en el caso de una empresa que quiere asegurar la calidad de los bienes o servicios que entrega a un cliente por medio de un contrato, difiere de la anterior en que se limita a la calidad en la producción y la instalación.

ISO 9003.- Aplicable también para la empresa que quiere asegurar la calidad de los bienes o servicios que entrega a un cliente por medio de un contrato. Es más limitada que el anterior, pues solamente comprende la inspección y ensayos finales.

ISO 9004.- Cuando los directivos de la organización quieren la seguridad de que su empresa está produciendo bienes y servicios de calidad se acogen a esta norma, la cual define los requisitos de un sistema de la calidad para adquirir esta garantía.

Calidad.

Sagal 2013) p. 28 Refiere que la calidad total es un principio en la cual plantea, que la prestación de servicios deberá buscar alcanzar los niveles establecidos en las normas internacionales sobre sistema de aseguramiento de la calidad.

Amez (2017) p.35 Refiere que el común denominador de todas las definiciones de calidad ya sea para un servicio o para un producto, es la satisfacción del cliente. De ahí que para la Norma Internacional ISO 8402 del 15/Junio/1986, calidad se define como: Conjunto de propiedades y características de un producto que le confieren la capacidad de satisfacer las necesidades (de los clientes) expresadas o implícitas. En la norma NMXCC-9000-IMNC-2005, “Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario”, calidad se define como Grado en el que un conjunto de características inherentes cumpla con los requisitos.

Importancia de la gestión de la calidad

Frente a la creciente presión competitiva gran cantidad de las compañías occidentales descubrieron la calidad. En la actualidad todas las empresas son conscientes de su importancia. Guillo (2000, p. 7)

Ciclo de DEMING de la gestión de calidad

El ciclo de vida de la gestión de la calidad es lo siguiente:

- ✓ **Planifica**
- ✓ **Hacer**

✓ **Verificar**

✓ **Actuar**

Consecuentemente el **DEMING** brinda el siguiente beneficio:

Ayuda a identificar y a eliminar los problemas presentes en las organizaciones.

Brinda garantías de la gestión efectiva de los procesos de la empresa.

Suprime el trabajo innecesario a optimizar los procesos. Gómez (2017) p. 5

A) Las MYPES

Micro y Pequeñas Empresas

Son organizaciones en las que están presentes los factores de producción, pueden estar constituidas por personas naturales o jurídicas con el ánimo de obtener ganancias económicas en un determinado rubro o área de negocios donde se ofrece bienes y servicios, reguladas por la ley 30056 ley de Mypes, para que puedan gozar de beneficios que les otorga esta ley tienen que cumplir con ciertos requisitos.

Según la ley 30056. Las Micro y Pequeñas Empresas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas durante el año: (ley 30059)

Microempresa:

Sus ventas deben de ser hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT)

Pequeña empresa:

Sus ventas anuales deben ser superiores a 150 unidades impositivas tributarias (UIT)

Mediana empresa:

Sus ventas durante el año deben ser superiores a 1700 UIT (ley 30059)

Alva (2018) El nuevo régimen tributario para la Mype comprende a quienes facturen anualmente hasta 1,700 UIT. Así, este monto, actualmente en 6 millones 715,000 soles (con una UIT de 3,950 soles), se eleva a 6 millones 885,000 soles (con la nueva UIT a 4,050 soles)

Importancia de las MYPES

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son de mucha importancia para la economía peruana, según el Ministerio de trabajo y promoción del empleo, tienen una gran significancia porque aportan con un 40 % al PBI y con un 80 % de la oferta laboral sin contar con el autoempleo que genera. (Sanchez, S/F)

B) FINANCIAMIENTO

Por lo general la gran mayoría de los empresarios de las MYPES creen que uno de los problemas más álgidos que se enfrentan es el financiamiento, por lo que para impulsar en negocio tienen que superar situaciones de déficit en su flujo de caja o expandir sus actividades. Cuando se habla de finanzas, inmediatamente se entiende que se refiere al requerimiento de dinero. Al tratar de finanzas sobre dinero se considera que se debe definir y describir cómo pueden ayudar en el mundo empresarial.

Concepto. -

Lira (2009, p.13) Señala que, cuando alguien establece un negocio lo hace con la finalidad de ganar dinero, es decir, hacerse más rico. En otras palabras, una empresa tiene como objetivo generar ganancias para sus accionistas, la generación de ganancias es un concepto que tiene que ver con el dinero, una empresa que genera más dinero en efectivo que otra similar que se desarrolla en el mismo sector, es claramente superior, en hacer más ricos a sus accionistas que las otras empresas, la riqueza de los accionistas depende, entonces, directamente de la cantidad de dinero que la empresa genere por sus operaciones. Es aquí

donde las Finanzas cumplen un papel clave, pues colaboran decisivamente a que la empresa genere valor para sus accionistas, o lo que es lo mismo, los haga más ricos. Es por esto que se dice que las Finanzas tienen que ver con el manejo eficiente del dinero de la empresa. Si bien esta definición es cierta, está incompleta, pues falta agregarle dos factores adicionales: tiempo y riesgo. El primer factor, tiempo, está siempre presente, ya que las decisiones que tienen que ver con la administración del efectivo de la empresa se hacen pensando en el futuro, por ejemplo, si contamos con una pequeña fábrica y quisiéramos ampliar su capacidad de producción, debemos tomar hoy la decisión de hacerlo o no; sin embargo, los ingresos, costos y beneficios resultantes aparecerán recién en los próximos años, por otro lado, y siguiendo con el mismo ejemplo, si finalmente nos decidimos y tomamos hoy la decisión de comprar la maquinaria para ampliar la producción, será necesario que calculemos hoy si esta inversión será rentable. En otras palabras, debemos determinar hoy si el beneficio futuro será mayor que el costo de dicha ampliación. Para poder determinarlo, es necesario proyectar hoy situaciones (o escenarios) que se darán en el futuro. No obstante, la posibilidad que no se cumpla lo que estimamos, siempre estará presente. a esto se le conoce como riesgo y es algo que existe cuando tomamos decisiones en todos los aspectos de la vida.

Importancia de la información financiera

Lira (2009, p.15) Queda claro, que es necesario conocer la información financiera de la empresa, pues es utilizada por los “clientes internos”: gerencia y accionistas, y los “clientes externos” proveedores, instituciones financieras y potenciales accionistas

2. la información financiera es provista por los Estados Financieros. Estos son reportes estandarizados que bajo principios generalmente
3. aceptados son preparados por profesionales especializados, conocidos como contadores y que tienen como fin último dar a conocer en forma integral la

situación económico-financiera de la empresa en un momento determinado o a lo largo de un período determinado. los Estados Financieros son cuatro a saber: Balance General, Estado de Ganancias y pérdidas (también conocido como Estado de Resultados), el Estado de Cambios en la Situación patrimonial y el Flujo de Efectivo. En lo que sigue nos vamos a enfocar en los dos primeros por ser los más conocidos y utilizados.

El mercado financiero.

Lira (2009) El Mercado Financiero está compuesto por todas aquellas instituciones que realizan labores de intermediación indirecta, es decir, por bancos, cajas municipales, entre otras. Si bien el listado es largo, el cuadro siguiente resume su composición:

- ✓ Banca Múltiple

- ✓ Instituciones
- ✓ Microfinancieras
- ✓ No Bancarias
- ✓ Empresas especializadas:
 - ✓ Factoring,
 - ✓ Arrendamiento
- ✓ Banca de Inversión
- ✓ Cias. de Seguros
- ✓ Administradoras de Fondos de Pensiones

Tipos de créditos

Lira (2009) El apoyo financiero directo o indirecto que las instituciones financieras pueden entregar a las personas naturales o empresas está normado por la SBS y se clasifica de la manera siguiente:

-Créditos comerciales: Destinados a financiar producción y comercialización de bienes y servicios para montos mayores a uS\$ 30,000 o su equivalente en moneda nacional. Se consideran dentro de esta definición a los créditos otorgados a empresas a través de tarjetas de crédito y operaciones de arrendamiento financiero.

Destinados a financiar producción y comercialización de bienes y servicios para montos mayores a uS\$ 30,000 o su equivalente en moneda nacional. Se consideran dentro de esta definición a los créditos otorgados a empresas a través de tarjetas de crédito y operaciones de arrendamiento financiero.

-Créditos a la micro empresa (MYPES): Bajo este rubro se encuentran los créditos otorgados a personas o empresas que reúnan las características siguientes: Montos en activos, sin considerar inmuebles, menores o iguales a uS\$ 20,000 o su equivalente en moneda nacional deudas en todo el sistema financiero no mayores a uS\$ 30,000 o su equivalente en moneda nacional.

-Créditos de consumo: Representan apoyo financiero otorgado a personas naturales a fin de atender necesidades en bienes y servicios no relacionados con una actividad empresarial. Se clasifican por el destino, siendo estos “crédito de libre disponibilidad”, “crédito automotriz” y “tarjetas de crédito”.

-Créditos hipotecarios para viviendas: Créditos destinados a personas naturales para comprar, construir, refaccionar, ampliar, mejorar y subdividir viviendas propias.

A) Vitivinícolas

Importancia de las vitivinícolas:

Díaz (s.f, p. 139) Refiere que la vitivinicultura es uno de los sectores más importantes de la economía agrícola extremeña, no solo por la extensión del cultivo, sino además por el valor económico y la importancia social que tiene el cultivo de la vid. Con 22.000 agricultores y 250 bodegas, se obtiene de las 83.000 ha de viñedos una producción media que oscila entre los 4.000 y los 4.300 hl de mostos/vinos al año, que dan lugar a un producto de alrededor de 200 millones de euros. Extremadura es la segunda comunidad más productora de vinos de España, tras La Mancha, que tiene el 50 % de la producción nacional y el 3% de la superficie mundial del viñedo. España, que desde siempre ha venido siendo el país con más superficie de viñedos (próximo a un millón de hectáreas), ha pasado en los dos últimos años a liderar también la producción mundial de vinos con 43-45 millones de hectolitros y a ser la primera exportadora. Extremadura, por tanto, produce un 10 % del vino elaborado en nuestro país.

