



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 SERVICIO - RUBRO
IMPRENTAS, DEL DISTRITO DE HUACHO 2018

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

AUTOR:

BACH. JORGE CHRISTIAM PEÑA SANCHEZ

ASESOR:

Mg SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

1. TÍTULO DE LA TESIS

La Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPES del sector Servicio –
Rubro Imprentas del distrito de Huacho 2018

2. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Presidente

Lic. Adm. Victor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro

Mg. Juan Pablo Meza De los Santos
Miembro

Mg. Simon Poma Ancasi
Asesor

3. AGRADECIMIENTO

A Dios por generar las condiciones propicias para lograr las metas que me he trazado y permitirme seguir adelante a pesar de las adversidades.

Mi sincero agradecimiento a mi hermana Rosario por su apoyo incondicional en este tramo final de mi carrera hacia la profesionalización.

DEDICATORIA

A mi esposa y a mis hijos Jorge, Pedro y Paula, por ser el motor y la fuente de inspiración que motiva mis ganas y consecuentes logros.

A mis padres, por el apoyo incondicional desde siempre en cada etapa de mi vida.

4. RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito de Huacho 2018. Durante el desarrollo de la investigación se recurrió a un diseño no experimental – transversal y un tipo y nivel cualitativo – descriptivo. Del mismo modo, se determinó una muestra y población de 18 representantes de las MYPES del rubro indicado, a quienes se les aplicó un cuestionario de 36 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los representantes de las MYPES, tenemos que el 44.4% solo administran la empresa mientras que el 55.6% son los dueños. El 94.4% son de sexo masculino y solo el 5.6% son damas. Del mismo modo, la gran mayoría (77.8%) tienen edades entre los 31 y 50 años y un 55.6% de ellos tienen formación académica de nivel superior. Del mismo modo el 77.8% está a cargo del negocio por más de 7 años. Respecto a la Gestión de Calidad el 50% tiene sus objetivos claros, sin embargo la misma cantidad de encuestados nunca implementó documentos de gestión. El 72.2% organiza adecuadamente los insumos con los que va a trabajar y un 77.8% hace seguimiento a sus procesos. Del mismo modo, un 88.9% considera que es importante mejorar continuamente siempre y además que es muy importante la atención al cliente. Respecto al Financiamiento interno, el 83.3% financió su empresa con ahorros propios y el mismo porcentaje opina que las amortizaciones son una de las principales estrategias de financiamiento. Respecto del Financiamiento externo, el 61.1% solicitó un préstamo en el banco, mientras que un 50% lo hizo en cajas Municipales.

Palabras clave: Financiamiento, imprentas, Gestión de Calidad

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the main characteristics of the Quality and Financing Management in the MYPES of the service - printing sector of the district of Huacho 2018. During the development of the research, a non - experimental and transversal design was used. a type and qualitative - descriptive level. In the same way, a sample and population of 18 representatives of the MYPES of the indicated area was determined, to whom a questionnaire of 36 questions was applied, using the technique of the survey, obtaining the following results: Regarding the representatives of the MYPES , we have that 44.4% only manage the company while 55.6% are the owners. 94.4% are male and only 5.6% are ladies. Similarly, the vast majority (77.8%) have ages between 31 and 50 years and 55.6% of them have higher education. In the same way 77.8% is in charge of the business for more than 7 years. Regarding the Clima Management 50% has its clear objectives, however the same number of respondents never implemented management documents. 72.2% organizes properly the inputs with which they will work and 77.8% follow their processes. In the same way, 88.9% consider that it is important to continuously improve always and also that customer service is very important. Regarding internal financing, 83.3% financed their company with their own savings and the same percentage believes that amortizations are one of the main financing strategies. Regarding external financing, 61.1% requested a loan in the bank, while 50% did so in municipal savings banks.

Keywords: Financing, printing, Quality Management

5. CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
3. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	iii
4. RESUMEN Y ABSTRACT	iv
5. CONTENIDO	vi
6. INDICE DE TABLAS	vii
7. INDICE DE FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases Teóricas	15
2.3. Marco Conceptual	31
III. METODOLOGÍA	34
3.1. Diseño de la investigación.....	34
3.2. Población y Muestra.....	35
3.3. Definición y operacionalización de variables.....	36
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.5. Plan de Análisis.....	38
3.6. Matriz de consistencia.....	39
3.7. Principios Éticos.....	40
IV. RESULTADOS.....	41
4.1. Resultados.....	41
4.2. Análisis de Resultados.....	77
V. CONCLUSIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
Anexos.....	87

6. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Cargo que desempeña en el empresa.....	41
Tabla 02: Género.....	42
Tabla 03: Edad.....	43
Tabla 04: Grado de Instrucción.....	44
Tabla 05: Tiempo a cargo de la empresa.....	45
Tabla 06: Tiempo de permanencia en el rubro.....	46
Tabla 07: Número de Trabajadores.....	47
Tabla 08: Parentesco con los trabajadores.....	48
Tabla 09: Objetivos de creación de la empresa.....	49
Tabla 10: Tipo de constitución de la empresa.....	50
Tabla 11: Situación del local donde funciona la empresa.....	51
Tabla 12: Servicios con los que cuenta el local.....	52
Tabla 13: Metas y objetivos en el último año.....	53
Tabla 14: Políticas y lineamientos de trabajo.....	54
Tabla 15: Implementación de documentos de gestión.....	55
Tabla 16: Los procesos realizados en la imprenta son claros.....	56
Tabla 17: Organización de los insumos y materiales.....	57
Tabla 18: Realiza seguimiento a los procesos.....	58
Tabla 19: Evaluación de los resultados obtenidos para mejorar	59
Tabla 20: Se siente satisfecho con los resultados obtenidos.....	60
Tabla 21: Considera que es importante mejorar continuamente.....	61
Tabla 22: Considera que la atención al cliente es importante.....	62
Tabla 23: Controla los procesos de atención al cliente.....	63
Tabla 24: Brinda solución a las contingencias que molestan a los clientes.....	64
Tabla 25: Financió su empresa con ahorros personales.....	65
Tabla 26: Financió su empresa con aporte de terceros.....	66
Tabla 27: Las amortizaciones son principal estrategia de financiamiento.....	67
Tabla 28: Capitaliza las utilidades para financiar sus actividades.....	68
Tabla 29: Utiliza la línea de crédito como instrumento financiero.....	69
Tabla 30: Solicita financiamiento a los bancos.....	70
Tabla 31: Está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos.....	71
Tabla 32: Solicita financiamiento a Cajas Municipales.....	72

Tabla 33: Solicita financiamiento a prestamistas.....	73
Tabla 34: Considera que es fácil obtener crédito con proveedores.....	74
Tabla 35: Su proveedor le cobra intereses por deuda.....	75
Tabla 36: Participa usted en juntas de financiamiento informal.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01 Cargo que desempeña en el empresa.....	41
Figura 02 Género.....	42
Figura 03 Edad.....	43
Figura 04 Grado de Instrucción.....	44
Figura 05 Tiempo a cargo de la empresa.....	45
Figura 06 Tiempo de permanencia en el rubro.....	46
Figura 07 Número de Trabajadores.....	47
Figura 08 Parentesco con los trabajadores.....	48
Figura 09 Objetivos de creación de la empresa.....	49
Figura 10 Tipo de constitución de la empresa.....	50
Figura 11 Situación del local donde funciona la empresa.....	51
Figura 12 Servicios con los que cuenta el local.....	52
Figura 13 Metas y objetivos en el último año.....	53
Figura 14 Políticas y lineamientos de trabajo.....	54
Figura 15 Implementación de documentos de gestión.....	55
Figura 16 Los procesos realizados en la imprenta son claros.....	56
Figura 17 Organización de los insumos y materiales.....	57
Figura 18 Realiza seguimiento a los procesos.....	58
Figura 19 Evaluación de los resultados obtenidos para mejorar.....	59
Figura 20 Se siente satisfecho con los resultados obtenidos.....	60
Figura 21 Considera que es importante mejorar continuamente.....	61
Figura 22 Considera que la atención al cliente es importante.....	62
Figura 23 Controla los procesos de atención al cliente.....	63
Figura 24 Brinda solución a las contingencias que molestan a los clientes.....	64
Figura 25 Financió su empresa con ahorros personales.....	65
Figura 26 Financió su empresa con aporte de terceros.....	66
Figura 27 Las amortizaciones son principal estrategia de financiamiento.....	67
Figura 28 Capitaliza las utilidades para financiar sus actividades.....	68
Figura 29 Utiliza la línea de crédito como instrumento financiero.....	69
Figura 30 Solicita financiamiento a los bancos.....	70
Figura 31 Está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos.....	71
Figura 32 Solicita financiamiento a Cajas Municipales.....	72

Figura 33 Solicita financiamiento a prestamistas.....	73
Figura 34 Considera que es fácil obtener crédito con proveedores.....	74
Figura 35 Su proveedor le cobra intereses por deuda.....	75
Figura 36 Participa usted en juntas de financiamiento informal	76

I. INTRODUCCIÓN

Como sabemos, las micro y pequeñas empresas (MYPES) juegan un papel importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. Este tipo de unidad económica se ha convertido en un fenómeno económico y principal centro de atención de las economías de todos los países del mundo, la micro y pequeña empresa, actualmente juega un rol importante en la economía mundial, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado.

Las micro y pequeñas empresas (MYPES), que desarrollan básicamente las actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, no necesitan constituirse necesariamente como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual, como en el caso de las microempresas, lo que se constituye en una de las causas que generan los problemas que limitan su permanencia en el mercado.

En ese contexto es necesaria la implementación de la Gestión de Calidad en las MYPES como una ventaja competitiva que permita producir ganancias y brindar un buen servicio. La Gestión de calidad es un término que aplican todas las empresas a nivel mundial, con la finalidad de brindar un buen servicio y a la vez ser competitivos en este mercado, sin embargo, el problema radica en que no todas las empresas conciben el concepto de gestión de calidad como un elemento de gran importancia. Cabe resaltar que la implementación de una adecuada gestión en las micro y pequeñas empresas en la búsqueda de competitividad, viene siendo promovida por el Estado a través de los Ministerios de la Producción, de Comercio Exterior y Turismo y por Organismos Internacionales como el Banco Mundial.

La presente Investigación, se ha desarrollado en el marco de la línea establecida por la

universidad, el mismo que lleva como título “LA GESTION DE CALIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO IMPRENTAS DEL DISTRITO DE HUACHO 2018”. Los resultados de la investigación pretenden mejorar la calidad del servicio, así como la actividad empresarial de las MYPES referidas.

El desarrollo de la investigación tuvo su campo de acción en el distrito de Huacho, uno de los doce distritos de la provincia de Huaura. La ciudad de Huacho es la capital de la Región Lima. Huacho cuenta con 18 imprentas debidamente acreditadas en la SUNAT, que desarrollan su actividad empresarial teniendo como clientes principales a los comerciantes de otros rubros, colegios, universidades, municipalidades distritales y provincial, así como el Gobierno Regional de Lima y todas sus unidades ejecutoras, entre las cuales podemos contar a las Direcciones Regionales, UGEL, redes de salud, entre otras. Huacho fue creado el 24 de agosto de 1571 y se caracteriza por contar con numerosos atractivos turísticos, no solo en el casco urbano sino también en su extensa campiña y en su zona costera con hermosas playas; contando además con una variada gastronomía.

Sin embargo, se tiene que afirmar que se desconoce las características de la Gestión de Calidad y Financiamiento por lo que se plantea el enunciado a manera de pregunta interrogativa visionando solución, por ello se formula la pregunta siguiente: ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho 2018? Para resolver esta inquietud se formuló el objetivo general de esta investigación que es determinar las características de la Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho 2018.

Planteamiento del problema

Caracterización del Problema:

Los vertiginosos cambios en el sistema empresarial que ha experimentado nuestro país en las últimas décadas, se debe en gran parte al surgimiento de las micro y pequeñas empresas que han cambiado la idea errónea de que para constituir una empresa se requiere de una gran inversión monetaria y patrimonial. Las Micro y pequeñas empresas (MYPE) se han convertido en un fenómeno económico y principal centro de atención de las economías de todos los países del mundo, principalmente de los países en vías de desarrollo porque este tipo de empresas promueve casi la totalidad del incremento en la generación de empleo.

Los acelerados cambios referidos, que se vienen produciendo en tiempos actuales, exigen que las empresas apliquen las diversas teorías de competitividad, situación en la que evidentemente se encuentran inmersas las micro y pequeñas empresas, que de todas formas requieren ser competitivas para poder subsistir en el mercado.

El nivel de desarrollo de estas empresas y su crecimiento en términos de empleo, utilidades y productividad es desigual. Las características de sus negocios, los montos de inversión, la tecnología incorporada y las estrategias seguidas para su crecimiento, sugieren que existe una marcada heterogeneidad en el desempeño de los pequeños empresarios y de sus empresas” (Valdivia 2003).

Las MYPES en Latinoamérica representan 97,56% del total de empresas y frente a esto, sus Estados buscan mejorar su competitividad y gestión, promoviendo leyes favorables, para su capacitación, asistencia técnica, facilidad de mercados, innovación y acceso a tecnología. (Hernández 2009).

En el contexto de competitividad internacional, las MYPES no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la

competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, el financiamiento, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector. **(Alonso & Hernández 2006).**

En estas condiciones, la competitividad estará determinada por la aplicación correcta de los criterios y principios de Gestión de Calidad y adecuados procesos de financiamiento de acuerdo al contexto donde operan, orientando sus actividades al producto o servicio que prestan, teniendo como eje y objetivo fundamental al usuario y cliente final, quien espera recibir un servicio de calidad.

Los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro imprenta del distrito de Huacho, que son en su mayoría unipersonales y cuya dirección está a cargo del mismo dueño, tiene desconocimiento sobre los conceptos de Gestión de Calidad y dado que no analizan las demandas de los clientes, no son capaces de aplicar los estándares de calidad consistentes en el planeamiento, control y administración de la calidad.

Entre los principales problemas que afronta un micro y pequeño empresario para acceder al financiamiento, está el elevado costo del crédito, la burocracia de los intermediarios financieros, la desconfianza en las instituciones financieras y la solicitud excesivas garantías.

Enunciado del Problema

¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPES de sector servicio - rubro imprentas del distrito de Huacho 2018?

Objetivo General

Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito de Huacho 2018.

Objetivos Específicos:

- Describir las principales características de los representantes de las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.
- Describir las principales características de las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.
- Describir las principales características de la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.
- Describir las principales características del Financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.

Justificación de la investigación

La presente investigación estudiará la forma como se desenvuelven las MYPES dentro del rubro de imprentas en el distrito de Huacho, teniendo en consideración la importancia que estas empresas tienen en el desarrollo y la economía del ámbito geográfico estudiado y de qué manera el financiamiento afecta la aplicación de los conceptos de Gestión de Calidad. Del mismo modo, el presente trabajo contribuirá socialmente debido a que las MYPES estudiadas podrán conocer las formas de financiamiento para lograr una gestión de calidad óptima para la mejora continua. En ese sentido la investigación se justifica desde las siguientes perspectivas:

Teórica: Esta investigación se justifica porque permitirá obtener aspectos teóricos de la Gestión de Calidad, aplicados en las MYPES para su crecimiento y desarrollo, utilizando para tal efecto como fuentes de información la bibliografía actualizada y datos que se obtienen de internet, donde se adaptan teorías, conceptos, definiciones y normas legales. Del mismo modo permitirá conocer las herramientas de financiamiento con los que pueden contar los micro y pequeños empresarios, como el factoring o el leasing, para mejorar su producción y productividad.

Práctica: Se justifica además porque el resultado de la investigación servirá para que

los micro y pequeños empresarios la utilicen como herramienta de consulta y fuente de información para conocer la problemática y gestionar de la manera más óptima la calidad de su servicio. Asimismo, servirá de base para futuras investigaciones relacionadas con la materia.

Metodológica: Se aplicarán instrumentos de medición para la recolección de datos prácticos y de esta forma se puedan procesar los resultados, los mismos que con la ayuda de tablas y figuras permitirán hacer un mejor análisis e interpretación. Es preciso señalar que para el procesamiento de resultados se utilizará el programa EXCEL.

Viabilidad: El estudio propuesto es viable, por cuanto el investigador cuenta con los recursos humanos, financieros y materiales suficientes para la realización de la investigación y el logro de los objetivos propuestos.

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.

El resultado del estudio nos permite concluir que el 100% de las empresas estudiadas son microempresas, teniendo en consideración el número de trabajadores que las conforman. Se han constituido además para generar ganancias, es decir están siendo administradas por personas emprendedoras, que han accedido a diversas fuentes de financiamiento ya sean internas o externas, como préstamos bancarios, ahorros y líneas de crédito, para ser invertido en capital de trabajo.

La gran mayoría de empresarios coincide en que es importante implementar procesos de mejora continua y enfocar sus esfuerzos en la completa satisfacción de sus clientes, para generar beneficios en sus respectivas gestiones.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Quimí (2015 – 2016). En su tesis: *“Análisis de la competitividad de las pequeñas imprentas en el sector de la Parroquia Sucre de la ciudad de Guayaquil”*. Tuvo como objetivo analizar el nivel de competitividad de las pequeñas imprentas ubicadas en el sector de la parroquia Sucre de la ciudad de Guayaquil para aplicar las estrategias de campañas publicitarias que les permitan a este grupo objetivo, mantenerse en el mercado de la industria gráfica. El estudio arribó a los siguientes resultados: **Respecto de si se debe realizar una campaña publicitaria, para aumentar la demanda de clientes en favor de las pequeñas empresas del sector.** De un total de 40 empresas entrevistadas, el 88% opina que sí es necesario, mientras que el 12% opina que no. **Respecto de cómo califica el servicio otorgado por las imprentas del sector.** El 78% de las empresas entrevistadas (de un total de 40), opinan que el servicio es muy bueno, el 17% afirman que el servicio es bueno, 5% que el servicio es regular y ninguna opina que el servicio es malo. **Respecto de si una buena campaña publicitaria sería de gran ayuda para lograr un nivel de competitividad óptimo en las imprentas del sector.** Un gran porcentaje (83%) opina que sí es de gran ayuda, y un 17% de los entrevistados opina que no. **Respecto de que el equipamiento de la imprenta con tecnología de punta ayuda a mejorar el nivel de competitividad en las imprentas del sector.** El resultado fue que un 78% de los entrevistados opina que sí, mientras que un 22% opina que no ayuda. **Respecto de que las imprentas del sector deben tener un posicionamiento más favorable en el mercado de la impresión off-set en la actualidad.** Un abrumador 90% opina que sí mientras que un minoritario 10% opina que no. **Respecto de que si los conocimientos que tiene actualmente son apropiados para realizar una buena**

campana publicitaria para su imprenta. El resultado fue que un 72% opina que sí mientras que un 28% opina que no. El estudio permite concluir al investigador, por un lado que las imprentas estudiadas no han realizado con efectividad unas buenas campañas publicitarias que permitan la difusión y conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, afectando directamente a los clientes que no tengan conocimiento de los mismos. Finalmente concluye que los empleados de las pequeñas imprentas del sector no realizan actividades de capacitación sobre recursos humanos o sobre la parte técnica para lograr un mejor funcionamiento y desempeño en las imprentas del sector de la parroquia Sucre de la ciudad de Guayaquil.

Villamar (2015). En su tesis: *“Proyecto de Inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de la Imprenta Buena Fe, periodo 2013-2017”* Quevedo – Ecuador. Tuvo como objetivo desarrollar un proyecto de inversión que justifique la rentabilidad de la imprenta Buena Fe, del Cantón Buena Fe 2013-2017, para invertir en su modernización; llegando a la siguientes conclusiones: el estudio de mercado que se hizo a los comerciantes del Cantón Buena Fe, demostró que existe demanda por los servicios que ofrece la imprenta y existe además muy poca oferta local, la imprenta Buena Fe pretende modernizarse y poder cubrir la demanda existente, brindando un servicio de calidad a sus consumidores. Al realizar el estudio técnico se pudo determinar en hacer un análisis del proceso de producción, tamaño, localización, Maquinarias y equipos, sistemas de control y materia prima para realizar la tecnificación de la imprenta Buena fe y conseguir satisfacer la demanda considerada en el proceso de la planeación. El estudio económico financiero aplicado al proyecto de inversión demostró ser positivo dando como resultados un (VAN) valor actual neto que se ubica en \$ 19.684.27 con (Tir) tasa interna de retorno del 85% para el primer año proyectándose con muy buenos rubros a

futuro. Así como un B/C beneficio costo de \$ 1.73 lo que nos indica que por cada dólar invertido retorna setenta y tres centavos de dólar.

Philco y Shinin (2014). En su tesis: *“Análisis Beneficio Costo de la creación de una imprenta ecológica en el sector centro del distrito metropolitano de Quito”*. Tuvieron como objetivo determinar el beneficio – costo que tiene la creación de una Imprenta ecológica en el Sector centro del Distrito Metropolitano de Quito, que contribuya al cuidado ambiental a través del reciclaje y reutilización de materiales. Llegaron a la siguiente conclusión La empresa Ecological Print tiene una gran acogida, según los resultados de las encuestas el 87% de los encuestados afirmaron que les gustaría recibir información sobre un sistema de gestión medioambiental y el 60% de los encuestados señalaron que el ciclo de vida que genera mayor impacto ambiental es el desecho. Los productos ecológicos disminuirán la tala de árboles al utilizar papel reciclado, ya que el 95% de las imprentas utilizan papel bond para sus productos. Al fomentar la iniciativa verde se logra crear fuentes de trabajo que no sean perjudiciales para la salud de las personas, ya que el 50% de los establecimientos afirmo tener de 2 a 5 empleados y el 28% señalo que tiene de 6 a 10 empleados. El proyecto es factible, el período de recuperación con financiamiento es de dos años y sin financiamiento es de tres años.

ANTECEDENTES NACIONALES

Murga (2018). En su tesis: *“Caracterización del Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro imprentas de Huaraz, 2017”*. Obtuvo los siguientes resultados: **Respecto al financiamiento interno:** Del 100% de encuestados, el 58% afirma que han financiado su negocio ellos mismos y 42% afirma que no. **Respecto al financiamiento de terceros:** el 26% niega haber recurrido al financiamiento de terceros

mientras que el 74% afirma haber recurrido al financiamiento externo. **Respecto a la línea de crédito:** el 68% afirma haber obtenido una línea de crédito para sus negocios, mientras que el 32% afirma que no. **Respecto a la fuente de financiamiento:** el 63% afirma haber recurrido al banco como fuente de financiamiento, mientras que el 37% no lo hizo. Asimismo el 68% ha recurrido a las Cajas Municipales y un 32% no usó esta fuente de financiamiento. Del mismo modo, un 68% ha solicitado financiamiento a una empresa de desarrollo de la pequeña y micro empresa mientras que el 32 no usó dicha fuente para obtener financiamiento. Culminando con el tipo de fuente de financiamiento, un 16% afirma haber recurrido a un prestamista o agiotista, por otro lado, el 47% afirma que participa en juntas informales y un 74% afirma que financió su empresa con ahorros personales. **Respecto al destino que tuvo el financiamiento obtenido:** el 53% lo usó como capital de trabajo, el 37% para mejorar o ampliar el local de trabajo y el 10% restante no precisó para qué utilizó el financiamiento. **Respecto a la tasa de interés:** el 79% no está conforme con las tasas de interés, mientras que el 21% no estaba muy contento, pero afirma que no tenía otra opción de financiamiento. La investigación arriba a las siguientes conclusiones: La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro imprentas de la ciudad de Huaraz, 2017 han accedido a un financiamiento sea interno o de terceros, como bancos, cajas municipales de ahorro y crédito, en prestamistas y hasta en juntas informales, para ser invertido en capital de trabajo, etc. Tanto a largo como a corto plazo, dependiendo de la cantidad de dinero solicitado. El financiamiento es un medio importante para el desarrollo y crecimiento de las MYPES.

Kong y Moreno (2014). En su tesis: “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012”. Obtuvieron los siguientes resultados: **Respecto a la Actividad Económica principal de**

las Micro y Pequeñas empresas: el 74% representan al sector comercio, el 16% están vinculadas al sector servicios y el 10% al sector industrial, en el distrito de San José.

Respecto a las causas por las que las personas inician sus negocios: 53% es por el deseo de ser independientes y así no depender de terceros, 39% lo hicieron por necesidad y 8% para continuar con la empresa familiar. **Respecto al tipo de recurso con el que**

inició su negocio: se observa que la mayor parte de emprendedores del Distrito de San José (70%) han iniciado sus negocios con aporte de terceros, tanto de entidades financieras como agiotistas y/o familiares, entre otros, mientras que un 30% relativamente significativo han sido por aporte de capital propio. Por lo que **llega a la conclusión** de que las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, lo que les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología.

Finalmente se determina como resultado de la investigación que las MYPES han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos.

Guzmán (2014). En su tesis: *“Caracterización Gestión de Calidad y Formalización de las MyPE, rubro Librerías (Ciudad Piura) Año 2013”*. Como resultados encontró que el 65% de los empresarios conocen de las facilidades que existen para formalizarse y el 71% opina que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio al estar

correctamente formalizados. Según los resultados el 54,3 % de los empresarios del rubro librerías muy poco les interesa las capacitaciones y dar un buen servicio al cliente, además el 58.7% utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos de gestión de calidad. Una de las principales razones por las que la MYPE no se formaliza es por procedimientos largos y complicados, generándoles altos costos por el tiempo que tienen que invertir para la formalización, concluyendo que se debe mejorar los factores de gestión de calidad de las Librerías, a pesar que se tiene conocimientos que la formalización vincula positivamente la competitividad y la rentabilidad. La gran mayoría de los empresarios están de acuerdo en que la gestión de calidad es beneficioso para sus respectivas empresas.

ANTECEDENTES LOCALES:

Gutierrez (2018). En su tesis para obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas: *“Plan de Mejora Continua para la optimización del proceso de producción en el rubro gráfico de la empresa EXIVEN Perú S.A.C., San Borja – 2016”*, tuvo como objetivos específicos determinar las siguientes situaciones: cuál es la influencia de un plan de mejora continua en la calidad del producto, si un plan de mejora continua influye en la entrega del producto, cuál es la influencia de un plan de mejora continua en la flexibilidad de la producción y finalmente determinar cuál es la influencia de un plan de mejora continua en la efectividad de la producción. Obtuvo los siguientes resultados: con respecto a los objetivos finales presentados por Alvarado y Pumisacho (2016), señalan que a través de los procesos de mejora continua se pueden determinar que el uso de prácticas, herramientas y técnicas son una parte fundamental en el sistema de administración y operaciones de la empresa, que permite mejorar los estándares de resultados. Del mismo modo concluye que la calidad no está solo relacionado al uso de

herramientas, sino también a la participación del personal, quienes son los que generan valor al proceso. Con respecto a los objetivos presentados por Danilo (2011), señala que la investigación le permite analizar y mejorar los procesos de producción, aplicando métodos y herramientas de manufactura flexible, que facilita la identificación y solución para el despilfarro de insumos. Por lo que concluye que en cuestiones de efectividad, se debe señalar, que, de acuerdo a los resultados obtenidos, el desarrollo de las actividades se debe a la priorización según su importancia, así como el uso adecuado de los recursos. Con respecto a los objetivos presentados Sandivar (2016), señala que mejorar los procesos en las áreas productivas de la empresa permitirá cumplir con la demanda pactada con el cliente, generar un stock de seguridad, asegurar la calidad del producto final y con ello satisfacer las necesidades del cliente. Por lo que concluye que se puede observar que tiene un incremento en cuanto a flexibilidad de producción, permitiendo a la empresa Exiven Perú SAC, ofrecer a sus clientes nuevos diseños en sus productos, según la expectativa solicitada por el cliente.

Concluye además respecto de los objetivo específicos indicados: primero, que la influencia del programa con respecto a la calidad del producto también presenta una mejoraría, siendo su crecimiento del 13.7% a 16.4%; segundo, que a través de la implementación del programa, se logró mejorar en un porcentaje menor la entrega de los productos, siendo su resultado del 8.7% a 11.6%; tercero, que a través de la implementación del programa, se logró mejorar en un porcentaje menor la flexibilidad de la producción, siendo su resultado del 9.5% a 11.9% y finalmente concluye que a través de la implementación del programa, se logró mejorar en un porcentaje significativo la efectividad de la producción, siendo el incremento de su resultado de 16.8% a 23.4%.

Gómez y Tirado (2016). En su tesis para obtener el Título de Contador Público de la

Universidad Nacional del Callao: *“Incidencia del Factoring en la Gestión Financiera de las Pequeñas y Medianas empresas de la Provincia Constitucional del Callao”*, concluyen que el factoring es una importante herramienta de financiamiento de las MYPES del Callao. Siempre que las empresas tengan una política de ventas a crédito a largo plazo y sus proveedores exijan un pago a corto plazo el factoring es una buena opción para materializar sus obligaciones sin tener que adeudarse, mejorando así la gestión financiera. Del mismo modo el estudio arrojó como resultado, que con el uso del factoring , como herramienta de financiamiento, las empresas tendrían mayor liquidez, lo que sería propicio para cumplir con sus obligaciones de pago a proveedores en el corto plazo y disminuiría radicalmente los créditos financieros, por lo que es necesario capacitar a los empresarios respecto de esta muy útil herramienta de financiamiento.

Caycho (2015). En su tesis para obtener el Título de Licenciado en Administración: *“Caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPES del sector servicio – rubro imprenta de la urbanización Chamaya, del distrito de breña, provincia de Lima, departamento de Lima – periodo 2013-2014”*, obtiene los siguientes resultados **respecto de los representantes de las MYPES:** el 85.71% tiene entre 31 a 50 años y el 14.29 % tiene 51 a más años de edad; el 71.43% son de género masculino y el 28.57 son de género femenino; el 57.14% tienen estudios superiores no universitarios mientras que el 28.57 tiene estudios superiores universitarios. **Respecto a las características de la MYPE:** el 71.43% tiene 5 a 8 años de permanencia en el mercado, el 14.2% tiene entre 3 y 4 años y el 14.29% tiene 9 años a más. El 57.14% tiene de 3 a 4 trabajadores y el 42%.76% tiene de 01 a 02 trabajadores. Finalmente el 71.4% refiere que tiene una empresa familiar.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Según la **Ley, 28015 (2003)**. La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (**Texto Único Ordenado**), de la **Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente Art.4.**

Características y estructura empresarial de las MYPES: De acuerdo a la nueva **Ley 30056 (2013)**. Las Micro, pequeñas y medianas empresas se ubican en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento de montos máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas y Ministerio de la Producción cada dos (2) años.

Aspectos característicos de las MYPES:

Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

a) Escasa especialización en el trabajo: Se puede percibir tanto en el ámbito productivo como en el administrativo; pero en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc.

b) Administración independiente: Usualmente dirigida y operada por el propio dueño.

c) Incidencia no significativa en el mercado: El área de operaciones es relativamente pequeña y operan principalmente en una localidad.

d) Actividad no intensiva en capital: Denominado también con predominio de mano de obra.

e) Limitados recursos Financieros: El capital de la Empresa es suministrado por el propio dueño.

f) Tecnología: Existen dos opiniones con relación a este punto:

- Aquellos que consideran que la Pequeña Empresa utiliza tecnología en relación al mercado que abastece, es decir adoptan tecnología de acuerdo al medio en que se desarrollan.
- Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

Las MYPES, con el correr de los años, han incrementado su participación en los diferentes sectores productivos y hoy en día, constituyen uno de los motores principales de la actividad económica, dando empleo y suscitando el crecimiento y desarrollo económico en nuestro país. **(Bernilla 2013).**

Clasificación de la microempresa

Se considera tres tipos de microempresa:

- **Microempresas de sobrevivencia:** Son aquellas que tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su

mercadería a precios que apenas cubren sus costos. El problema radica en que al no llevar ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.

- **Microempresas de subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar de alguna forma la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **Microempresas en crecimiento:** Son aquellas que tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresa. (**Salazar 2011**).

Importancia:

Las MYPE son un elemento importante en la generación de empleo, ya que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando en una MYPE y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan numerosos puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (**Aspilcueta 2011**).

El empresario representante de la MYPES

Según **González, (2009)**. Las etapas de vida de cualquier individuo con el oficio de empresario de pequeña empresa transcurren son:

- **Idear:** Crear en la mente un producto o servicio susceptible de ser llevado a la práctica.
- **Planear:** Investigar, estudiar y diseñar todos los componentes de la empresa.
- **Establecer:** Construir y aplicar tangiblemente lo planeado sobre la empresa.
- **Arrancar:** Dar inicio formal a las actividades y operaciones de la empresa.
- **Dar seguimiento:** Reaccionar a las dinámicas cotidianas en las operaciones de la empresa, así como vivir los ajustes a los planes originales a consecuencia de lo perfectible de ellos.
- **Operar de forma sostenible:** Mantener las actividades y operaciones cotidianas de la empresa durante un período prolongado de tiempo.
- **Lograr una buena rentabilidad:** Calcular y hacer generar recurrentemente a la empresa utilidades netas superiores a las esperadas, en proporción a la inversión.
- **Ser empresario por oficio:** Ser capaz de desarrollar más de una empresa formal y rentable durante un período prolongado de tiempo.

El perfil del representante de la Micro y pequeña empresa

En nuestro país más del 70% de nuestras empresas son de tamaño micro y pequeña empresa. De ellas más del 90% son administradas por sus propios dueños y la gran mayoría de ellos no cuenta con una carrera profesional para ejercer el oficio. El perfil de procedencia de ellos no es muy variado entre ellos se

encuentran:

- ✓ Desempleados (Recientes)
- ✓ Empleados (con inquietud)
- ✓ Estudiantes por Graduarse y/o recién graduados
- ✓ Amas de casa (con inquietud)

Emprendedores y Pequeñas Empresas

Una persona cualquiera puede hacer de una idea un negocio, sin embargo, no es lo mismo pensarla que desarrollarla. Inicialmente lo que debe hacer un emprendedor, al momento de iniciar su propio negocio, es comprobar hasta qué punto esa idea es innovadora, averiguar si existen clientes para ella y cuál es su mercado.

El ingenio en sí no tiene ningún significado, sólo adquiere valor económico cuando se coloca en el mercado. Durante la fase inicial, el empresario emprendedor deberá invertir con capital propio.

Perfil del emprendedor

Según **Fernández (2016)**. Quienes convierten una idea en negocio o empresa deben ser personas trabajadoras, motivadoras, cognoscitivas, polifacéticas y con poder de decisión. Comienzan soñando con algo, pero a corto plazo establecen prioridades para no dejar nada al azar. A pesar de los obstáculos, se adaptan al cambio, y se orientan a obtener buenos resultados. Con el tiempo, van asignando responsabilidades y se convierten en líderes de la empresa.

Se rodean de gente que le sea leal, reconocen sus debilidades y le dan solución con rapidez. Entregan más de lo prometido y comunican con claridad la misión, visión y objetivos de la empresa en inicio. Una cualidad importante que tienen los emprendedores es que, cuando se les ocurre la idea, creen en ella y la hacen realidad. No se dejan intimidar por los enemigos, fijan objetivos y hacen que el grupo se

concentre en cumplirlos. Pueden trabajar en ambientes inciertos y comparten el éxito con sus compañeros.