Tipos de vinos

Según, Arias (2016, p.17) señala los siguientes tipos de vinos: Según su color. - el autor señala que los vinos se subdividen en: tintos, rosados y blancos. Los vinos tintos se producen del prensado de uva negra que da mosto blanco. Los vinos rosados se produce del prensado de la misma uva que el tinto, la diferencia es el contacto entre mosto y hollejo es mucho menos. Los

vinos blancos por el prensado de uva blanca o negra, el mosto de la uva negra se tiene que separar.

Según el azúcar. -

Dependiendo de la cantidad de azúcar que contenga la uva se clasifican en: secos, abocados, semisecos, semidulces, dulces y duce natural.

Según la edad. - El color delata la edad del vino dado que se va modificando con el pasar de los días, en los vinos blancos los vinos son muy jóvenes, sus coloraciones son pálidos. Los más maduros tienen tonos más dorados.

III. HIPÓTESIS

Hipótesis general

La característica de Gestión de Calidad tiene relación positiva con el financiamiento en la MYPES del sector comercio rubro producción vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

- Variable independiente, **gestión de calidad**
- Variable dependiente, **financiamiento**

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de Investigación

En este estudio de investigación se aplicó:

NO EXPERIMENTAL. - Porque no se manipulo las variables

TRANSVERSAL. - Porque se analiza en un tiempo oportuno

DESCRIPTIVO. - Porque se describió las características de las variables de gestión de calidad y financiamiento

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

DESCRIPTIVO - Porque estudia las características de las variables

CORRELACIONAL. - Porque mide el comportamiento de las variables

TIPO DE INVESTIGACIÓN. - El tipo de investigación será de enfoque **cuantitativo**, porque se aplicó formulas estadísticas y **cualitativo** porque describe las variables.

4.2. Población y Muestra

La población y muestra estuvo conformado por 06 micro y pequeñas empresas, por ser un sector de una población pequeña del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

En esta investigación se trabajó con el total de la población es decir con los seis **(06)** productores de vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018 información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.

4.3. Definición de Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE		DEFINICION OPERACIONAL			Escala de medición
		DIMENSIONES		INDICADORES	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	La calidad es la intensión de ofrecer un producto que sintonice con la idea o la satisfacción del consumidor. La gestión de calidad se da inicio en los años noventa. En la actualidad la gestión de la calidad se enfrenta a grandes desafíos orientada a resultados. Nuria (2014) p.9	Planificar	Las personas en investigación, diseño, ventas y producción deben trabajar en equipo, para prever los problemas de producción y durante el uso del producto que pudieran surgir, con el producto o servicio.	-Objetivos - Metas - Políticas - Estrategias	Likert
		Dirige	Nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar	-Mejorar - Logro -Valor	Likert
		Implementa	Es de vital importancia la actualización en la capacitación para aprovechar tanto maquinas, herramientas, materias primas.	-Capacitaciones -Identificación -Cambios	Likert
		Control	Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costos continuamente.	-Opinión -Producto -Procesos -Resultados	Likert
		Satisfacción	Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.	-Publicidad -Ofertas -Ventas -Descuentos	Likert

VARIABLE		DEFINICION OPERACIONAL			Escala de medición
		DIMENSION		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Financiamiento	<p>Cuando alguien establece un negocio lo hace con la finalidad de ganar dinero, es decir, hacerse más rico. En otras palabras, una empresa tiene como objetivo generar ganancias para sus accionistas. la generación de ganancias es un concepto que tiene que ver con el dinero. Lira (2009) p. 13</p>	Información Eficaz	Comprender la naturaleza e importancia de la gestión financiera, para una gestión eficaz de las organizaciones.	-Veraz -Puntual -Fiable	Likert
		Gestión Financiera	Para asegurar la financiación de la empresa, tanto para que no falten fondos como para que cuando haya sobrantes tengan una colocación conveniente.	-Asesoramiento -Evaluación -Toma de decisiones	Likert
		Control Financiero	Compara lo que se ha proyectado en relación con lo ejecutado en el periodo y corregir las desviaciones.	-Proyección -Evaluar -Préstamos -Dificultades	Likert
		Tiempo de pago	Por lo general para el movimiento del negocio el capital de trabajo es con dinero obtenido al sistema financiero a corto plazo	- Fuente de financiamiento -Caja Municipales -Edpyme	Likert

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento para la recolección de datos el cual constó de un cuestionario estructurado de 36 preguntas:

- 5 referidas a los representantes legales de las empresas.
- 18 referidas a la Gestión de Calidad
- 13 referidas al Financiamiento

El análisis de los datos se realizó mediante un análisis descriptivo.

La información se resumió para propósitos descriptivos, en tal sentido las técnicas para el análisis descriptivo de datos cuantitativo fue la elaboración de porcentajes, el mismo que permitió comparar dos o más series estadísticas descriptiva.

4.5. Plan de Análisis

Por lo tanto, se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva, en ese sentido se organizaron y resumieron (clara) la información que se obtuvo de las variables observadas sobre una muestra representativa, por consiguiente, permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

Del mismo modo en la estadística descriptiva, se utilizaron:

- Tablas de frecuencia absoluta
- Tablas relativas (porcentual)

Asimismo, estas tablas sirvieron para la presentación de los datos procesados y ordenados.

4.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y Procedimiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del Sector Producción –¿Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018?</p>	<p>General: Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del Sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las principales características de los representantes legales de las MYPES del sector producción rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018. 2. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las MYPES del sector producción rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018. 3. Determinar las principales características del financiamiento de las MYPES del sector producción rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018 	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Financiamiento</p>	<p>Población Se utilizará una población de 06 productores de vino, organizados en micro y pequeños empresarios de la provincia de Huaral</p> <p>Muestra: La muestra está constituida por 06 micro y pequeños empresarios, el tamaño de la muestra se haya por el muestreo no probabilístico intencional: Porque la población es pequeña.</p>	<p>Tipo: El tipo de investigación será de enfoque cuantitativo y cualitativo</p> <p>Nivel: El nivel de investigación será descriptivo; “Porque pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos y variables a los que se refiere, Hernández 2014 P.92 y correlacional; porque mide el comportamiento de las variables.</p> <p>Diseño: El diseño será descriptivo, no experimental y transversal.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos.

Se ha considerado los siguientes principios éticos:

- a) **Esta investigación**, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de Confidencialidad y respeto a la persona humana.
- b) **Principios de confidencialidad:** Solo se publicará la información que se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.
- c) **Principios de confiabilidad:** Los datos que se presentaran son reales.
- d) **Respeto a la persona humana:** Se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Edad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 31 años a 50 años	2	33,3
Entre 51 años a mas	4	66,7
Total	6	100,0

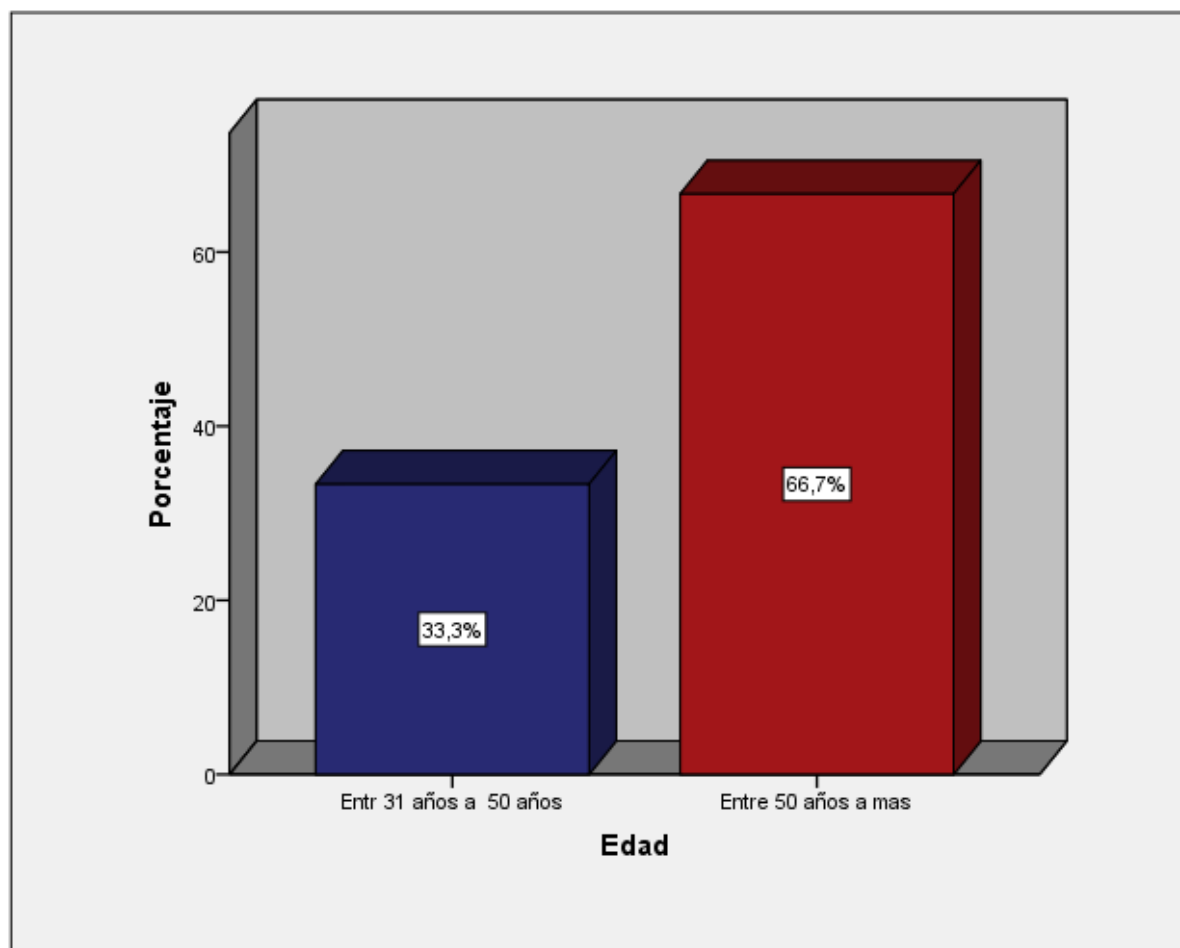


Figura 1. Edad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 1 que el 33,3% de los encuestados tiene entre 31-50 años y el 66,7% se encuentra entre 51 años a más.