Negocio emprendedor

Antes de iniciar un negocio, el emprendedor debe preguntarse: ¿cuál será el beneficio para el cliente?, ¿qué problemas debemos resolver?, ¿cómo vamos a satisfacer a nuestros clientes? El líder debe saber con claridad qué necesidad va a complacer y de qué forma lo va a conseguir. Para ello, debe centrarse principalmente en el beneficio que le brindará al cliente.

Luego, debe descifrar cuál es el mercado y demostrar que realmente existe clientela que consumirá su producto o servicio. Debe identificar los grupos objetivos, obtener una estimación del tamaño, los segmentos del mercado y conocer los elementos diferenciadores con respecto a la competencia, si es que la hay. Finalmente, debe dejar muy claro cómo se generarán los ingresos y en qué cantidad.

Factores de éxito de un negocio

- La idea.
- Los recursos para llevar a cabo la idea.
- El empresario que promueve y hace realidad la idea. **(Fernández, 2016)**

2.2.2. FINANCIAMIENTO

Si tenemos que definir lo que significa la palabra financiamiento, ya podemos decir que sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u empresarial, es decir como persona natural o como persona jurídica. Es importante decir que la manera más común de obtener financiamiento es a través de un préstamo. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse (Rodríguez, 2011).

Por otra parte Ccaccya (2015) entiende por financiamiento a todos aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre una empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero, es decir es el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, que generalmente son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas y sirven para complementar los recursos propios.

En el Perú las micro, pequeñas y medianas empresas tienen la opción de obtener diversas fuentes de financiamiento para impulsar sus negocios. Sin embargo para muchas MYPES, el acceso al crédito es uno de los obstáculos más importantes para desarrollar sus negocios seguido de otras variables como son la inflación, impuestos, trámites, regulaciones, corrupción e inseguridad.

Las altas tasas de interés, las exigencias para constituir garantías, y la falta de acceso a los mercados de capital y el financiamiento de largo plazo constituyen los principales problemas identificados por parte de las MYPES, este problema afecta especialmente a las pequeñas empresas que son demasiado grandes para las microfinanzas y demasiado pequeñas para los préstamos bancarios. Para impulsar la creación de una MYPE o su expansión, es fundamental elegir el préstamo más conveniente con el fin de que evite que a la larga se convierta en una pesadilla.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO: Se llaman fuentes de financiamiento a las vías que utilice la empresa para conseguir fondos. Para que la empresa pueda mantener una estructura económica, es decir, sus bienes y derechos, será necesario unos recursos financieros. Este tipo de recursos se encontrarán en el patrimonio neto y el pasivo. Entre las fuentes de financiamiento tenemos:

- Los ahorros personales: Para la mayoría de los negocios es la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos

personales.

- **Tarjetas de Crédito:** también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios
- **Los amigos y los parientes:** Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero, éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.
- **Bancos y Uniones de Crédito:** Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solo si demuestra que su solicitud está bien justificada.
- **Las empresas de capital de inversión:** Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

Según Ccaccya (2015) Las fuentes de financiamiento más comunes se clasifican según diversos criterios:

1. **Según su origen:** Se definen de acuerdo con los recursos generados al interior de la empresa o que se han obtenido externamente y pueden ser:
 - **Financiamiento interno:** son los recursos financieros proporcionados o creados por la propia empresa como resultado de su actividad comercial y entre sus principales formas tenemos:
 - Aporte de los socios o accionistas
 - Ahorros personales
 - Capitalización de utilidades
 - **Financiamiento externo:** son los recursos financieros proporcionados por personas o entidades ajenas a la empresa, existiendo en este ámbito

diferentes modalidades, siendo la más común la que proviene de instituciones financieras.

2. Según la propiedad:

- **Propio:** Constituido por los recursos financieros que son de las empresa. Son el capital social o recursos aportados por los socios y accionistas y también las reservas.
- **Ajeno:** Es el conjunto de recursos externos que generan una deuda u obligación para la empresa. Estos recursos provienen de acreedores e instituciones financieras a corto y largo plazo, son por tanto, recursos que deben ser devueltos en un periodo corto o largo

3. Según el plazo de devolución:

- **Corto plazo:** El plazo de devolución es inferior a un año. Como ejemplos se pueden citar el crédito bancario y la línea de descuento.
- **Largo plazo:** El vencimiento será superior a un año. Entre este tipo de fuentes destacan el préstamo bancario, las ampliaciones de capital o las emisiones de obligaciones.

IMPORTANCIA:

A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

Esta búsqueda de fuentes de financiamiento básicamente se da por dos motivos:

- Falta de liquidez necesaria para hacer frente a las operaciones diarias, por ejemplo, cuando se necesita pagar deudas u obligaciones, comprar insumos, mantener el inventario, pagar sueldos, pagar el alquiler del local,

etc.

- La empresa quiere crecer o expandirse y no cuenta con el capital propio suficiente como para hacer frente a la inversión, por ejemplo, cuando se quiere adquirir nueva maquinaria, contar con más equipos, obtener una mayor mercadería o materia prima que permita aumentar el volumen de producción, incursionar en nuevos mercados, desarrollar o lanzar un nuevo producto, ampliar el local, abrir nuevas sucursales, etc.

HERRAMIENTAS DE FINANCIAMIENTO

- Amortizaciones: Son fondos que se emplean para evitar que la empresa quede descapitalizada debido al envejecimiento y pérdida de valor de sus activos.
- Aportaciones de capital de los socios.
- Préstamos: Se firma un contrato con una persona física o jurídica (sociedad) para obtener un dinero que deberá ser devuelto en un plazo determinado de tiempo y a un tipo de interés.
- Línea de crédito: Significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano. La línea de crédito es importante, porque el banco está de acuerdo en prestarle a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro un período determinado, en el momento que lo solicite.
- Leasing: Es el contrato por el cual una empresa cede a otra el uso de un bien a cambio del pago de unas cuotas de alquiler periódicas durante un determinado periodo de tiempo. Al término del contrato, el usuario del bien o arrendatario dispondrá de una opción de compra sobre el bien. Es una

fuentes de financiación a largo plazo.

- Factoring: Una sociedad cede a otra el cobro de sus deudas.
- Confirming: es un producto financiero en donde una empresa (cliente) entrega la administración integral de los pagos a sus proveedores (beneficiarios) a una entidad financiera o de crédito.
- Descuento comercial: Se ceden los derechos de cobro de las deudas a una entidad financiera, que anticipará su importe restando comisiones e intereses.
- Pagaré: es un documento que supone la promesa de pago a alguien. Este compromiso incluye la suma fijada de dinero como pago y el plazo de tiempo para realizar el mismo.

2.2.3. GESTIÓN DE CALIDAD

Según **Maldonado (2011)**. Es lograr que todas y cada una de las personas que forman la empresa conozcan y entiendan claramente sus funciones, para hacer bien su trabajo desde el principio, en un clima de cordialidad y satisfacción en donde cada día se tenga un reto al iniciar y un logro al terminar, es decir:.

- Al referirse a todos significa desde el nivel más alto de la gerencia hasta el último puesto de la organización.
- Conocer y entender claramente sus funciones significa que el personal, además de saber qué debe hacer, tenga muy claro que con su tarea contribuye a los resultados de su departamento y de la empresa, que encuentre significado en su labor en lugar de rutina y monotonía.
- Hacerlo bien siempre desde el principio. Este es el objetivo principal que se debe proponer, y lo hemos de convertir en nuestra filosofía, y difundir hasta que se vuelva una forma de ser y actuar de todo el personal. Los beneficios

son inimaginables.

- Crear un clima de cordialidad y satisfacción. Para que cada uno de los empleados labore más eficientemente y se sienta como en familia, que el trabajo no sea una carga que tienen que realizar a cambio de un salario o sueldo (este punto se trata ampliamente en el capítulo calidad en la vida laboral).

Sistema de Gestión de Calidad

Coello (2013) manifiesta que la gestión de calidad, conocida también como sistema de gestión de la calidad, es el conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma (p.8)

El Sistema de Gestión de Calidad aborda:

- La estructura de la organización, es decir, el organigrama de los sistemas de la empresa donde se definen las jerarquías de los niveles directivos y de gestión.
- La estructura de responsabilidades, es decir, las personas y los departamentos o áreas que conforman la organización.
- Los procedimientos, los cuales responden al plan permanente de normas detalladas para controlar las acciones de la organización.
- Los procesos, que responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.
- Los recursos económicos, humanos, técnicos y de otro tipo, todos deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

Importancia de implementar un Sistema de Gestión de Calidad

- ✓ Marca una ventaja competitiva en el mercado
- ✓ Genera mayor rentabilidad al negocio
- ✓ Aumenta el grado de satisfacción del cliente.
- ✓ Reducción de las mermas
- ✓ Mayor estabilidad en el desempeño de las labores.
- ✓ La empresa está siempre atenta a las necesidades del cliente
- ✓ Las empresas sustituyen sus enfoques pragmáticos por otros más metódicos.

Procesos de la Gestión de Calidad

Según Juran (1996) La gestión de la calidad se realiza por medio del uso de estos tres procesos:

1. Planificación de la Calidad: Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes. Comprende una serie de pasos universales que se pueden resumir de la manera siguiente:

- Fijar los objetivos de la calidad
- Identificar a los clientes (los que serán afectados por los esfuerzos por cumplir los objetivos)
- Determinar las necesidades de los clientes
- Desarrollar características del producto que respondan a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar procesos que sean capaces de producir esas características.
- Establecer controles de proceso, y transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas

2. Control de la Calidad: Este proceso consta de los pasos siguientes:

- Evaluar el comportamiento de la calidad real
- Comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad.
- Actuar sobre las diferencias.

3. Mejora de la Calidad: Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes (“avances”). La metodología consta de una serie de pasos universales:

- Establecer la infraestructura necesaria para asegurar la mejora anual de la calidad
- Crear, para cada proyecto, un equipo que tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.
- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos: Diagnostiquen las causas, fomenten el establecimiento de remedios, establezcan controles para que perduren los logros.

Principios de la Gestión de Calidad

Se han identificado siete principios de gestión de calidad, citados en la norma ISO 9001:2015, son de gran utilidad en el manejo de decisiones en la alta dirección conduciendo la organización hacia una mejora en el desempeño, siendo estos principios los que se detallan a continuación:

- Enfoque al cliente: satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.
- Liderazgo: mantener un ambiente interno adecuado hacia el logro de los objetivos de la organización.
- Compromiso de las Personas: Su compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- Enfoque a Procesos: Alcanzar los resultados con poco o con lo mismo.

- Mejora: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- Toma de decisión basada en la evidencia: basadas en el análisis de los datos y la información.
- Gestión de las relaciones: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Elementos de la Gestión de Calidad

Juran (2007) consideró que un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es una serie de actividades coordinadas sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. Por lo que, entre los elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentran los siguientes:

1. La Estructura Organizacional es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.
2. La Planificación constituye al conjunto de actividades y procedimientos que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.
3. El Recurso es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, entre otros).

4. Los Procesos son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades así como sus responsables.
5. Los Procedimientos son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos. (Mateo, 2010).

Ciclo de DEMING

Deming establece que para mejorar la calidad, se tiene que utilizar el conocido ciclo PDCA o ciclo de Deming (aunque fue propuesto inicialmente por Shewhart). Dicho ciclo propone seguir las siguientes fases en la solución de cualquier problema:

- Planificar (Plan): Significa individualizar el problema, recoger datos, estudiar las relaciones causa-efecto y ver la hipótesis de solución.
- Realizar (Do): Consiste en llevar a cabo lo establecido en el plan.
- Controlar (Check): Compara el plan inicial con los resultados obtenidos.
- Actuar (Act): Actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas futuros y establecer las condiciones que permitan mantener el proceso de forma estable e iniciar un nuevo proceso de mejora.

Una vez finalizado el ciclo, éste volverá a repetirse nuevamente partiendo del conocimiento acumulado en el ciclo anterior, lo que supone un modelo de mejora continua que difiere por completo del sistema tradicional de gestión.

Según Deming, para aplicar este estilo de gestión hay que luchar contra “enfermedades mortales” y “obstáculos” en la forma de gestión de las empresas

de occidente. Entre las “enfermedades mortales” incluye la falta de constancia en el objetivo de mejora de la calidad, el énfasis de muchas empresas en los beneficios a corto plazo, la evaluación del rendimiento anual, la elevada movilidad de directivos entre empresas, los costes médicos (bajas por enfermedad, accidentes laborales, etc.), excesivos derivados de la falta de motivación de los trabajadores, costes de garantía muy elevados y la gestión basada exclusivamente en cifras visibles.

Entre los “obstáculos” cita las deficiencias educativas en relación a los métodos estadísticos, la creencia de que la mejora es responsabilidad del departamento de calidad y que los problemas provienen de los trabajadores o que solo es necesario cumplir con lo especificado.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Para una mejor comprensión de la investigación se definirá los siguientes términos básicos:

Gestión: Este término se utiliza para referirse al grupo de actividades o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo. Dicho de otra manera, una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto. En el entorno empresarial o comercial, la gestión es asociada con la administración de un negocio.

Calidad: De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que

asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Gestión de Calidad: El término gestión de calidad tiene significados dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, tiene cuatro componentes:

1. Planeamiento de la calidad
2. Control de la calidad
3. Aseguramiento de la calidad
4. Mejoras en la calidad

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

Rubro: El término rubro (del latín rubrus) refiere de manera abstracta y general a un título o rótulo que se utiliza para reunir en la misma categoría de una clasificación a una serie de objetos, lugares, actividades, cosas, etc., que tienen ciertas características en común. De forma más específica, se denomina rubro económico o comercial a la agrupación de diversas actividades económicas en una misma categoría.

Servicio: Un servicio tiene como resultado llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, donde el servicio generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar:

- ✓ Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente. (por ejemplo, impresión de folletos o trípticos)
- ✓ Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente. (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos)
- ✓ La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)
- ✓ La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en restaurantes y hoteles)

Imprenta: Es la técnica industrial que permite reproducir en papel o materiales similares, textos y figuras mediante tipos, planchas u otros procedimientos. El proceso de impresión consiste en aplicar tinta sobre los tipos y transferirla al papel por presión. Por extensión, se conoce como imprenta al lugar o taller donde se imprime.

Cliente: Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue descriptivo - no experimental – Transversal.

Descriptivo tal como lo definen Hernández, Fernández y Baptista (2010). “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se ha sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar”. En el presente estudio se describieron las características más importantes de la gestión de calidad y financiamiento de las micro y pequeñas empresas

No experimental porque se observó los fenómenos tal como se dieron en un contexto natural sin ningún tipo de modificaciones para posteriormente analizarlos y de corte **transversal** ya que se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo determinado conocido. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado, según Hernández, Fernández y Baptista (2010).

3.2. Población y Muestra

Población

En la provincia de Huaura el desarrollo comercial es el principal medio de actividad económica, en este sentido el estudio se enfocó en las MYPES del rubro imprentas con el fin de conocer falencias que existen en la gestión empresarial y mecanismos de obtención de financiamiento; es por ello que se trabajó en un determinado segmento de mercado que es el distrito de Huacho cuya población está conformada **por 18 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro imprentas**, según reporte de la SUNAT. Es importante precisar, según Tamayo y Tamayo (1997) que “La

población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (p.114).

Muestra

La Muestra fue de 18 MYPES del sector servicio – rubro imprentas, es decir el 100% de la población debido a que es una población pequeña. Cabe precisar que Hernández citado en Castro (2003), expresa que “si la población es menor de cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra” (p.69)

3.3. Definición y operacionalización de variable

VARIABLE		Definición operacional			Escala de medición
		DIMENSIONES		INDICADORES	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización (Hernández y Pulido, 2015). La calidad lleva a más productividad al reducirse los costes derivados de los reprocesos, errores y retrasos (Deming, 1982)	Planificar	Trazarse metas para la satisfacción de los clientes y siguiendo las políticas de la empresa.	Metas	Likert
		Realizar	Es la elaboración de todo lo planificado.	Políticas	
		Controlar	Realizar un seguimiento y medición de todos los procesos e informar de los resultados de este.	Proceso Actividades	
				Organización	
Actuar	Tomar decisiones para una mejora continua, si se ve que se tiene que modificar se hará desde la planificación.	Seguimiento			
		Evaluaciones			
Financiamiento	Todos aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre una empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero (Ccaccya, 2015)	Financiamiento Interno	Son los recursos financieros proporcionados o creados por la propia empresa como resultado de su actividad comercial	Ahorros personales	Nominal
				Aportes de socios	
				Amortizaciones	
				Capitalización de Utilidades	
		Financiamiento Externo	Son los recursos financieros proporcionados por personas o entidades ajenas a la empresa, existiendo en este ámbito diferentes modalidades	Línea de crédito	
				Préstamos bancarios	
				Cajas Municipales	
				Prestamista	
				Proveedores	
				Juntas de financiamiento	

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

En el campo de metodología de la investigación científica el concepto de técnicas de recolección de información alude a los procedimientos mediante los cuales se generan informaciones válidas y confiables, para ser utilizadas como dato científico. La función primordial de las técnicas de recolección de información es la observación y registro de los fenómenos empíricos; registros a partir de los cuales se elabora información que permite generar modelos conceptuales (en la lógica cualitativa) o contrastarla con el modelo teórico adoptado (en la lógica cuantitativa). (Yuni y Urbano, 2006.p.29)

La técnica que se utilizó en la investigación fue la Encuesta, aplicada a los 18 representantes de las MYPES del sector servicios rubro imprentas del distrito de Huacho que se seleccionaron. La encuesta está destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas. (Huamán, 2005.p.27).

3.4.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó para la investigación fue el cuestionario.

El cuestionario de la encuesta aplicada contiene una serie de preguntas o ítems respecto del representante de la MYPE, de la empresa en sí, de la Gestión de Calidad y del Financiamiento. Gómez, (2006:127-128) refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido

delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.

- Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

En la presente investigación se utilizaron preguntas cerradas, con alternativas que fueron delimitadas previamente por el investigador.

3.5. Plan de Análisis

El presente estudio de investigación se realizó a través de la recopilación de datos haciendo uso de técnicas, tales como: la encuesta, las cuales se aplicaron a propietarios y clientes de las MYPE para la variable financiamiento y Gestión de Calidad, lo cual ha sido seleccionada por conveniencia del investigador. Se utilizó el programa EXCEL que cuenta con funciones para el conteo sistemático de datos, tablas de distribución y figuras estadísticas.

3.6. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
SECTOR SERVICIOS – RUBRO IMPRENTAS DISTRITO DE HUACHO				
TÍTULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
		OBJETIVO GENERAL		
		Determinar las características de la Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho 2018		Tipo descriptiva
		OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
		Describir las principales características de los representantes de las MYPES del sector servicios – rubro imprentas del distrito Huacho 2018.		Población: 18 MYPES Muestra: 18 MYPES
		Describir las principales características de las MYPES del sector servicios - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.	Gestión de Calidad	Técnica la encuesta. Instrumento el cuestionario
		Describir las principales características de la Gestión de calidad de las MYPES del sector servicios - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.		
		Describir las principales características del Financiamiento de las MYPES del sector servicios - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.	Financiamiento	Tipo de Investigación Cualitativo Diseño no experimental
La Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho 2018	¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES sector servicio -, rubro imprentas del distrito de Huacho 2018?			

3.7. Principios éticos

Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará siendo un propósito favorable para las Micro y Pequeñas Empresas del distrito Huacho orientadas al éxito.

El presente estudio será evaluado y revisado por el comité de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Por ello en la presente investigación se tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Principios de Confidencialidad: Donde se guardará la confidencialidad, no exponiendo los resultados y guardando la intimidad de las personas, así mismo solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.

Principios de Confiabilidad: Los datos que se presenten son reales y contundentes.

Respecto a la Persona Humana: Se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

El Principio de Justicia: Que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.

El Conocimiento Informado: Que se cumplirá informando los elementos de la muestra sobre el objetivo del cuestionario estructurado.

Honestidad: Cuidando que los resultados solamente se utilizarán para los efectos del trabajo de investigación

IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. RESULTADOS

Según el Objetivo específico 1: Características de los representantes de las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.

Tabla 01

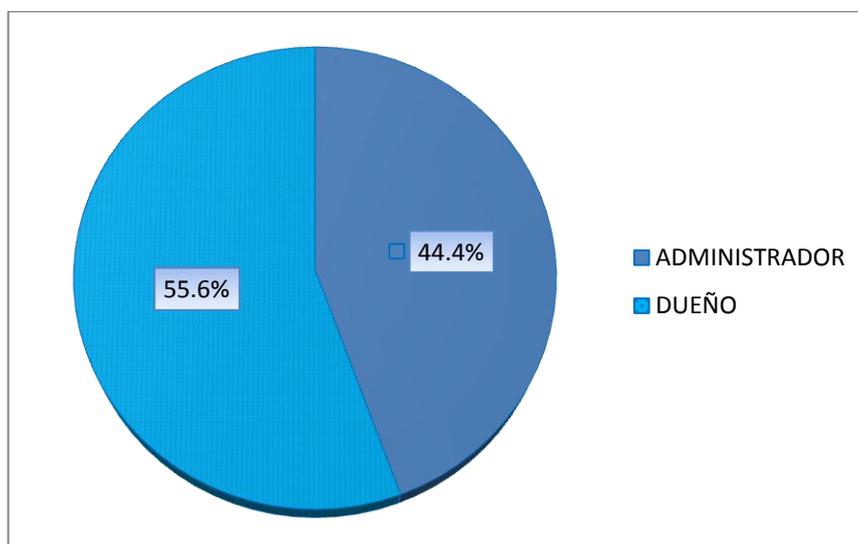
Cargo que desempeña en la empresa:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Administrador	8	44.4%
Dueño	10	55.6%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 01

Cargo que desempeña en la empresa



Fuente: Tabla 01

INTERPRETACIÓN: Los resultados nos muestran que el 55.56% (10 de un total de 18) de los responsables de las Imprentas en Huacho son los dueños y el 44.4% de los mismos son los administradores.

Tabla 02

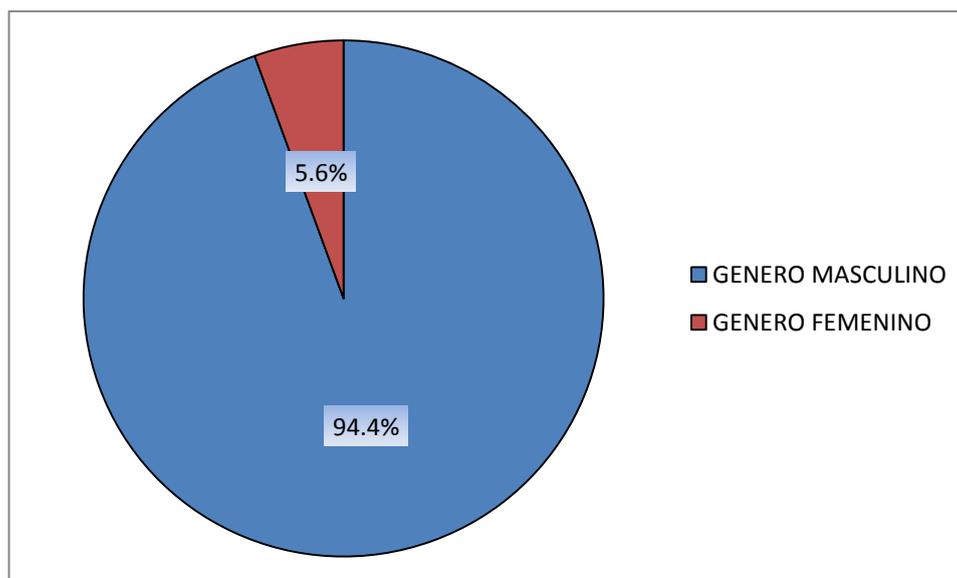
Género del responsable de la MYPE

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	17	94.4%
Femenino	1	5.6%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 02

Género del responsable de la MYPE



Fuente: Tabla 02

INTERPRETACIÓN: Los resultados obtenidos en la investigación nos indican que una gran mayoría de los representantes de las MYPES estudiadas, son de sexo masculino (94.4%) y 5.6% (1 de un total de 18) es de sexo femenino.

Tabla 03

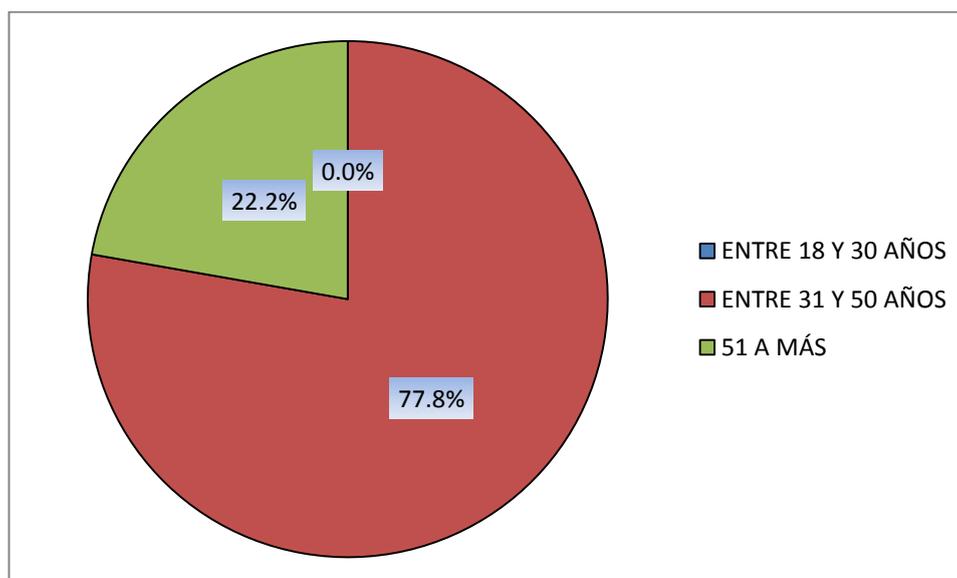
Edad del responsable de la MYPE

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18 – 30 años	0	0.0%
Entre 31 – 50 años	14	77.8%
51 a más años	4	22.2%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 03

Edad del responsable de la MYPE



Fuente: Tabla 03

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta demuestran que en las MYPES estudiadas no hay responsables menores de 30 años, un 77.8% están en el rango entre los 31 y 50 años (14 encuestados de un total de 18) y un 22.2% son mayores a 50 años.

Tabla 04

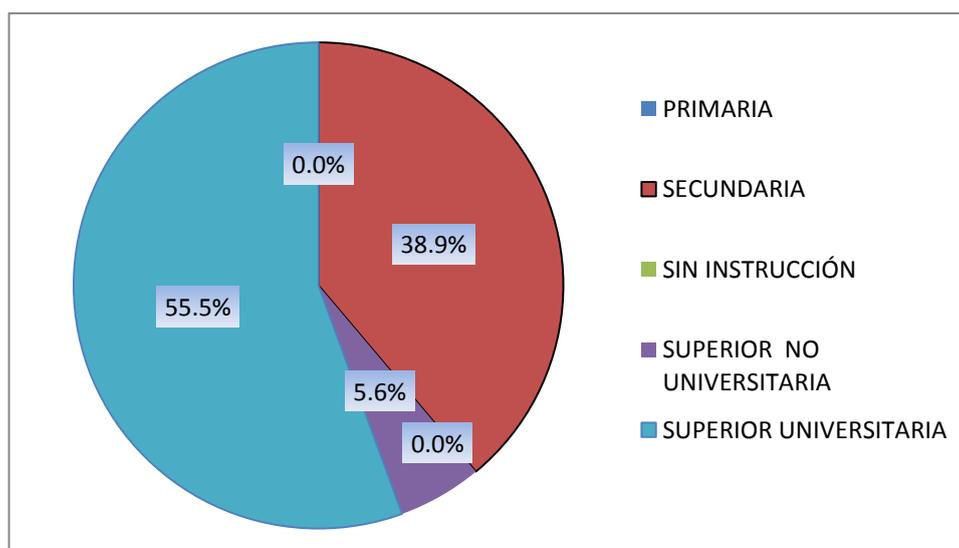
Grado de Instrucción del responsable de la MYPE

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin Instrucción	0	0.0%
Primaria	0	0.0%
Secundaria	7	38.9%
Superior no Universitaria	1	5.6%
Superior Universitaria	10	55.5%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 04

Grado de Instrucción del responsable de la MYPE



Fuente: Tabla 04

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta demuestran que los responsables de las MYPES tienen en su mayoría estudiados universitarios de formación profesional (55.5%), uno de ellos tiene estudios superiores no universitarios (5.6%) y 7 de un total de 18 han terminado su secundaria, haciendo un total de 38.9%. Se puede apreciar además que en la población estudiada no hay representantes sin instrucción y tampoco con nivel primario.

Tabla 05

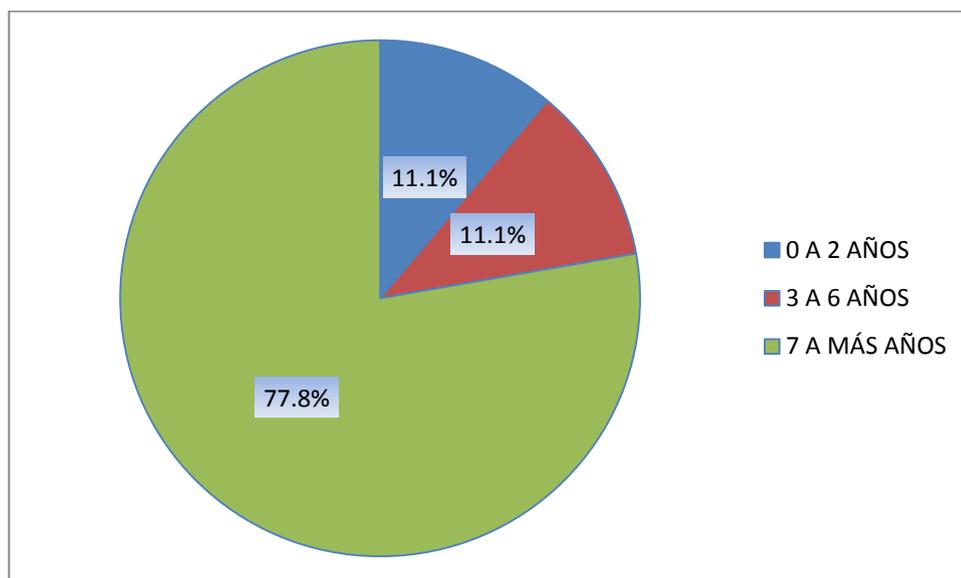
Tiempo a cargo de la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 2 años	2	11.1%
3 – 6 años	2	11.1%
7 a más años	14	77.8%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 05

Tiempo a cargo de la empresa



Fuente: Tabla 05

INTERPRETACIÓN: Del total de dueños y/o administradores encuestados se puede apreciar que 2 de ellos (11.1%) tienen menos de 2 años a cargo de la MYPE. Del mismo modo, 2 de un total de 18 personas tienen entre 3 y 6 años a cargo de la empresa y una gran mayoría, esto es 14 (77.8%) tiene 7 a más años a cargo de la MTPE referida.

Según el Objetivo específico 2: Características de las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.

Tabla 06

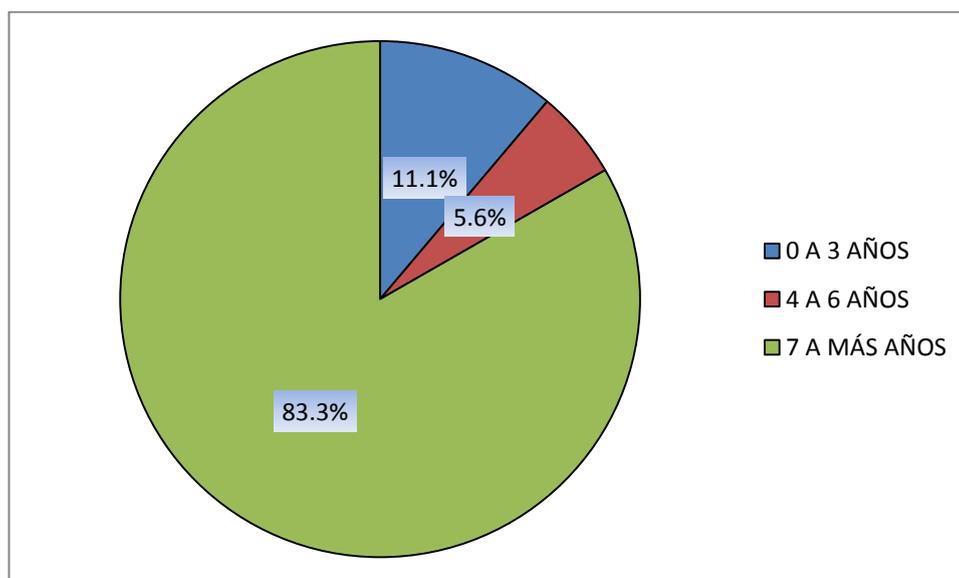
Tiempo de permanencia en el rubro:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 3 años	2	11.1%
4 – 6 años	1	5.6%
7 a más años	15	83.3%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 06

Tiempo de permanencia en el rubro



Fuente: Tabla 06

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que las MYPE evaluadas permanecen en el rubro de imprentas en su mayoría por más de 7 años (15 de un total de 18 encuestadas) haciendo un abrumados 83.3% de los resultados. Del mismo modo, 2 de ellas están en rango de 0 a 3 años, haciendo un 11.1% y finalmente solo una de ellas tiene entre 4 y 6 años de permanencia en el rubro de la impresión (5.6%).

Tabla 07

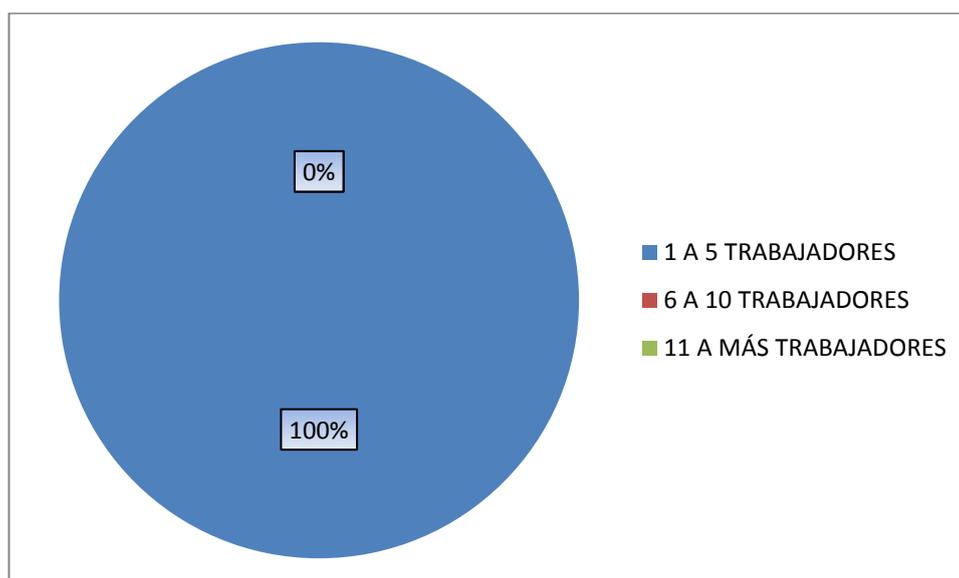
Número de trabajadores

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 trabajadores	18	100.0%
6 a 10 trabajadores	0	0.0%
11 a más trabajadores	0	0.0%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 07

Número de trabajadores



Fuente: Tabla 07

INTERPRETACIÓN: La investigación arroja como resultados que el 100% de personas encuestadas, manifiesta que tiene en total menos de 6 trabajadores laborando en la imprenta, lo que en concordancia con la definición de MYPE, prescrita en el artículo 3° de la Ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa”, nos permite concluir que nos encontramos frente a un caso de una población compuesta en su totalidad por microempresas.