Tabla 2

Genero de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	6	100,0

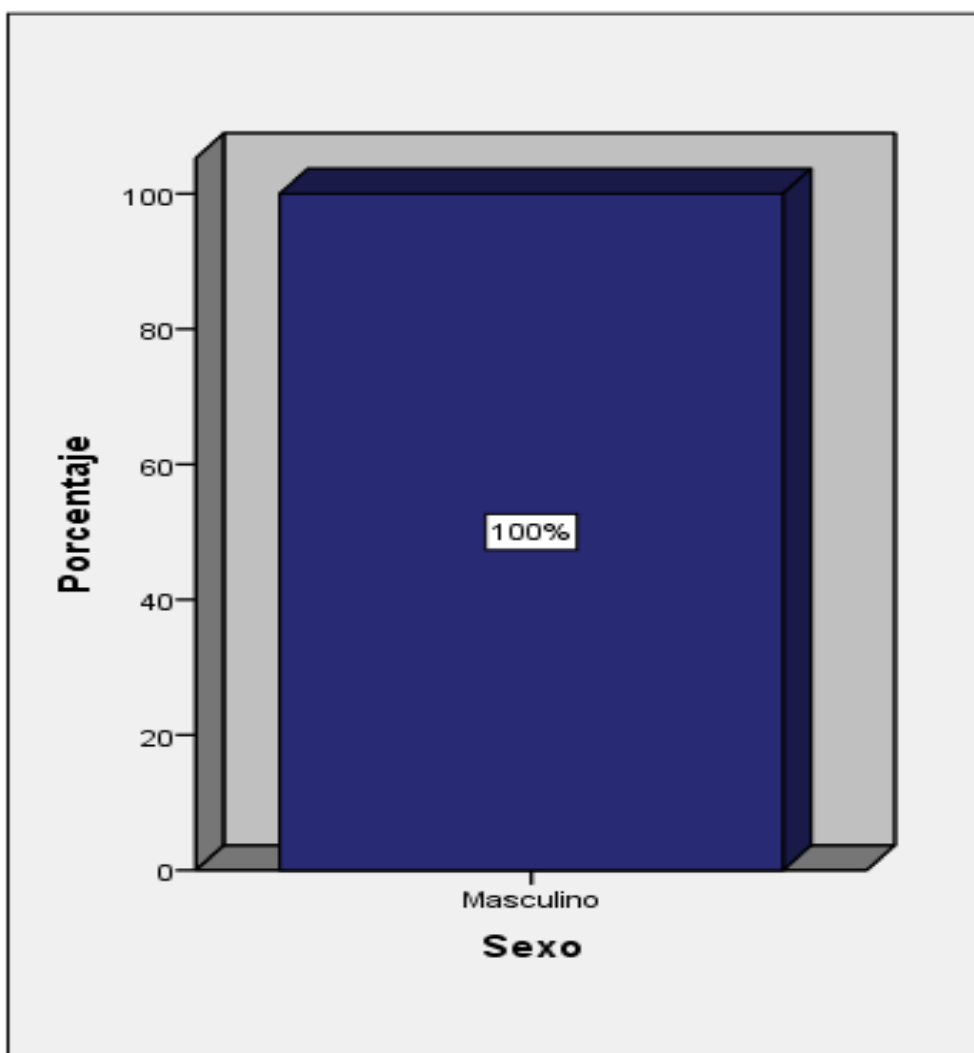


Figura 2. Genero de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 2 que el 100% de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral pertenecen al género masculino.

Tabla 3
Grado de instrucción de los micro y pequeños
empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de
Huaral, Lima 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	1	16,7
Superior no universitario	2	33,3
Universitario	3	50,0
Total	6	100,0

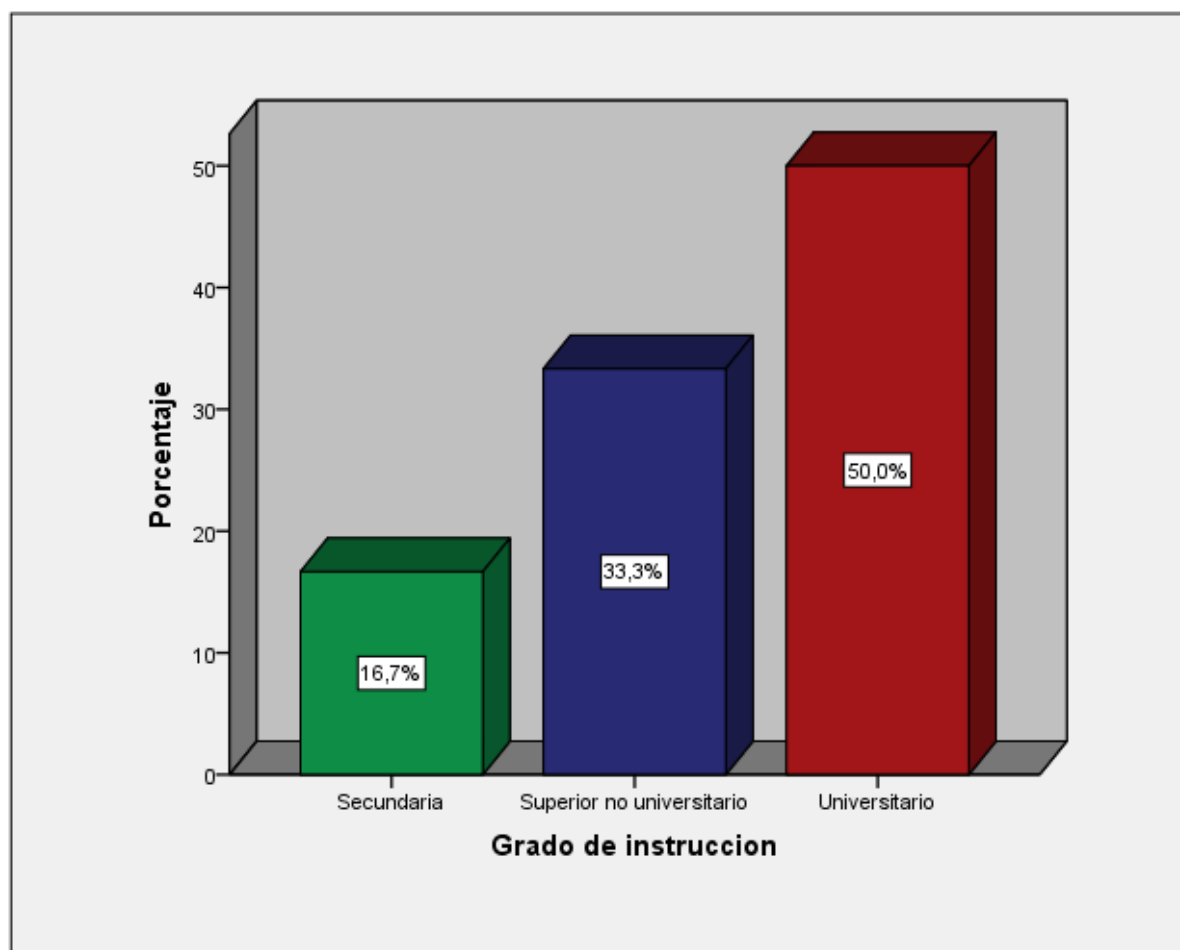


Figura 3. Grado de instrucción de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 3 que el 16,7% tiene estudios de secundaria, el 33,3% tiene estudios de grado no superior y el 50% es universitario.