Tabla 08

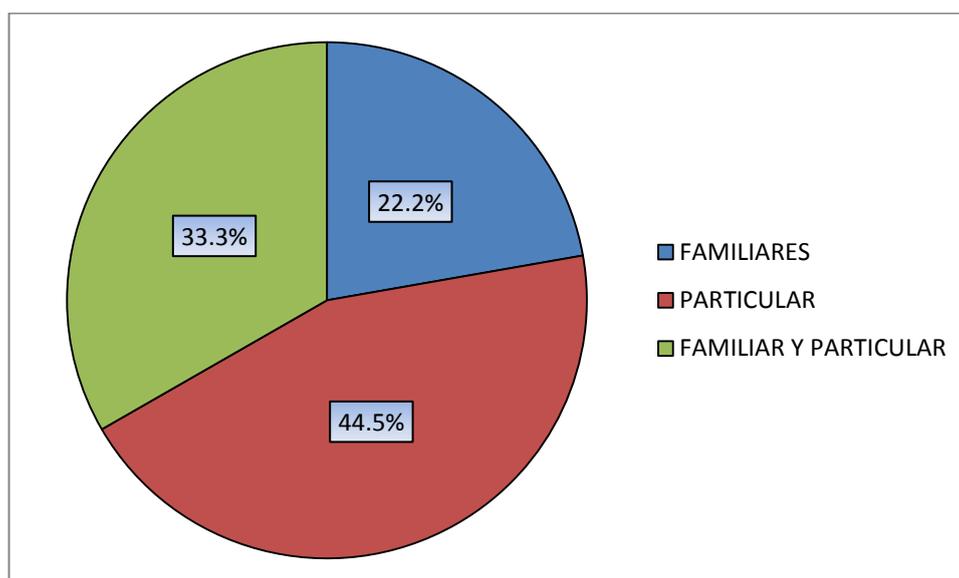
Relación de parentesco con las personas que laboran en la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiares	4	22.2%
Particulares	8	44.5%
Familiares y Particulares	6	33.3%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 08

Relación de parentesco con las personas que laboran en la empresa



Fuente: Tabla 08

INTERPRETACIÓN: De 18 empresarios encuestados, 4 afirman que en sus respectivas MYPES laboran sus familiares, lo que representa al 22.2% del total. Igualmente, 8 de los empresarios encuestados afirma que sus trabajadores son personas particulares y no tienen relación de parentesco con ellos, lo que representa el 44.5% del total y finalmente 33.3% indica que tiene trabajadores particulares y familiares al mismo tiempo.

Tabla 09

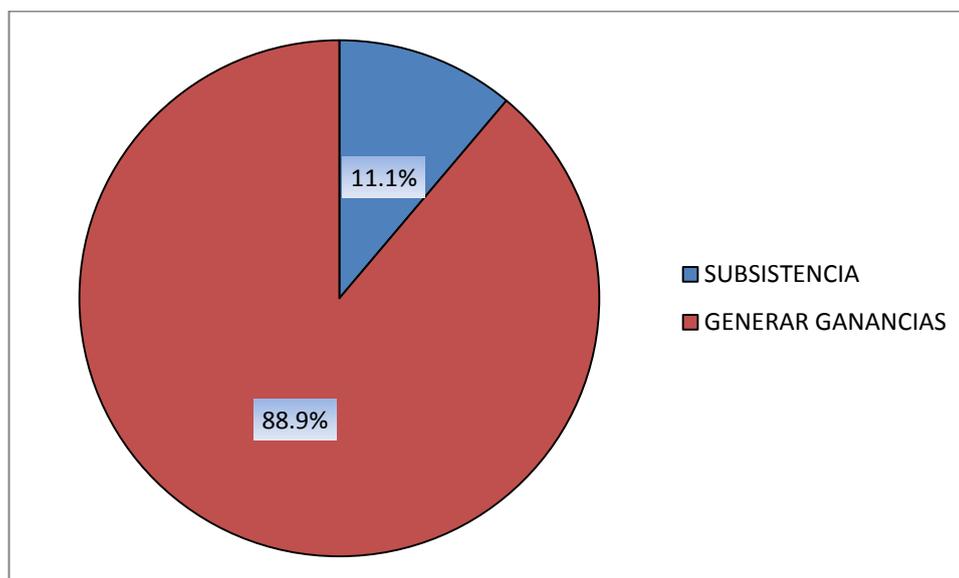
Objetivos de creación de la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Subsistencia	2	11.1%
Generar ganancias	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 09

Objetivos de creación de la empresa



Fuente: Tabla 09

INTERPRETACIÓN: Los resultados del estudio demuestran que una gran mayoría, es decir 16 de un total de 18 encuestados, que hacen un 88.9%, opinan que el objetivo de crear la MYPE ha sido para generar ganancias, mientras que un 11.1% (2 encuestados) opina que solo lo hicieron para subsistir.

Tabla 10

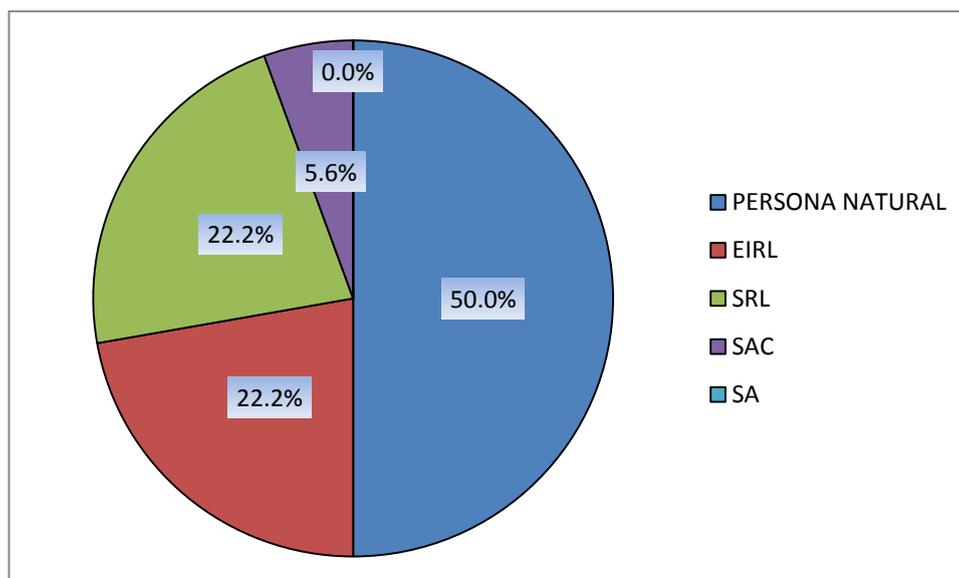
Tipo de constitución de la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Persona Natural	9	50.0%
E.I.R.L.	4	22.2%
S.R.L.	4	22.2%
S.A.C.	1	5.6%
S.A.	0	0.0%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 10

Tipo de constitución de la empresa



Fuente: Tabla 10

INTERPRETACIÓN: Los resultados del estudio demuestran que el 50% de los encuestados (9 de un total de 18) han constituido su empresa como persona natural, 4 lo hicieron como E.I.R.L., haciendo un 22.2% así como los que lo hicieron como S.R.L., que también conforman un 22.2% de la población y finalmente un 5.6% afirma que lo hicieron como S.A.C. Cabe precisar que no hay ninguna MYPE constituida como Sociedad Anónima.

Tabla 11

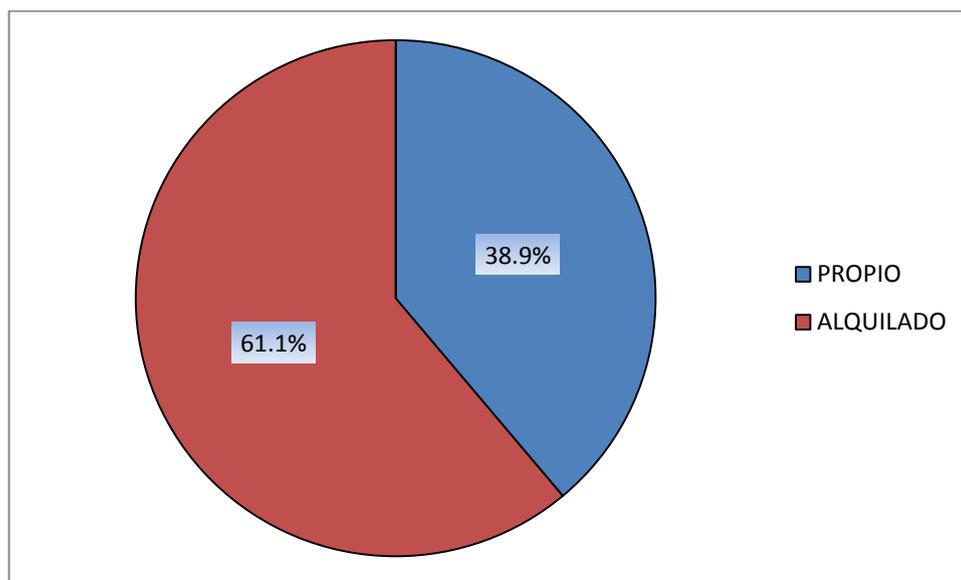
Situación del local donde funciona la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propio	7	38.9%
Alquilado	11	61.1%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 11

Situación del local donde funciona la empresa



Fuente: Tabla 11

INTERPRETACIÓN: De los empresarios encuestados, 7 afirma que el local donde funciona la empresa es propio, lo que equivale al 38.9% del total, mientras que 11 de un total de 18 encuestados manifiesta que el local donde funciona la empresa es alquilado, haciendo un 61.1% del total.

Tabla 12

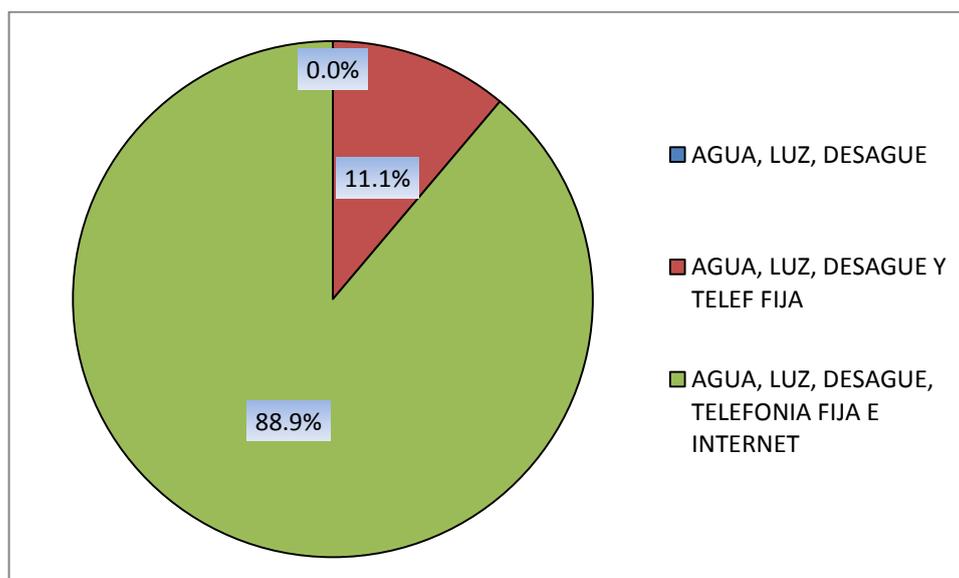
Servicios con los que cuenta el local

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agua, luz, desagüe	0	0.0%
Agua, luz, desagüe y telefonía fija	2	11.1%
Agua, luz, desagüe, telefonía fija e internet	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 12

Servicios con los que cuenta el local



Fuente: Tabla 12

INTERPRETACIÓN: Como resultado de la encuesta aplicada a los empresarios del rubro imprentas del distrito de Huacho, en el año 2018, tenemos que un importante 88.9%, es decir 16 de 18 en total, afirma que cuenta con todos los servicios, es decir agua, luz, desagüe, telefonía fija e internet, mientras que el 11.1% (2 encuestados) cuenta con todos los servicios excepto con el de internet.

Según el Objetivo específico 3: Características de la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.

Tabla 13

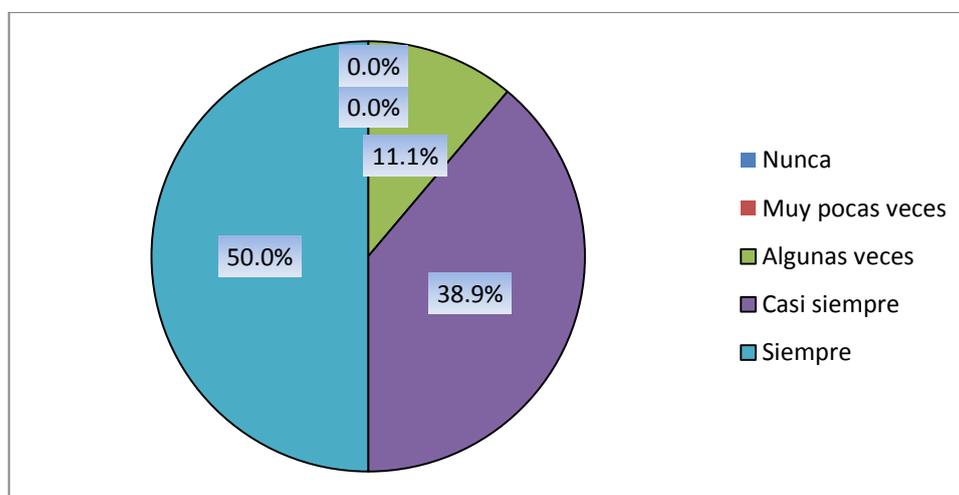
Tiene metas y objetivos claros en el último año

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	2	11.1%
Casi siempre	7	38.9%
Siempre	9	50.0%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 13

Tiene metas y objetivos claros en el último año



Fuente: Tabla 13

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 50% de los empresarios (9 de 18) siempre tienen metas y objetivos claros respecto de su negocio, seguido por un 38.9% que manifiesta que casi siempre las tienen y finalmente un 11.1, que equivale a 2 de un total de 18, que indican que algunas veces planifican sus metas y objetivos.

Tabla 14

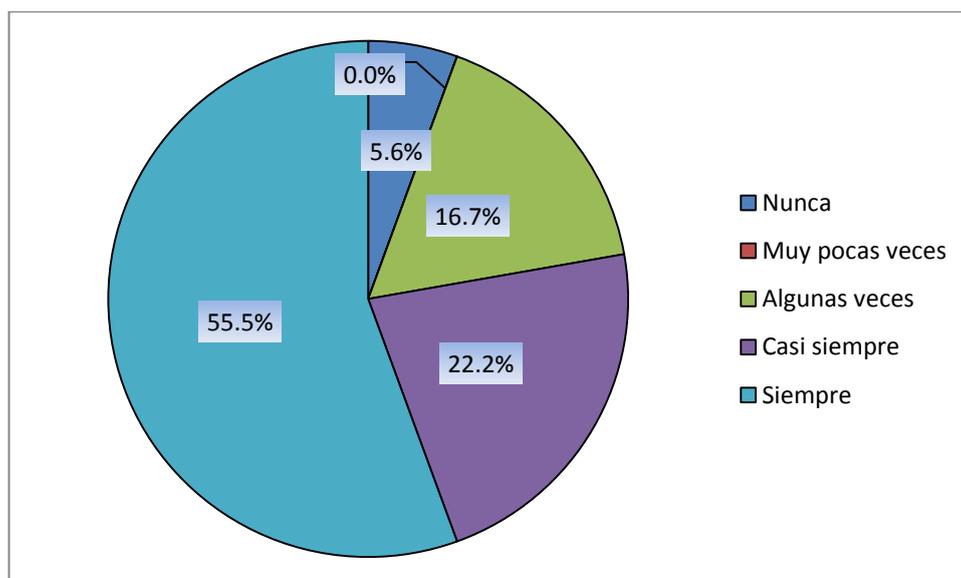
Cuenta con políticas y lineamientos de trabajo

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	5.6%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	3	16.7%
Casi siempre	4	22.2%
Siempre	10	55.5%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 14

Cuenta con políticas y lineamientos de trabajo



Fuente: Tabla 14

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 55.5% de los empresarios (10 de 18) siempre cuentan con políticas y lineamientos de trabajo, un 22.2% refiere que casi siempre lo hacen, un 16.7% manifiesta que algunas veces y un 5.6%, es decir solo uno de los encuestados indica que nunca ha tenido o ha implementado políticas y lineamientos de trabajo.