Tabla 4
Cargo que desempeña de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Dueño	3	50,0
Válidos Administrador	3	50,0
Total	6	100,0

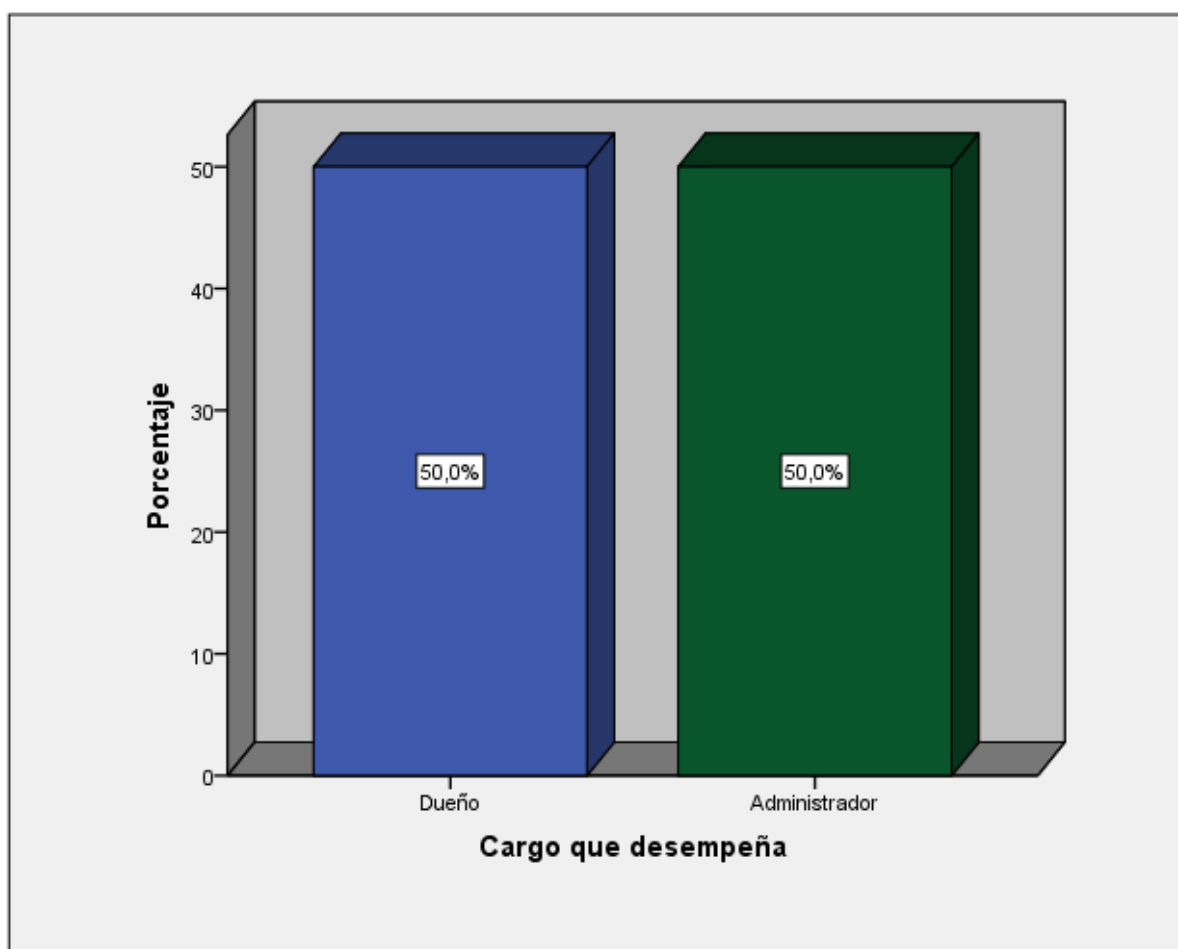


Figura 4. Cargo que desempeña de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 4 que el cargo que desempeñan los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral el 50% son los dueños y el otro 50% son administradores

Tabla 5

Tiempo de permanencia de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Frecuencia	Porcentaje
	a	e
Válidos		
Entre 4 años a 6 años	2	33,3
Desde 7 años a mas	4	66,7
Total	6	100,0

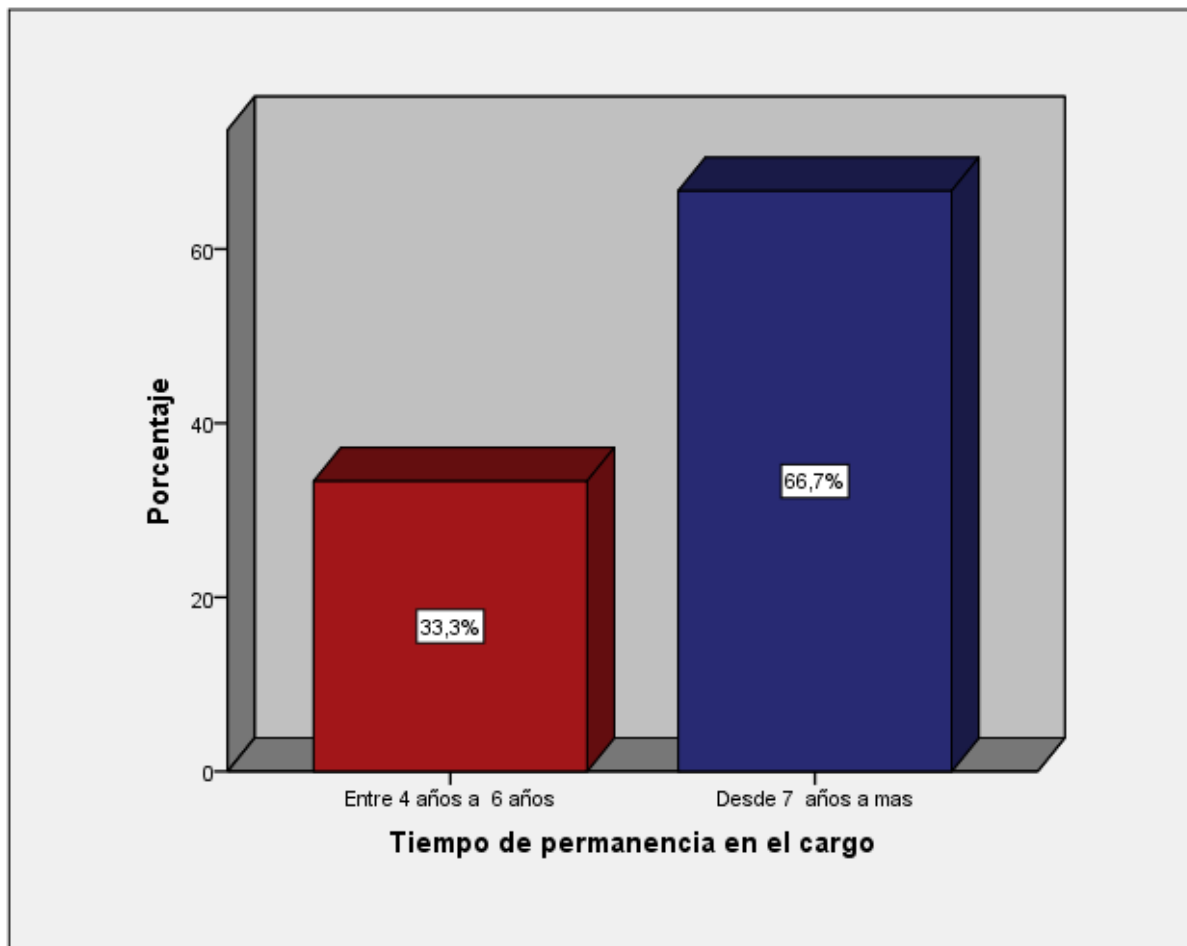


Figura 5. Tiempo de permanencia de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 5 que el 33,3% de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral su tiempo de permanencia es entre 4 años a 6 años y en el caso dl 66,7% cuentan desde 7 años a más

a. Análisis descriptivo

Objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en el financiamiento en las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.

Tabla 6
Características de la Gestión de la calidad en el financiamiento de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

		Financiamiento		Total	
		Inadecuado	Poco adecuado		
Gestión de la calidad	Alto	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	16,7%	16,7%
	Regular	Recuento	1	2	3
		% del total	16,7%	33,3%	50,0%
	Bajo	Recuento	0	2	2
		% del total	0,0%	33,3%	33,3%
Total	Recuento	1	5	6	
	% del total	16,7%	83,3%	100,0%	

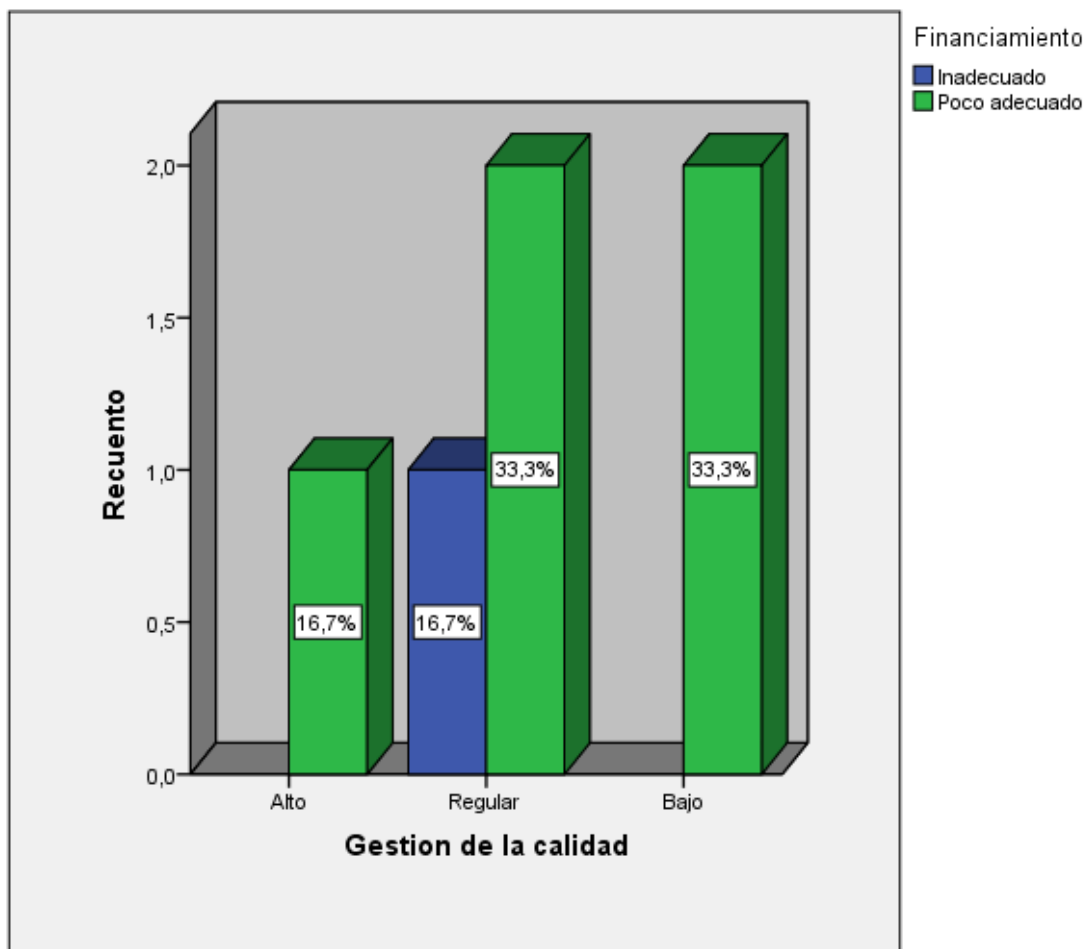


Figura 6. Características de la Gestión d la calidad en el financiamiento de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 6; que el 33,3% de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral lograron mediante un financiamiento poco adecuado desarrollar una capacidad regular en su gestión de calidad y el otro 33,3% lograron mediante un financiamiento inadecuado lograron desarrollar una capacidad baja en su gestión de calidad

Objetivos específicos 1

Determinar las principales características de la gestión de calidad de las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018.

Tabla 7

Planificación

de la Gestión de la calidad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
1.Tecnicas que utiliza para lograr el objetivo de la calidad	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%
2.Planifica las Metas que desea obtener en el presente año	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%
3.Planificación las políticas de trabajo en la empresa	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	0	0,0%	4	66,7%
4.La estrategia que ha planificado le ayudara a realizar una mejora de gestión de calidad	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	2	33,3%	3	50,0%

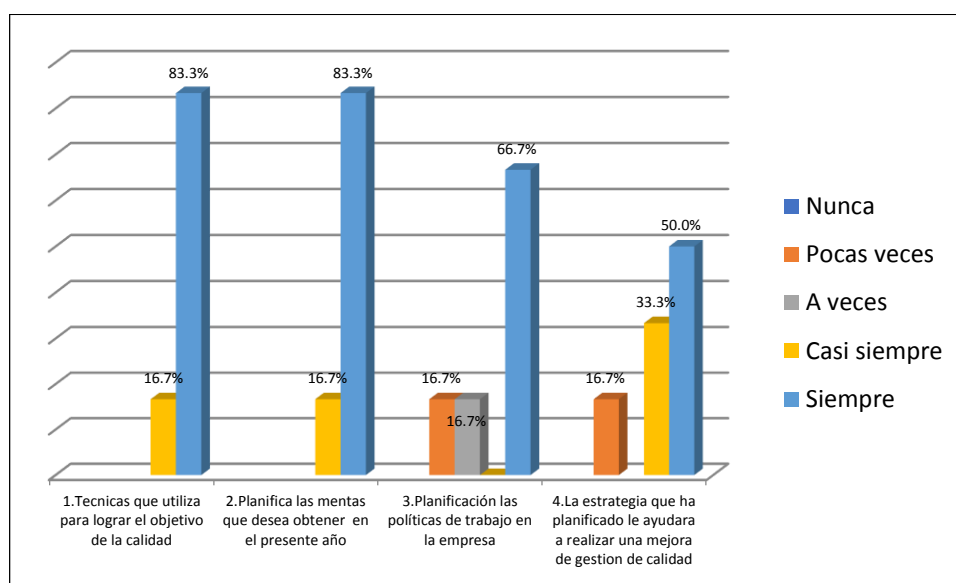


Figura 7 Planificación de la Gestión de la calidad de los micro y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 7; que dentro de las características de la Planificación de la Gestión de la calidad el 83,3% menciono que siempre las Técnicas que utiliza es para lograr el objetivo de la calidad, asimismo planifica las ventas que desea obtener en el presente año.

Finalmente, en el caso del 66,7% menciono que siempre realiza la planificación de las políticas de trabajo en la empresa

Tabla 8

Dirección de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
	5.Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5
6.Cree que su Mype logre el posicionamiento en el mercado	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	4	66,7%	1	16,7%
7.Brinda un valor agregado a los productos que ofrece?	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	0	0,0%	4	66,7%

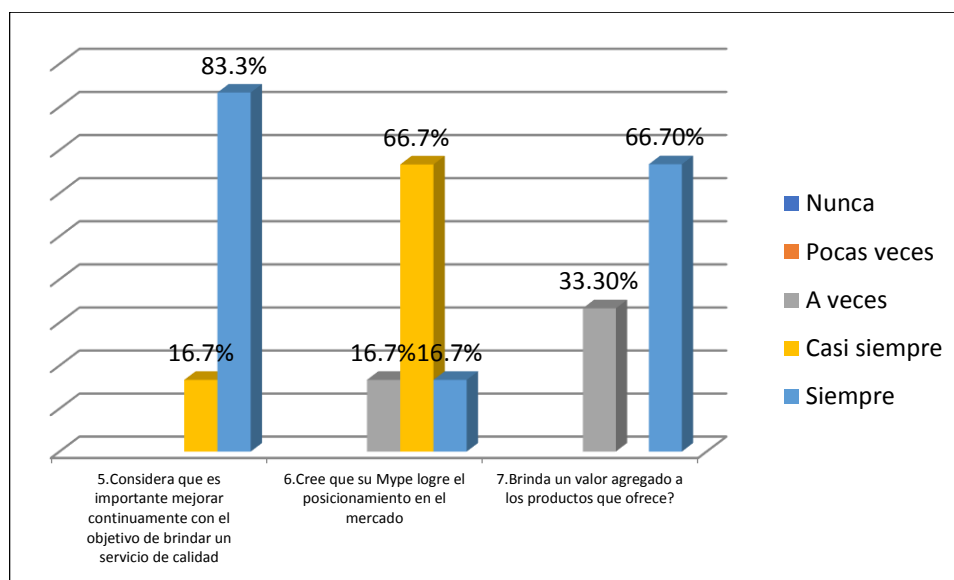


Figura 8. Dirección de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 8; que dentro de las características de la Dirección de la gestión de la calidad el 83,3% menciono que siempre considera es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad y en el caso del 66,7% menciono que siempre brinda un valor agregado a los productos que ofrece

Tabla 9

Implementación de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
8.Realiza capacitaciones a fin de brindar un servicio de calidad	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	2	33,3%	3	50,0%
9.Sus colaboradores se identifican con la empresa	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	5	83,3%
10.Realiza estrategias para adaptarse los cambios del mercado	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	4	66,7%

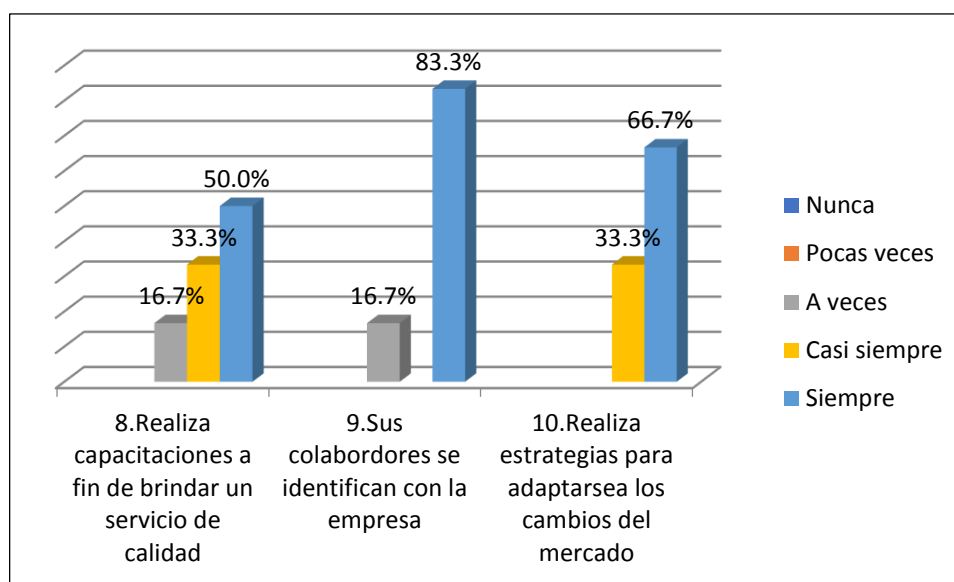


Figura 9. Implementación de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 9; que dentro de las características de la implementación de la gestión de la calidad el 83,3% menciono que siempre sus colaboradores se identifican con la empresa y en el caso del 66,7% menciono que siempre realiza estrategias para adaptarse los cambios del mercado

Tabla 10

Control de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
11.Realiza encuesta de opinión a fin de conocer la satisfacción del cliente	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	4	66,7%
12.Cree que el producto que ofrece es el mejor	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	50,0%	3	50,0%
13.Realiza un seguimiento a los procesos de producción	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	1	16,7%	4	66,7%
14.Evalua los resultados que obtiene para seguir mejorando	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%