Tabla 15

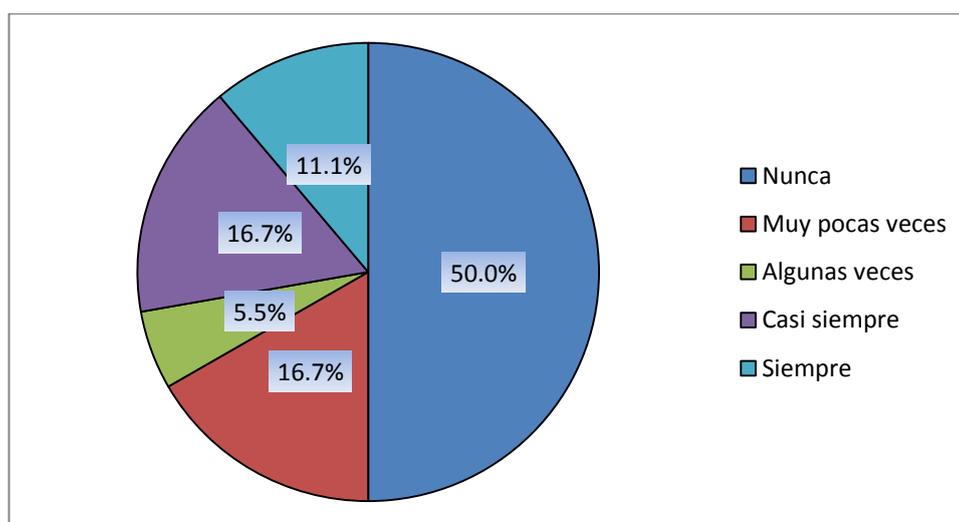
Ha implementado documentos de gestión

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	50.0%
Muy pocas veces	3	16.7%
Algunas veces	1	5.5%
Casi siempre	3	16.7%
Siempre	2	11.1%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 15

Ha implementado documentos de gestión



Fuente: Tabla 15

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 50% de los empresarios (9 de 18) nunca han implementado documentos de gestión (reglamentos, manuales, entre otros), seguido por un 16.7% de empresarios que muy pocas veces lo han hecho. Inmediatamente tenemos a un empresario, que representa el 5.5%, que algunas veces lo hizo y finalmente el 16.7% y 11.1% que casi siempre o siempre respectivamente implementaron documentos de gestión.

Tabla 16

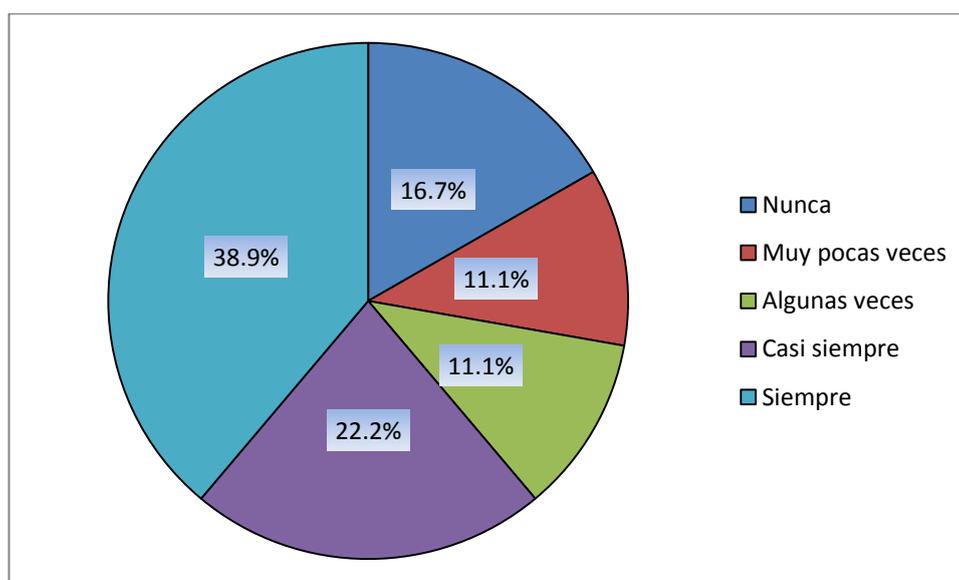
Los procesos realizados en la imprenta son claros y precisos bajo documentos normativos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	3	16.7%
Muy pocas veces	2	11.1%
Algunas veces	2	11.1%
Casi siempre	4	22.2%
Siempre	7	38.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 16

Los procesos realizados en la imprenta son claros y precisos bajo documentos normativos



Fuente: Tabla 16

INTERPRETACIÓN: Respecto de la pregunta si los procesos realizados en la imprenta son claros y precisos bajo documentos normativos, el 16.7% manifiesta que nunca, el 11.1% dice que muy pocas veces, 2 encuestados, que representan también el 11.1% sostienen que algunas veces, y un 22.2% y un 38.9% manifiestan que casi siempre o siempre respectivamente, realizan procesos claros y precisos.

Tabla 17

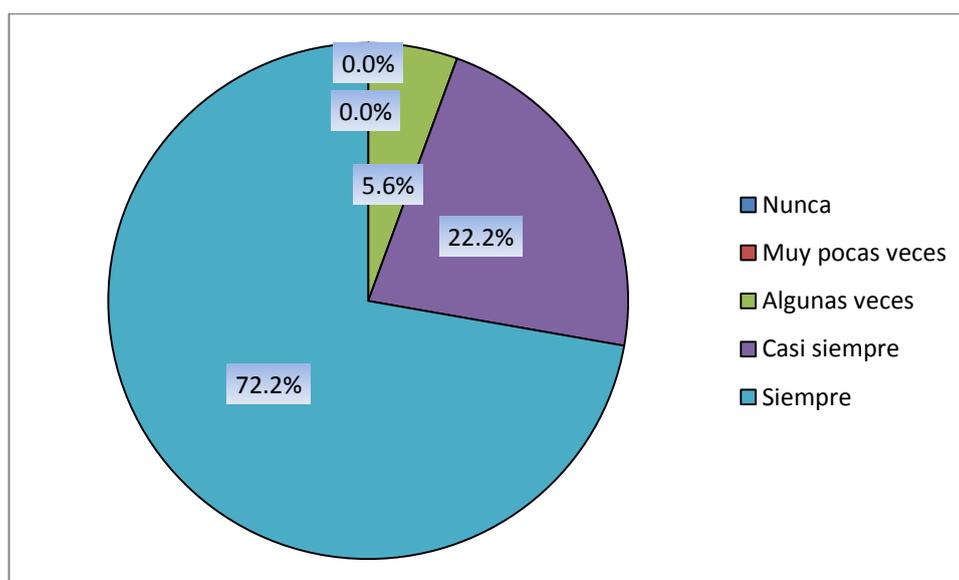
Organiza los insumos y materiales para la realización del trabajo de manera eficiente

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	1	5.6%
Casi siempre	4	22.2%
Siempre	13	72.2%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 17

Organiza los insumos y materiales para la realización del trabajo de manera eficiente



Fuente: Tabla 17

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que un encuestado, que representa el 5.6% algunas veces organiza los insumos y materiales para la realización del trabajo de manera eficiente, 4 de un total de 18 encuestados manifiesta que casi siempre lo hace y una gran mayoría (72.2%) sostiene que siempre se organiza con el objetivo de trabajar de manera eficiente.

Tabla 18

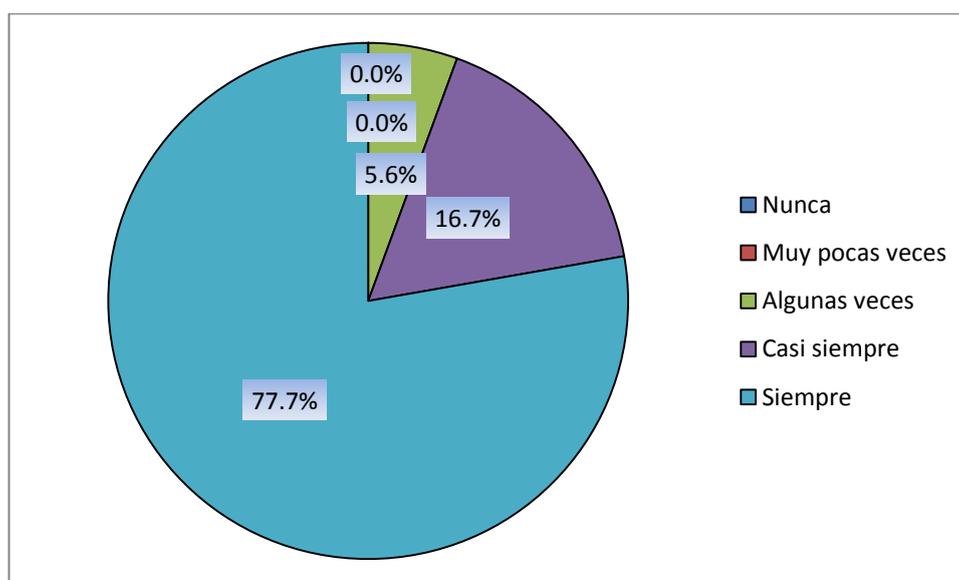
Realiza seguimiento a los procesos que realiza en la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	1	5.6%
Casi siempre	3	16.7%
Siempre	14	77.7%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 18

Realiza seguimiento a los procesos que realiza en la empresa



Fuente: Tabla 18

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que un encuestado, que representa el 5.6% algunas veces realiza seguimiento a los procesos que realiza en la empresa, 3 de un total de 18 encuestados manifiesta que casi siempre lo hace y una gran mayoría (77.7%), que son 14 encuestados, sostiene que siempre realiza seguimiento a los procesos realizados en su MYPE.

Tabla 19

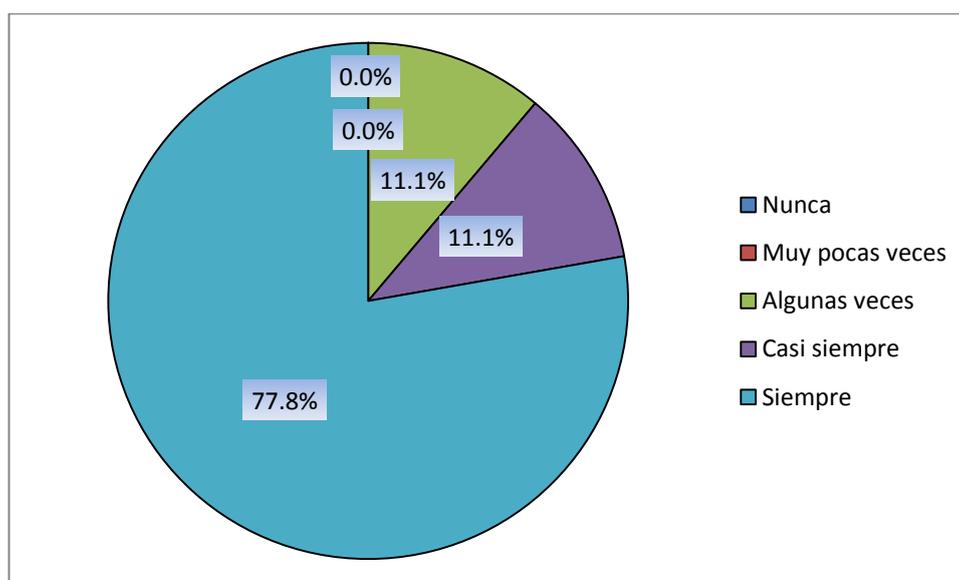
Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	2	11.1%
Casi siempre	2	11.1%
Siempre	14	77.8%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 19

Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta respecto a si el empresario evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando, indican que 2 de ellos algunas veces lo hacen y 2 también lo hacen casi siempre, representado en cada caso el 11.1% y un 77.8% manifiesta que siempre lo hace.

Tabla 20

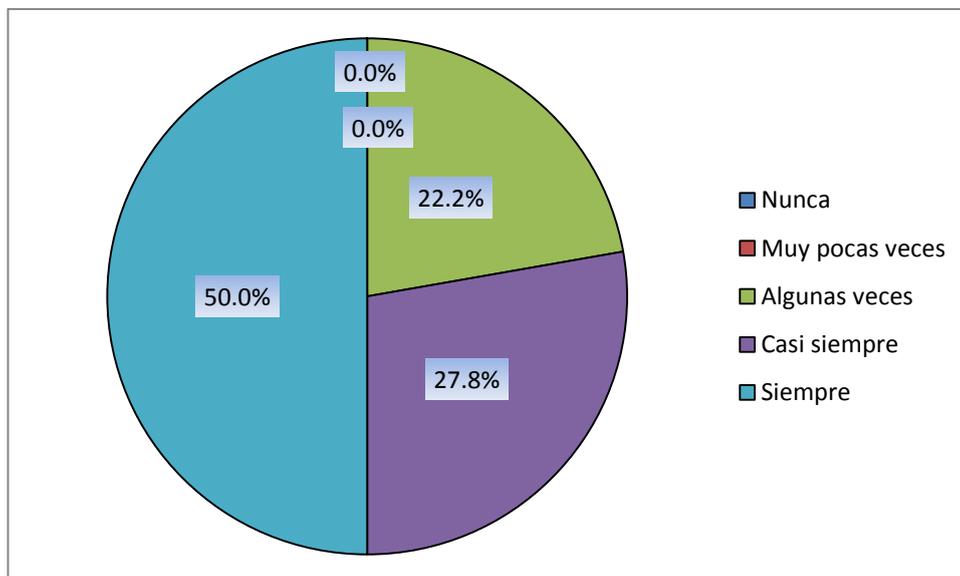
Se siente satisfecho por los resultados que viene obteniendo en el negocio

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	4	22.2%
Casi siempre	5	27.8%
Siempre	9	50.0%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 20

Se siente satisfecho por los resultados que viene obteniendo en el negocio



Fuente: Tabla 20

INTERPRETACIÓN: Respecto de si el empresario se siente satisfecho por los resultados obtenidos en el negocio, 22.2% indica que algunas veces, 27.8% casi siempre y 9 de 18 encuestados, es decir el 50%, siempre se siente satisfecho.

Tabla 21

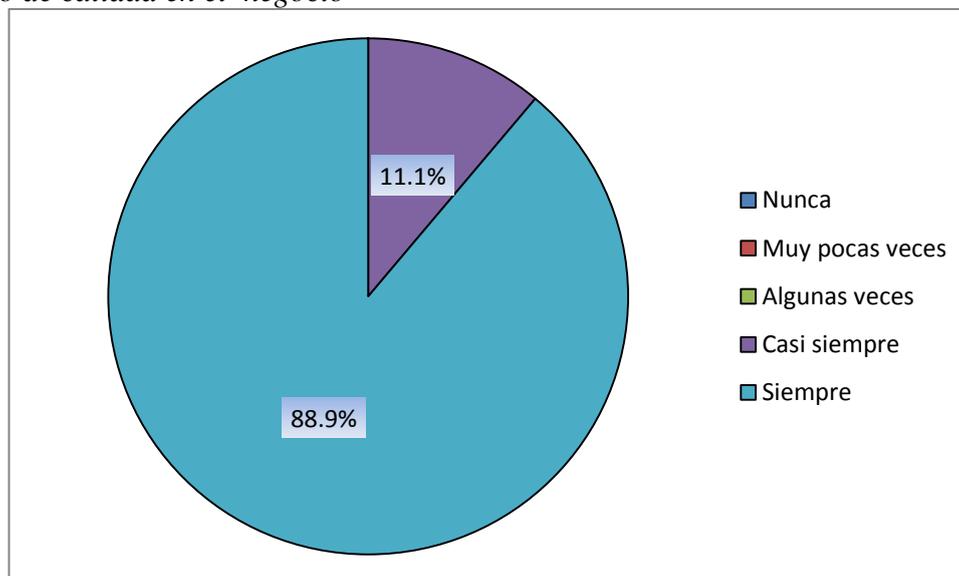
Considera usted que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad en el negocio

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	0	0.0%
Casi siempre	2	11.1%
Siempre	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 21

Considera usted que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad en el negocio



Fuente: Tabla 21

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que una gran mayoría, es decir el 88.9%, que representa a 16 de 18 encuestados, manifiesta que es importante mejorar continuamente para brindar un servicio de calidad en el negocio, mientras que un 11.1% sostiene que casi siempre.

Tabla 22

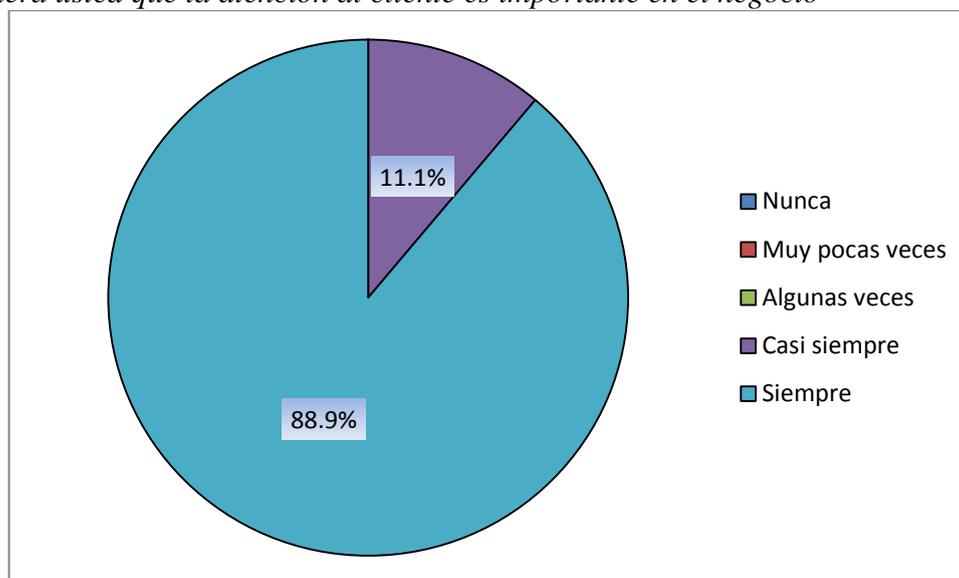
Considera usted que la atención al cliente es importante en el negocio

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	0	0.0%
Casi siempre	2	11.1%
Siempre	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 22

Considera usted que la atención al cliente es importante en el negocio



Fuente: Tabla 22

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que una gran mayoría, es decir el 88.9%, que representa a 16 de 18 encuestados, manifiesta que es importante la atención al cliente en el negocio, mientras que un 11.1% sostiene que casi siempre es importante.