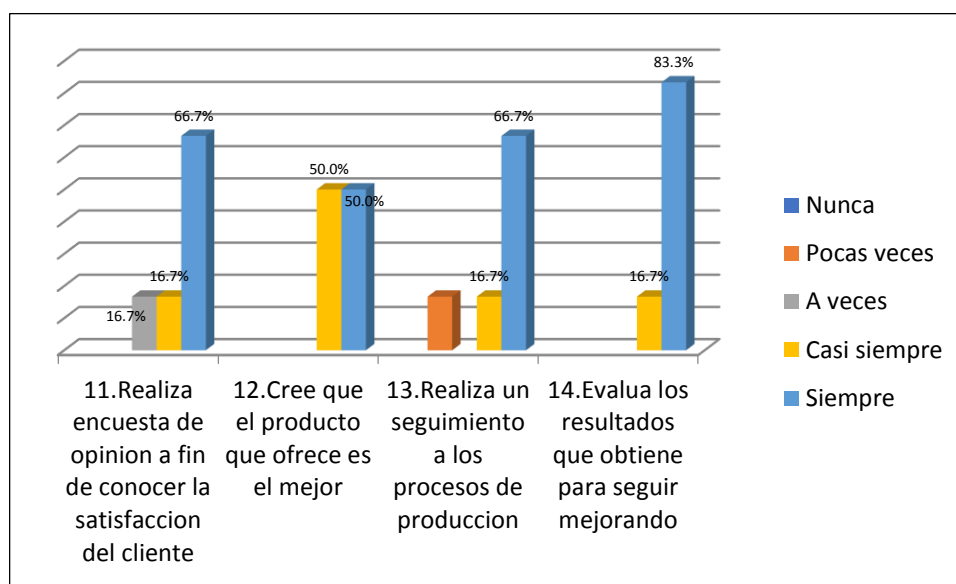


Figura 10. Control de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 10; que dentro de las características del control de la gestión de la calidad el 83,3% menciono que siempre evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando y en el caso del 66,7% menciono que siempre realiza un seguimiento a los procesos de producción, asimismo realiza encuesta de opinión a fin de conocer la satisfacción del cliente

Tabla 11

Satisfacción de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
15.Utiliza algún medio publicitario para hacer conocer sus productos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%
16.Brinda ofertas en los productos que ofrece	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%
17.Se pone de acuerdo las condiciones de venta al ofrecer su producto	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	100,0%
18.Realiza descuentos para motivar a sus clientes	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	5	83,3%

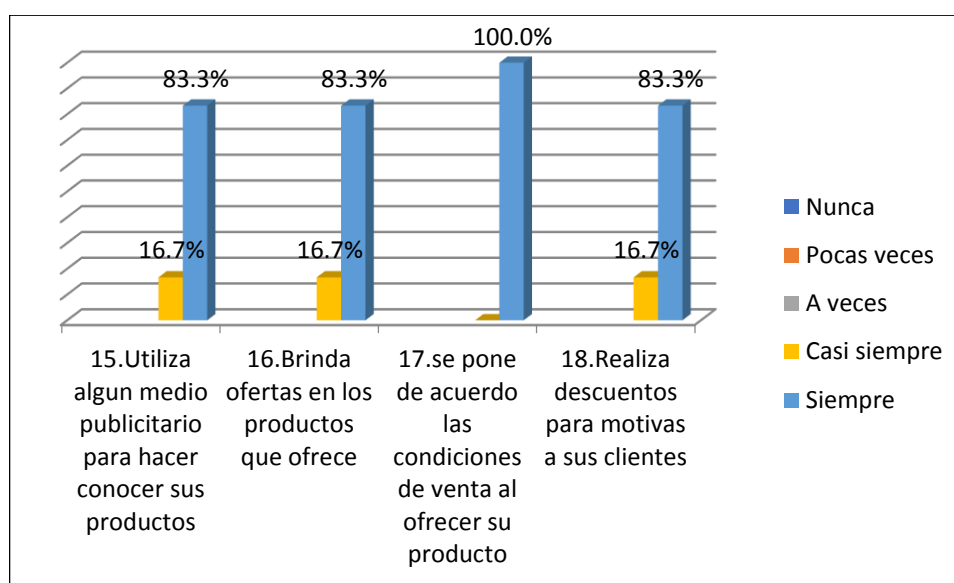


Figura 11. Satisfacción de la gestión de la calidad de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 11; que dentro de las características de satisfacción de la gestión de la calidad el 83,3% menciono que siempre utiliza algún medio publicitario para hacer conocer sus productos, asimismo brinda ofertas en los productos que ofrece. En el caso del 100% menciono que siempre se pone de acuerdo las condiciones de venta al ofrecer su producto

Objetivos específicos 2

Determinar las principales características del financiamiento de las MYPES del sector Producción – Rubro Vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima, Año 2018

Tabla 12

Información eficaz del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
1.Cuando solicita créditos le brindan información veraz	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	2	33,3%	2	33,3%
2.Los préstamos que solicita le entrega con puntualidad	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	3	50,0%	1	16,7%
3.Es fiable la institución donde obtuvo el financiamiento	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	2	33,3%	2	33,3%

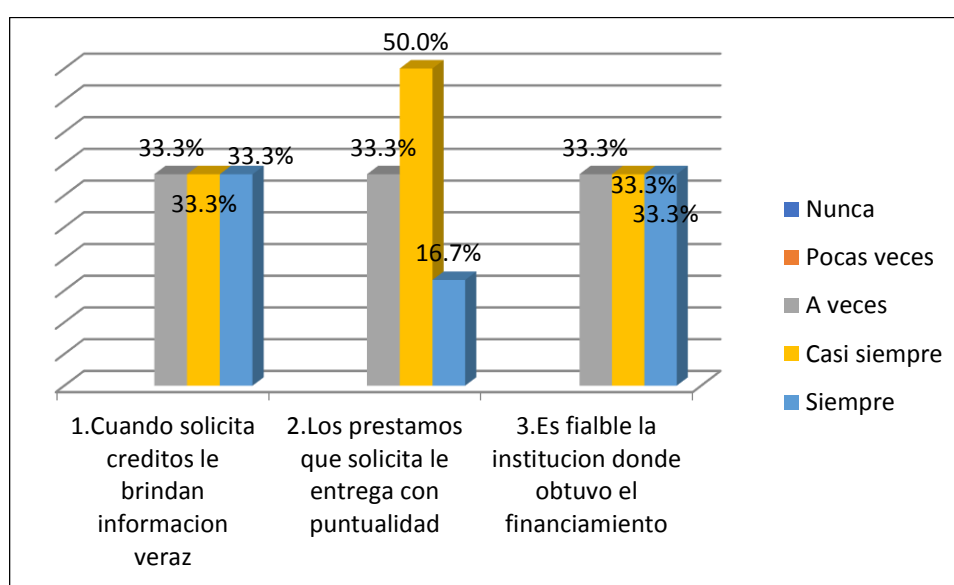


Figura 12. Información eficaz del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 12; que dentro de las características de la información eficaz del financiamiento el 33,3% menciona que siempre cuando solicita créditos le brindan información veraz, asimismo menciona que siempre es fiable la institución donde obtuvo el financiamiento y solo un 16,7% menciona que los préstamos que siempre solicitan les entregan con puntualidad

Tabla 13

Gestión financiera del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
4.Al solicitar préstamo recibe asesoramiento para mejorar su empresa	2	33,3%	3	50,0%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%
5.Evalua si los prestamos son favorables para su empresa	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	83,3%	1	16,7%
6.Toma decisiones urgentes para solicitar prestamos	1	16,7%	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	3	50,0%

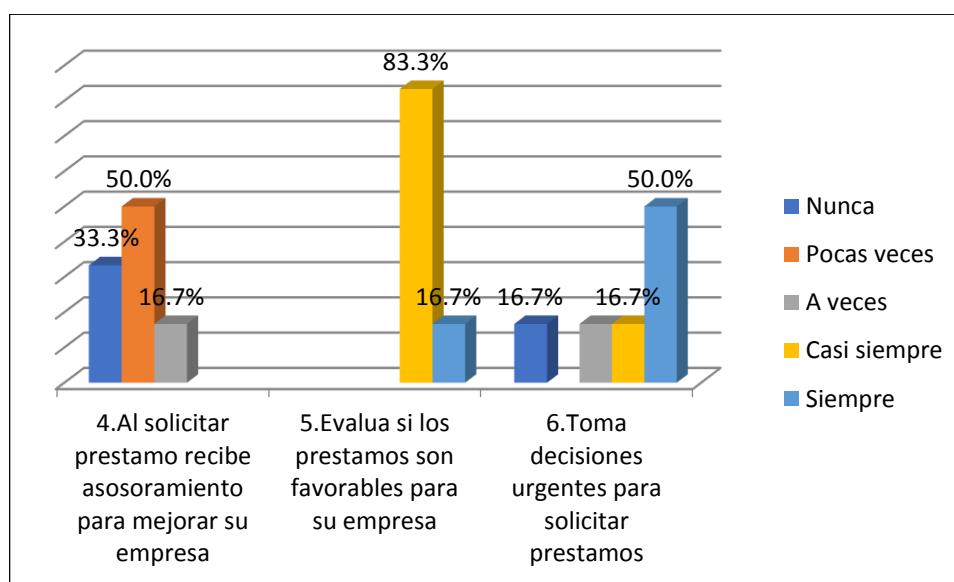


Figura 13 .Gestión financiera del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 13; que dentro de las características de la gestión financiera del financiamiento el 16,7% menciono que casi siempre evalúa si los préstamos son favorables para su empresa, asimismo el 50% mencionó que siempre toma decisiones urgentes para solicitar préstamos.

Tabla 14

Control financiero del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
7. Para realizar un préstamo usted cuenta ya con una proyección empresarial	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	4	66,7%
8. Evalúa periódicamente si los préstamos son favorables a su empresa	2	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	2	33,3%
9. Tiene dificultades para acceder a préstamos	1	16,7%	1	16,7%	1	16,7%	3	50,0%	0	0,0%
10. Si presento dificultades para no acceder al financiamiento solicitado?	0	0,0%	2	33,3%	2	33,3%	2	33,3%	0	0,0%

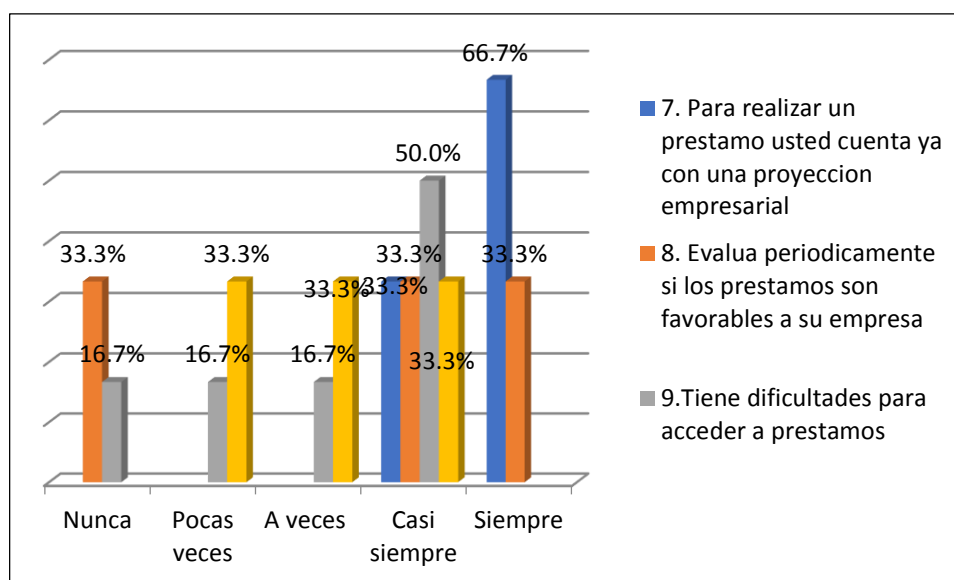


Figura 14. Control financiero del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 14 que dentro de las características del control financiero del financiamiento el 66,7% menciono que siempre para realizar un préstamo se da cuenta ya con una proyección empresarial, asimismo el 33,3% mencionó que siempre evalúa periódicamente si los préstamos son favorables a su empresa

Tabla 15

Tiempo de pago del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

	Nunca		Pocas veces		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
11.La fuente de financiamiento para su Mype es bancaria	0	0,0%	2	33,3%	1	16,7%	3	50,0%	0	0,0%
12.La fuente de financiamiento para su Mype es una Caja municipal	1	16,7%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%	4	66,7%
13.La fuente de financiamiento para su Mype es edpyme	1	16,7%	1	16,7%	0	0,0%	1	16,7%	3	50,0%

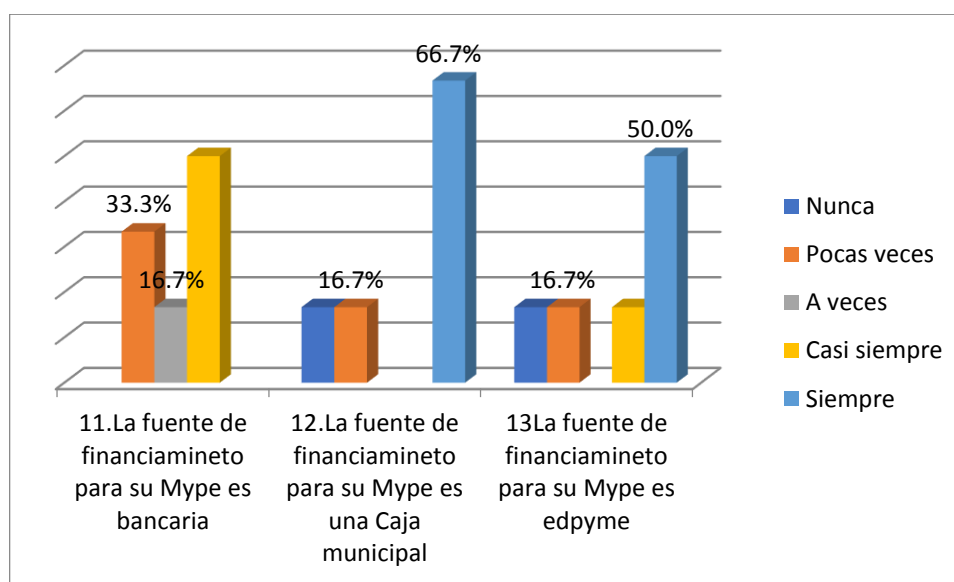


Figura 15. Tiempo de pago del financiamiento de los micros y pequeños empresarios del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral

Se observa en la tabla 15 que dentro de las características del tiempo de pago del financiamiento el 66,7% menciona que siempre la fuente de financiamiento para su Mype es una Caja municipal y en el caso del 50% mencionó que siempre la fuente de financiamiento para su Mype es edpyme

5.2 Análisis de resultado

Características de los representantes legales de las Mypes

Con respecto a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018. Se encontró, que el 33,3% de los encuestados tiene entre 31 años a 50 años y el 66,7% se encuentra entre 50 años a más. Estos resultados se contradicen con lo hallado por: Arias (2016) de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote, en su tesis titulado: Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubros vitivinícolas del distrito de nueva Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2015, concluyó que el grupo etario que predominó en su investigación fue de 31 a 50 años. De la misma forma se encontró que el 100% de los representantes de las micro y pequeños empresarios pertenecen al género masculino, lo cual también se contradice con lo encontrado con Arias, quien halló que el género que predominó en su investigación es el género femenino. De la misma forma se ha encontrado que el 50 % de los representantes de las Mypes tiene estudios superiores universitario, mientras que Arias halló que y el 50% es no universitario. De la misma forma cabe destacar que el 50 % de los representantes son administradores y dueños respectivamente. Respecto a la permanencia en el rubro, ha predominado un mayor porcentaje los que están más de 7 años al frente de las empresas.

Respectó a la Gestión de Calidad de las MYPES del sector producción-rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018

En la figura N° 07; se ha encontrado que dentro de las características de la Planificación de la Gestión de la calidad el 83,3% de los encuestados ha respondido que siempre las técnicas de gestión de calidad que utiliza en su empresa es para lograr el objetivo de la calidad. De la misma forma el 66,7% respondió que siempre planifican las políticas de trabajo en la empresa. También se observa en la figura N° 08; que el 83,3% de los encuestados respondieron que siempre considera la importancia de mejorar continuamente en brindar un servicio de calidad a sus clientes; y el 66,7% respondió que siempre brinda un valor agregado a los productos que ofrece.

De la misma forma se ha encontrado en la investigación, en la figura N° 09; que el 83,3% de los encuestados respondió que siempre sus colaboradores se identifican con la empresa en donde trabajan y el 66,7% dijo que siempre realiza estrategias para adaptarse los constantes cambios del mercado. El 83,3% de los empresarios encuestados dijo que siempre evalúa los resultados obtenidos en la aplicación de algunas estrategias de calidad de servicio por lo que consideran que deben seguir mejorando. De la misma forma también el 66,7% de los encuestados siempre está realizando seguimiento a los procesos de producción, aplica encuesta de opinión a fin de conocer la satisfacción del cliente; y como último en la figura N° 11; el 83,3% de los empresarios dedicados a la vitivinícola utiliza siempre algún medio publicitario para hacer conocer sus productos y brinda ofertas en los productos que ofrece al público.

Respecto al financiamiento de las MYPES del sector producción-rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018, se halló en la figura N° 12; que solo el 33,3% considera que al momento de solicitar créditos en una entidad financiera le brindan información veraz, es decir que la gran mayoría de empresarios no está conforme con la información que les brindan al solicitar un préstamo. De la misma forma sucede que solo un 16,7% dijo que al momento de solicitar un préstamo le entregan con puntualidad o a la brevedad posible. Se observa también en la figura N° 13; el 16,7% respondió que casi siempre evalúa si los préstamos son favorables para su empresa, y el 50% dijo que siempre toma decisiones urgentes para solicitar préstamos en una entidad financiera. En la figura N° 14; que 66,7% respondió que para realizar un préstamo cuenta con un proyecto empresarial, asimismo el 33,3% de los encuestados dijo que evalúa periódicamente si los préstamos son favorables a su empresa o no. Finalmente en la figura N° 15; se encontró que el 66,7% de los empresarios siempre considera que la fuente de financiamiento para su Mype es una Caja municipal.