Tabla 23

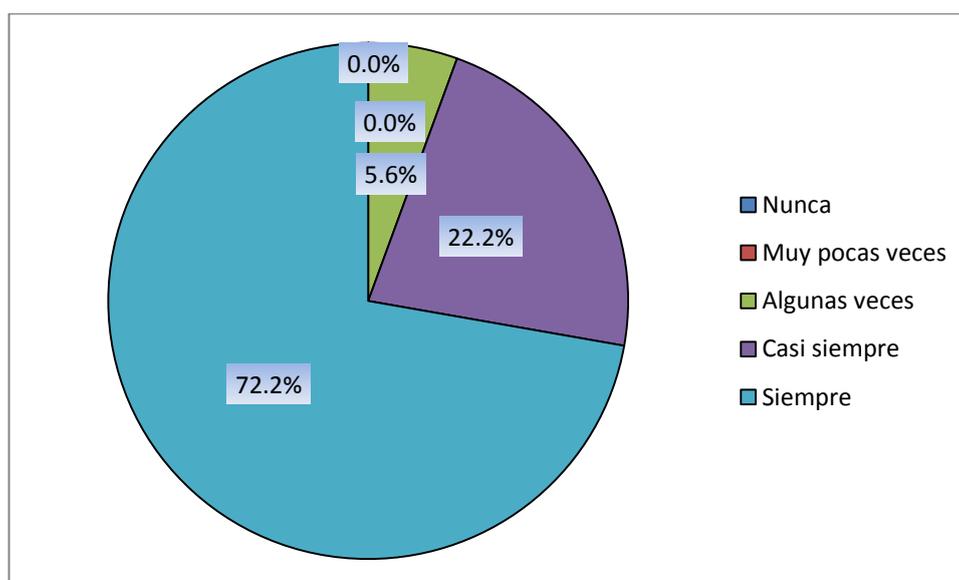
Controla los procesos de atención al cliente durante su ejecución

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	1	5.6%
Casi siempre	4	22.2%
Siempre	13	72.2%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 23

Controla los procesos de atención al cliente durante su ejecución



Fuente: Tabla 23

INTERPRETACIÓN: Respecto a la pregunta formulada a los empresarios, concerniente al control de los procesos de atención al cliente, el 72.2% manifiesta que siempre controla los procesos, 22.2% casi siempre lo hace y 5.6%, es decir 1 de un total de 18 indica que algunas veces los hace.

Tabla 24

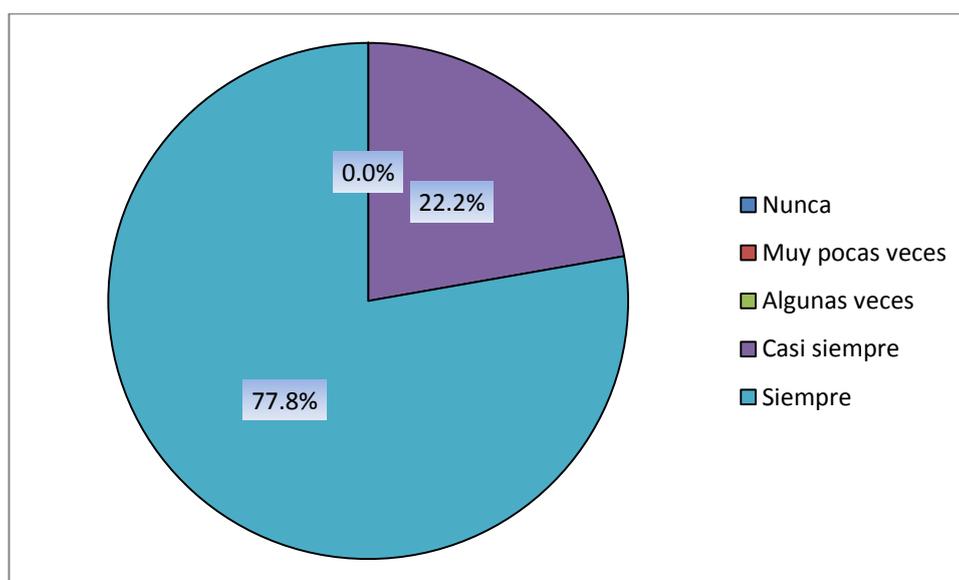
Brinda solución ante alguna contingencia que genere malestar en sus clientes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.0%
Muy pocas veces	0	0.0%
Algunas veces	0	5.6%
Casi siempre	4	22.2%
Siempre	14	77.8%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 24

Brinda solución ante alguna contingencia que genere malestar en sus clientes



Fuente: Tabla 24

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 22.2% de los empresarios (4 de 18) casi siempre brindan solución ante alguna contingencia que genere malestar en sus clientes, mientras que el 77.8% siempre lo hace.

Según el Objetivo específico 4: Características del Financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro imprentas del distrito Huacho 2018.

Tabla 25

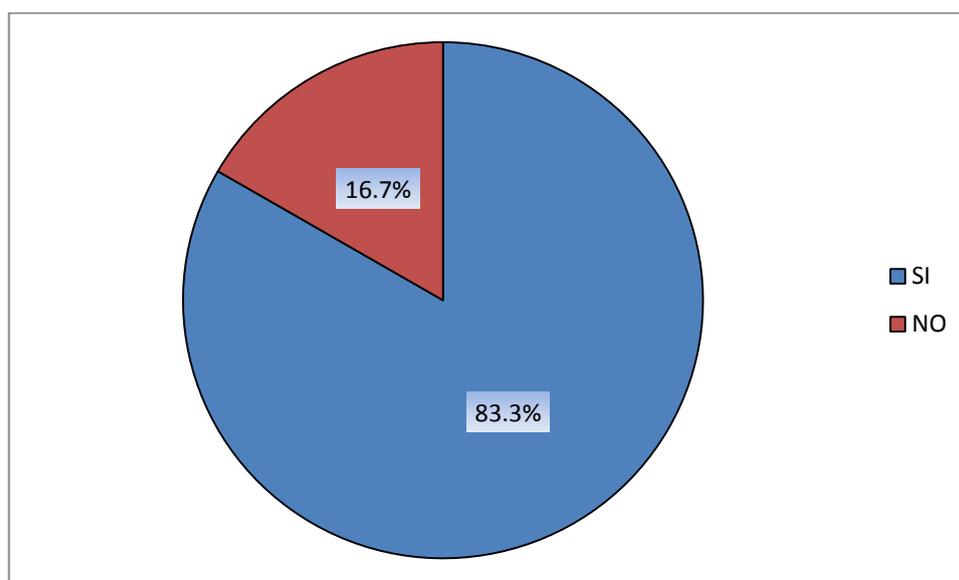
Financió su empresa con ahorros personales

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	83.3%
NO	3	16.7%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 25

Financió su empresa con ahorros personales



Fuente: Tabla 25

INTERPRETACIÓN: Respecto al financiamiento interno, el 83.3% de los empresarios afirma que financió su empresa con ahorros personales, lo que representa a 15 de los 18 encuestados, mientras que el restante, es decir 3 de ellos indican que no financiaron con ahorros personales.

Tabla 26

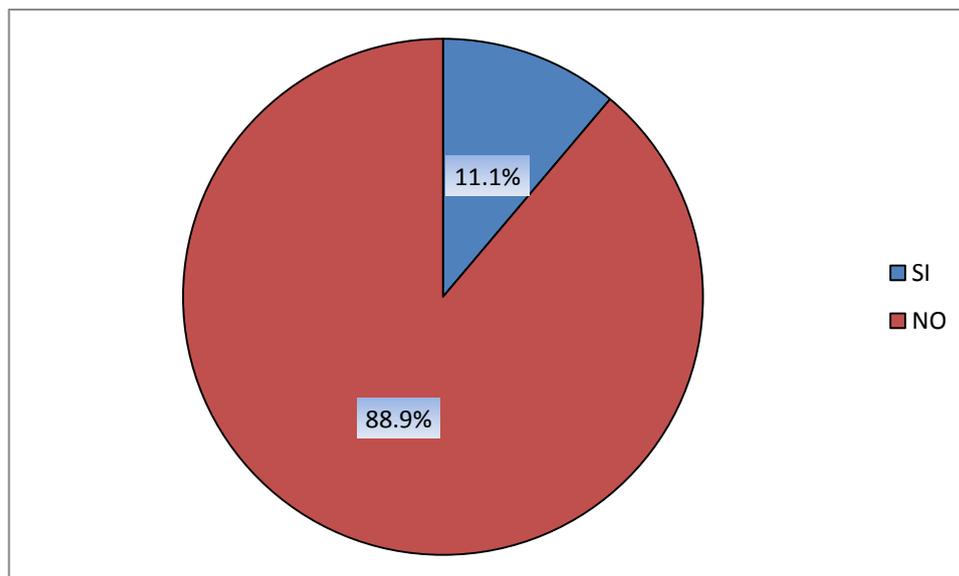
Usó financiamiento para su empresa con aporte de sus socios

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	11.1%
NO	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 26

Usó financiamiento para su empresa con aporte de sus socios



Fuente: Tabla 26

INTERPRETACIÓN: Respecto al financiamiento interno, el 88.9% de los empresarios afirma que no financió su empresa con aporte de sus socios, lo que representa a 16 de los 18 encuestados, mientras que el restante, es decir 2 de ellos indican que si financiaron su empresa con aporte de sus socios.

Tabla 27

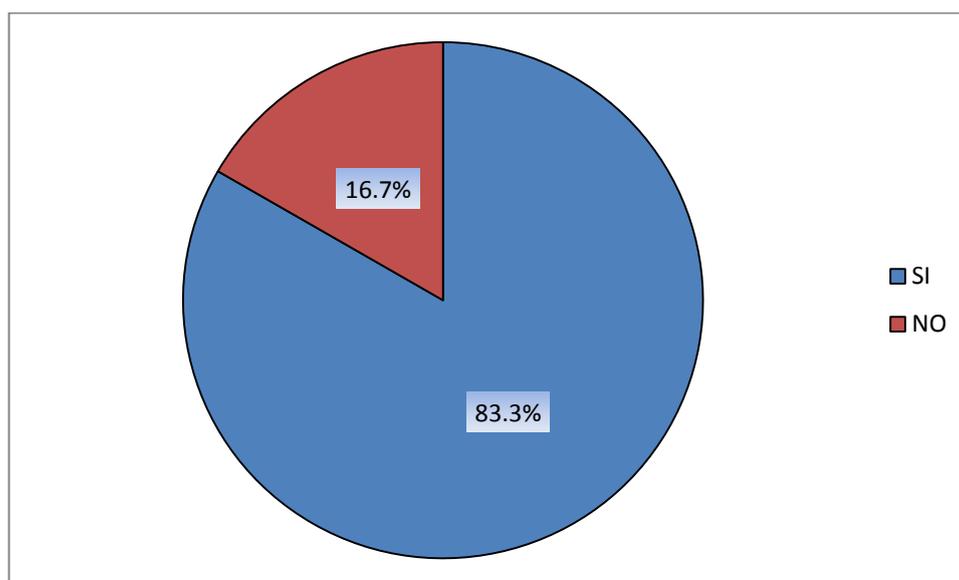
Considera que la principal fuente de financiamiento es la amortización

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	83.3%
NO	3	16.7%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 27

Considera que la principal fuente de financiamiento es la amortización



Fuente: Tabla 27

INTERPRETACIÓN: Respecto a las amortizaciones, los resultados de la encuesta indican que el 83.3% de los empresarios (15 de 18) consideran que la principal fuente de financiamiento es la amortización.

Tabla 28

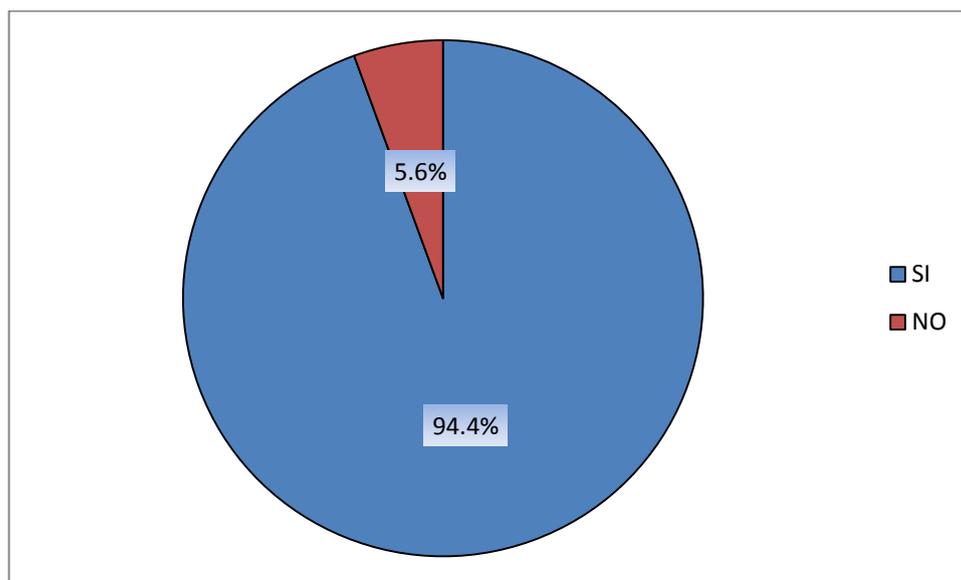
Usted financia las actividades de su empresa capitalizando las utilidades obtenidas

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	94.4%
NO	1	5.6%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 28

Usted financia las actividades de su empresa capitalizando las utilidades obtenidas



Fuente: Tabla 28

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 94.4% de los empresarios (17 de 18) manifiestan que sí financian las actividades de su empresa capitalizando las utilidades obtenidas, mientras que solo uno de ellos, que representa al 5.6% no lo hace.

Tabla 29

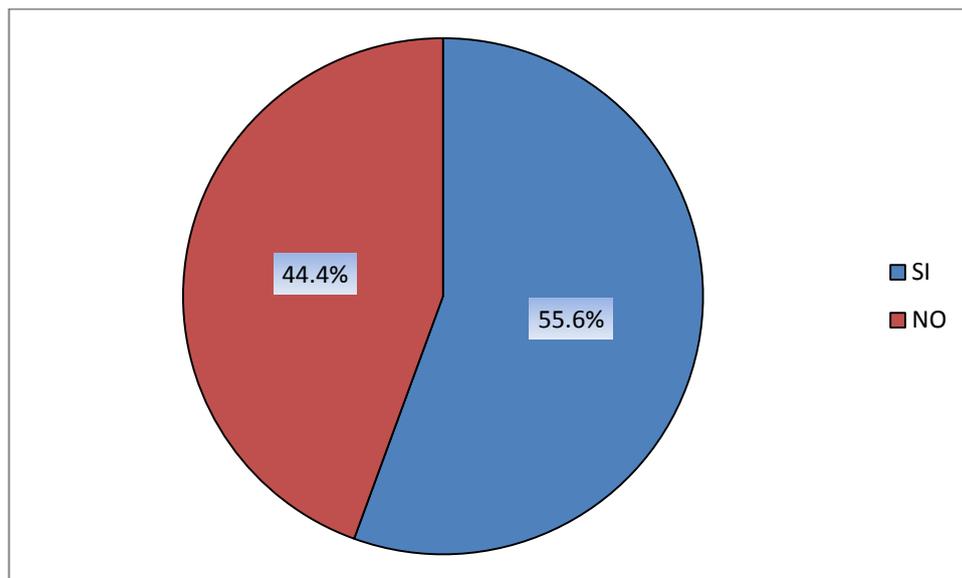
Utiliza la línea de crédito como instrumento financiero

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	55.6%
NO	8	44.4%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 29

Utiliza la línea de crédito como instrumento financiero



Fuente: Tabla 29

INTERPRETACIÓN: Respecto de la utilización de la línea de crédito como instrumento financiero, el 55.6% de los empresarios encuestados, afirma que sí la utiliza, mientras que el 44.4%, es decir 8 de un total de 18 no han utilizado dicho mecanismo de trabajo.

Tabla 30

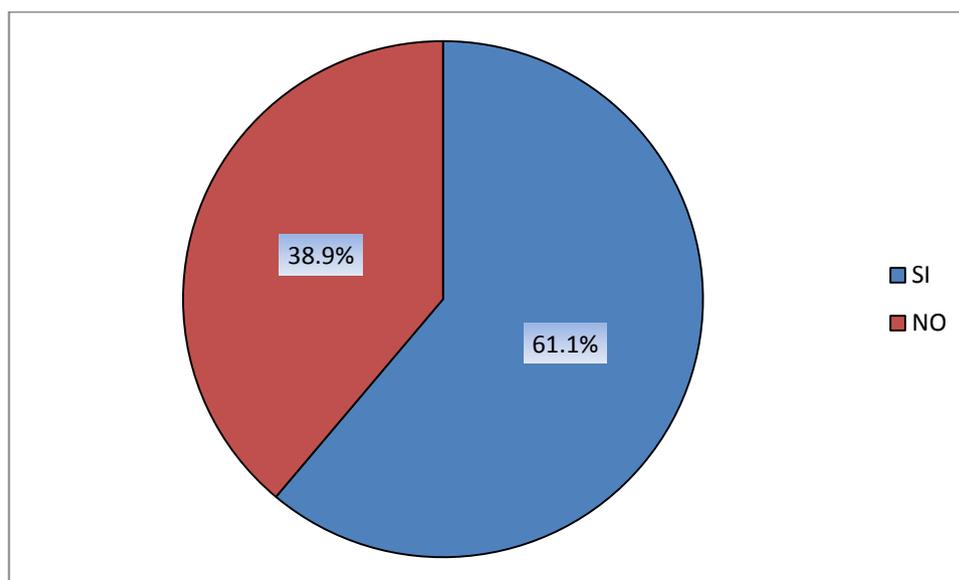
Solicitó financiamiento a los bancos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	61.1%
NO	7	38.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 30

Solicitó financiamiento a los bancos



Fuente: Tabla 30

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta indican que el 61.1% de los empresarios encuestados, es decir 11 de un total de 18, manifiesta que sí solicitó financiamiento a los bancos, mientras que el 38.9% no lo hizo.