VI. CONCLUSIONES

De la información que se ha podido encontrar en la aplicación del instrumento de investigación, se concluye que:

1. Los representantes legales de las Mypes, tienen más de 50 años, y en su totalidad son varones. Más del 50% de los representantes de las Mypes tiene estudios superiores universitario. Las Mypes están representados entre los mismos dueños y administradores, finalmente en su mayoría de representantes de las Mypes, tienen más de 7 años de permanencia en el rubro.
2. Respecto a las características de la gestión de la calidad la mayoría de los representantes de las Mypes, planifican las políticas de trabajo en su empresa. También considera que debe mejorar continuamente el servicio a sus clientes; brindando un valor agregado a los productos que ofrece. De la misma forma se puede concluir que sus colaboradores se identifican con la empresa en donde trabajan. Finalmente, los empresarios dedicados a la vitivinícola están en constantemente en procesos de adaptación a los cambios del mercado para ello aplican algunas estrategias como la publicidad en diferentes medios de comunicación y brindando un valor agregado a los productos que ofrece, para poder mantenerse en el mercado comercial.
3. La minoría de los representantes de las MYPES del sector producción-rubro vitivinícola, del distrito y provincia de Huaral, Lima 2018, considera que al momento de solicitar créditos en una entidad financiera reciben información veraz, es decir que la gran mayoría de empresarios tiene satisfacción con la información que les brindan al solicitar un préstamo, la entrega de estos préstamos es oportuna y a la brevedad posible. Finalmente, la gran mayoría de empresarios considera que la fuente de financiamiento para su Mype es una Caja municipal

Referencias

- Ley 30056, L. N. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo.* Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf):
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)
- Almeyda, J. (2017). *Diseño de un Sistema de Gestión de Costos de Calidad para incrementar la rentabilidad de una empresa vitivinícola.* Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2569/E21-A454-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alva. (2018). *El comercio.* Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/quienes-beneficiara-incremento-uit-s-4-050-230819>
- Arias, A. (S/F). *Conceptos basicos.* Obtenido de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>
- Arias, H. (2016). *Caracterización de la Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro vitinícola del del distrito de nuevo imperial, provincia de cañete, departamento de Lima, año 2015.* Obtenido de file:///C:/Users/lenovo/Desktop/A%20L%20vitivinicula/ARIAS_CAMPOS_HECTOR_JHONNY_COMPETITIVIDAD_MYPE_VITIVINICOLAS.pdf
- Arias, H. (2016). *Caracterización de la Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro vitinícola del del distrito de nuevo imperial, provincia de cañete, departamento de Lima, año 2015.* Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/563/ARIAS_CAMPOS_HECTOR_JHONNY_COMPETITIVIDAD_MYPE_VITIVINICOLAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Balague, Nuria. (2014). *Gestión de la Calidad.* Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3221821>.
- Bonillo, V. (2015). *Análisis de factibilidad técnica, económica, y financiera de un proyecto de inversión en una bodega.* Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/1798>

- Camacho, A. (2016). *Análisis de las estrategias de adaptación A*. Obtenido de <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2016/12/TESIS-Camacho-Garza-Abraham.pdf>
- Carrasco, S. (2014). *Metodología de la Investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Cochachi, J. & Negron, Y. (2009). *Metodología de la investigación pedagógica*. Lima: *printed in peru*.
- Cruz, D. I. (2016). “*Caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto-provincia de San Martín, período 2016*”. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1009>
- Cusihuaman, Martinez y Vasquez. (2017). *Tesis para obtener el grado de magíster en*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9066/CUSIHUAMAN_MARTINEZ_PLANEAMIENTO_VITIVINICOLA.pdf?sequence=3: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9066/CUSIHUAMAN_MARTINEZ_PLANEAMIENTO_VITIVINICOLA.pdf?sequence=3
- Diaz, M. (S/F). *El sector vitivinícola*. Obtenido de <https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eia/archivos/iag/2015/2015-07-el-sector-vitivinicola.pdf>
- Fernandez, S. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Edamsa impresiones.
- Goicochea, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, período 2015*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>
- Guanilo, C. (2010). *Gestión de calidad de los servicios administrativos universitarios*. Lima: *San Marcos*.
- Ley 30056 Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf):

- Lira, P. (2009). *Finanzas y financiamiento*. Obtenido de file:///C:/Users/lenovo/Desktop/A%20L%20vitivinicula/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf:
file:///C:/Users/lenovo/Desktop/A%20L%20vitivinicula/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf
- Lopez, L. (2014). *Evolución y análisis de la producción y exportación de uvas de mesa: 2000-2012*. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3595/Lopez_ll.pdf?sequence=1
- Mendoza, E. (2014). *Los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de cascás*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2989/mendoza_elca.pdf?sequence=1
- Rivera, M. (2018). *El liderazgo y su influencia en la aplicación de estrategias competitivas en las empresas vitivinícolas de la provincia Mariscal Nieto-Región Moquegua 2014-2015*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5673/ADMricamdm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sáiz, V. (2013). *Mapas para mejorar la producción de vino combinando tecnologías de la información y vehículos convencionales*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31522/TESIS_VERSI%C3%93N%20DEFINITIVA.pdf?sequence=1
- Sanchez, B. (S/F). *Las Mypes en el Perú, su importancia tributaria*. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>

Anexo 01:**RELACIÓN DE LAS MYPES EN ESTUDIO**

N°	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	RUC	DIRECCION DE LAS MYPES	TAMAÑO DE LA MYPE
01	VINOS VELARDE	Marino Máximo Velarde Illajanqui	1059541679	ESPERANZA ALTA KM2-58, Carretera Fujimori-Huaral	MYPE, inscrito el 11/07/2001 Tamaño de la MYPES: 43.18mts2
02	VINO Y PISCO MARIA PAZ	Collins Yarlequé	20571292808	ESPERANZA ALTA KM2-TRANSVERSAL FRANCIA-Huaral	MYPE, inscrito el 30/03/2012
03	VINOS ALVANOR	Rolando Hubert Alva Preza	10096106039	Esperanza Alta Lote. 47 Sec la Virgen (Alt. Km.6 Carretera Fujimori, Portón Rojo)-Huaral	MYPE, inscrito el 13/04/2002
04	VINOS CAMA	Paulino Genaro Cama Ramírez	10159543744	Esperanza Alta Lote. 49-A- Sec, la Virgen (Alt. Km.6 Carretera Fujimori, Portón blanco)-Huaral	MYPE, inscrito el 17/12/2001
05	VINOS KAORI	Espinoza Mercado José Emilio	10801253020	Carretera Fujimori- Los Naturales-Huaral	MYPE, inscrito el 20/05/2005
06	VINOS LA VIRGEN	Giuseppe Pietro Ugarelli Kong	10458226305	Esperanza Alta Lote. 041-A-MZ E Sec, la Virgen - Carretera Fujimori-Huaral	MYPE, inscrito el 13/11/2014, Tamaño de la MYPE: 150.00mts2

La fuente de información obtenida de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), cabe indicar que se emitió un documento a la Municipalidad Provincia de Huaral solicitando información respecto a la Licencias del rubro en mención, el mismo que dio respuesta mediante la CARTA N° 211-2019/MPH-GSG.

Anexo 02:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **LA GESTIÓN DE CALIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPES DEL SECTOR PRODUCCION - RUBRO VITIVINICOLA, DEL DISTRITO DE HUARAL, LIMA 2018**

Agradecemos: A continuación, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

A continuación, se formulan preguntas de diferente tipo, lea cuidadosamente cada una, identifique, y seleccione la respuesta que considere correcta y escriba un aspa (x) sobre ella. Para cada Ítems se considera la escala de 1 a 5 donde:

(1). Nunca	(2). Pocas veces	(3). A veces	(4). Casi siempre	(5). Siempre
------------	------------------	--------------	-------------------	--------------

ITEMS		ALTERNATIVA				
VARIABLE GESTION DE CALIDAD						
Planificar						
1	Técnicas que utiliza para lograr el objetivo de la calidad	1	2	3	4	5
2	Planifica las metas que desea obtener en el presente año	1	2	3	4	5
3	Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa	1	2	3	4	5
4	La estrategia que ha planificado le ayudará a realizar una mejora de gestión de calidad	1	2	3	4	5
Dirige:						
5	Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad	1	2	3	4	5
6	Cree que su Mype logre el posicionamiento en el mercado	1	2	3	4	5
7	Brinda un valor agregado a los productos que ofrece	1	2	3	4	5
Implementa:						
8	Realiza capacitaciones a fin de brindar un servicio de calidad	1	2	3	4	5
9	Sus colaboradores se identifican con la empresa	1	2	3	4	5
10	Realiza estrategias para adaptarse a los cambios del mercado	1	2	3	4	5
Control:						
11	Realiza encuesta de opinión a fin de conocer la satisfacción del cliente	1	2	3	4	5
12	Cree que el producto que ofrece es el mejor	1	2	3	4	5
13	Realiza un seguimiento a los procesos de producción	1	2	3	4	5
14	Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando	1	2	3	4	5
Satisfacción:						
15	Utiliza algún medio publicitario para hacer conocer sus productos	1	2	3	4	5
16	Brinda ofertas en el servicio que ofrece	1	2	3	4	5
17	Se pone de acuerdo las condiciones de venta al ofrecer su producto	1	2	3	4	5
18	Realiza descuentos para motivar a los clientes	1	2	3	4	5

N°	VARIABLE FINANCIAMINETO					
	Información eficaz					
1	Cuando solicita créditos le brindan información veraz?	1	2	3	4	5
2	Los préstamos que solicita le entregan con puntualidad?	1	2	3	4	5
3	Es fiable la institución donde obtuvo el financiamiento	1	2	3	4	5
	Gestión financiera					
4	Al solicitar préstamos recibe asesoramiento para la mejora de su Mype?	1	2	3	4	5
5	Evalúa si los préstamos son favorables para su empresa	1	2	3	4	5
6	Toma de decisiones urgentes para solicitar prestamos	1	2	3	4	5
	Control financiero					
7	Para realizar un préstamo usted ya cuenta con una proyección empresarial?	1	2	3	4	5
8	Evalúa periódicamente si los prestamos son favorables a su empresa?	1	2	3	4	5
9	Tiene dificultades para acceder a préstamos	1	2	3	4	5
10	Se presentó dificultades para no acceder al financiamiento solicitado?	1	2	3	4	5
	Tiempo de pago					
11	La fuente de financiamiento para su Mype es Bancaria	1	2	3	4	5
12	La fuente de financiamiento para su Mype es una Caja Municipal?	1	2	3	4	5
13	La fuente de financiamiento para su Mype es Edpyme?	1	2	3	4	5