Tabla 31

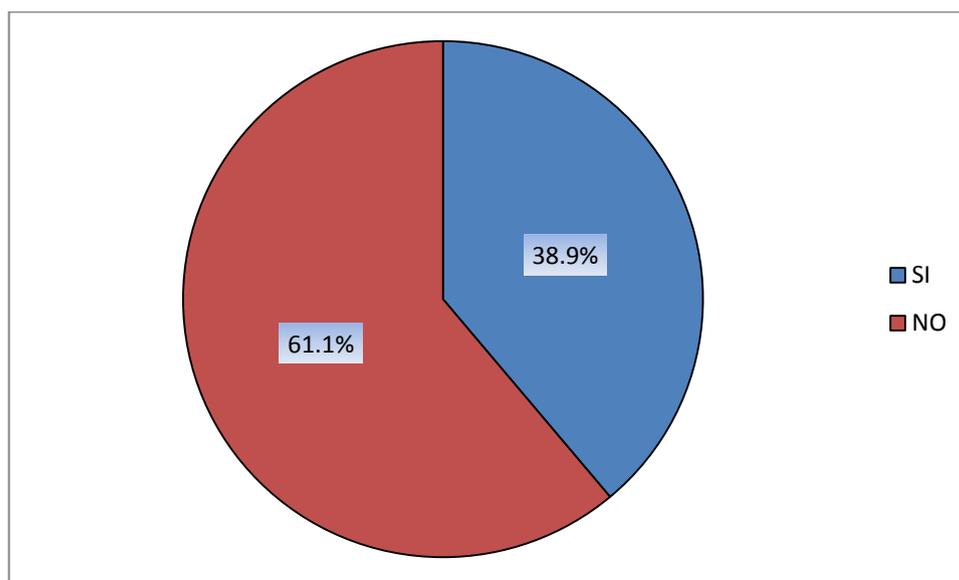
Está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	38.9%
NO	11	61.1%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 31

Está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos



Fuente: Tabla 31

INTERPRETACIÓN: Respecto a la interrogante para saber si los empresarios están de acuerdo con las tasas de interés que cobran los bancos, 38.9% está de acuerdo y 61.1% no está de acuerdo.

Tabla 32

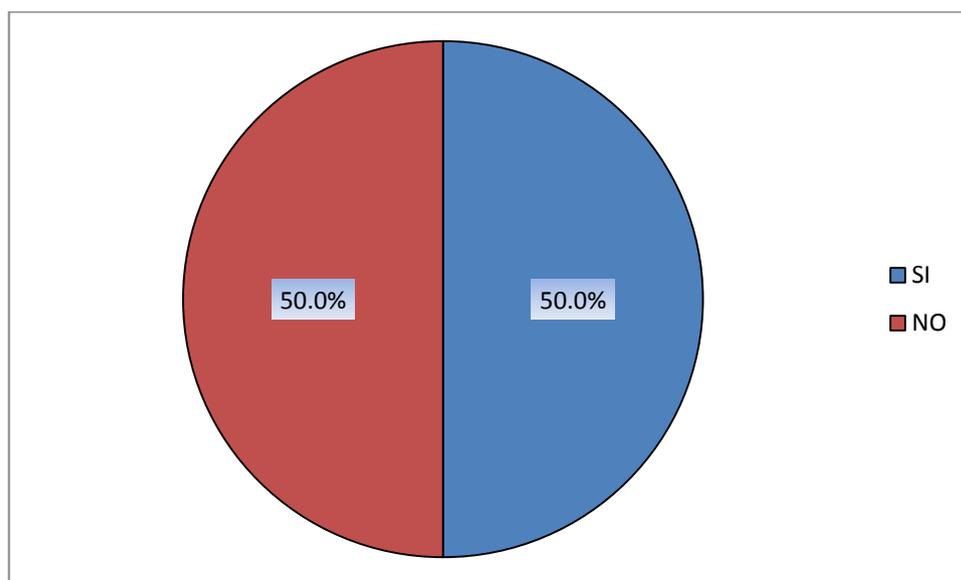
Solicita financiamiento a las Cajas Municipales de ahorro y crédito

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	50.0%
NO	9	50.0%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 32

Solicita financiamiento a las Cajas Municipales de ahorro y crédito



Fuente: Tabla 32

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta nos indican que el 50% de los encuestados, es decir 9 de un total de 18, solicitó financiamiento a las Cajas Municipales y el otro 50% no lo hizo.

Tabla 33

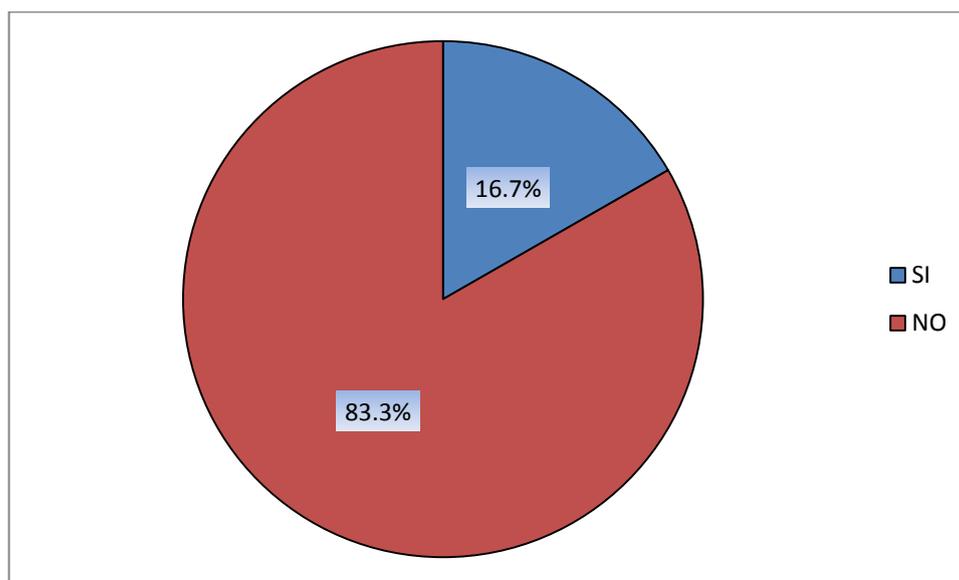
Solicita financiamiento a prestamistas para su empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	16.7%
NO	15	83.3%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 33

Solicita financiamiento a prestamistas para su empresa



Fuente: Tabla 33

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta nos indican que el 16.7% de los encuestados, es decir 3 de un total de 18, solicitó financiamiento a prestamistas y el 83.3% no utilizó esta forma de financiamiento.

Tabla 34

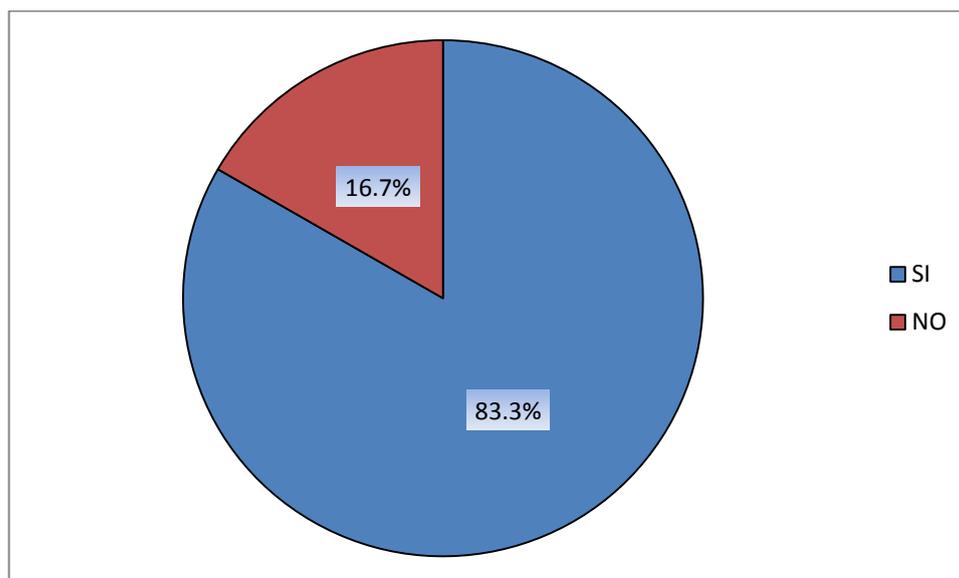
Considera que es fácil obtener crédito con sus proveedores

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	83.3%
NO	3	16.7%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 34

Considera que es fácil obtener crédito con sus proveedores



Fuente: Tabla 34

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta nos indican que el 83.3% de la población de empresarios encuestados, considera que es fácil obtener crédito con sus proveedores, mientras que 16.7%, es decir 3 de un total de 18 considera que no es fácil.

Tabla 35

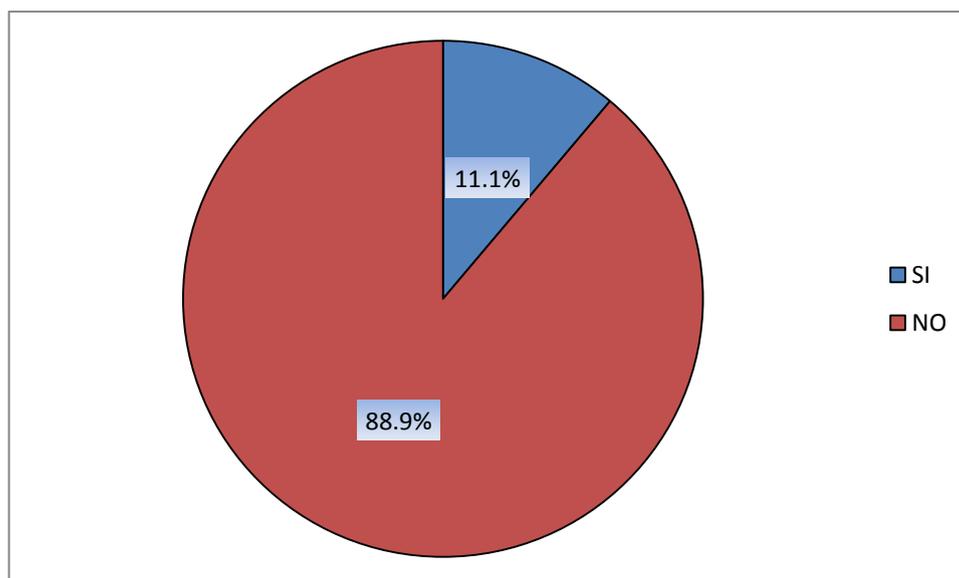
Su proveedor le cobra intereses por deuda

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	11.1%
NO	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 35

Su proveedor le cobra intereses por deuda



Fuente: Tabla 35

INTERPRETACIÓN: Respecto de la interrogante para saber si los proveedores de las MYPESS estudiadas cobran interés por deuda, 88.9% afirma que no, mientras que el 11.1% restante, es decir 2 de un total de 18 afirma que sí cobran intereses.

Tabla 36

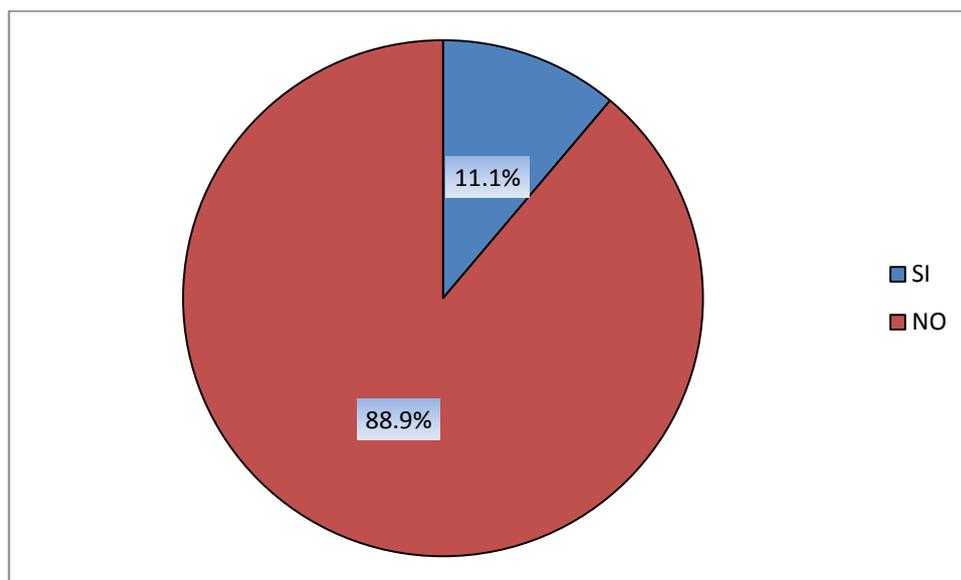
Participa usted en juntas de financiamiento informal

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	11.1%
NO	16	88.9%
TOTAL	18	100.0%

Fuente : Cuestionario aplicado a los dueños y/o administradores de las imprentas en Huacho 2018

Figura 36

Participa usted en juntas de financiamiento informal



Fuente: Tabla 36

INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta nos demuestran que el 88.9% de los empresarios encuestados, afirma que no participa en juntas de financiamiento informal, mientras que el 11.1% restante, es decir 2 de un total de 18 encuestados, indica que si participa.

4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Respecto a las características de los representantes de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho en el año 2018

De acuerdo a los resultados de la investigación, aplicada a los representantes de las empresas estudiadas, se tiene que un 94.4% de los encuestados ya sean éstos dueños o administradores, son varones y solo un 5.6% son damas (Tabla 02) y la mayoría de ellos se encuentran en el rango de edades entre los 31 y 50 años (Tabla 03), que hacen un 77.8%, mientras que una minoría, que representa el 22.2% son mayores de 50 años, no habiendo representantes menores de 30 años. El grado de instrucción es de superior universitaria en el 55.6% de los encuestados y de secundaria en el 38.9% de los mismos. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Caycho (2015) quien determinó que de los empresarios encuestados, el 71.43% son de sexo masculino y 28.57% de género femenino, así también determinó que el 85.71% tiene entre 31 y 50 años y el 14.29% tiene 51 a más años de edad; sin embargo discrepa con el mismo autor respecto al grado de instrucción, ya que éste determina que el 57.14% tienen estudios superiores no universitarios y el 28.57% tiene estudios universitarios.

Respecto a las características de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho en el año 2018

Con respecto a las características de las MYPES, es estudio realizado arroja como resultado que un 88.9% de los encuestados manifiesta que el objetivo de la creación de su empresa fue para generar ganancias, mientras que 11.1% indica que el objetivo de creación fue para subsistir (Tabla 09). Este resultado coincide con el obtenido por Kong y Moreno (2014) quienes determinaron que el 53% de las personas iniciaron su empresa

para ser independientes y crecer sin depender de terceros y un 39% lo hicieron por necesidad. Cabe precisar que los autores referidos también consideran la alternativa de iniciar la empresa para seguir con la tradición familiar en un 8%.

Un dato importante obtenido en el estudio es que el 100% de los representantes de las MYPES encuestadas, manifiestan tener entre 1 y 5 trabajadores (Tabla 07), lo que nos da la idea del tamaño de la empresa, resultado que coincide con el obtenido por Caycho (2015), quien refiere que el 57.14% tiene de 3 a 4 trabajadores y el 42.76% tiene de 1 a 2 trabajadores.

Respecto a las principales características de la Gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho en el año 2018

El estudio nos permite conocer que el 77.8% de los empresarios refiere que realiza seguimiento a los procesos que realiza en la imprenta (Tabla 18) y el mismo porcentaje (77.8%) afirma que evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando (Tabla 19), resultado que coincide con el obtenido por Guzmán (2014) quien sostiene que el 58.7% utiliza métodos para evaluar la mejora de sus procesos de gestión de Calidad.

Respecto a las principales características del Financiamiento de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho en el año 2018

El estudio realizado nos indica que el 83.3% de los representantes de las MYPES referidas, inició su negocio con recursos propios, mientras que el restante 17.7% no lo hizo (Tabla 25). Este resultado coincide con el obtenido por Murga (2018), en su tesis “Caracterización del Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro imprentas de Huaraz, 2017”, quien indica que el 58% inició su negocio

con recursos propios mientras que el 42% no lo hizo de esa manera; sin embargo contrasta con el resultado obtenido por Kong y Moreno (2014) en su tesis “Influencia de las Fuentes de Financiamiento, en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José – Lambayeque en el periodo 2010-2012”, quienes determinaron que el 70% de los emprendedores han iniciado sus negocios con aporte de terceros, mientras que el 30% han sido por aportes de capital propio.

Respecto a la línea de crédito usada como instrumento financiero (Tabla 29), el resultado obtenido nos indica que el 55.6% de los empresarios la utiliza, mientras que el 44.4% no. Este resultado coincide con el obtenido por Murga (2018), quien indica que el 68% afirma haber obtenido una línea de crédito para sus negocios mientras que el 32% afirma que no lo hizo.

Respecto de la pregunta si solicita financiamiento a los bancos(Tabla 30), el resultado nos indica que el 61.1% de los empresarios encuestados sí lo hace mientras que el 38.9 no lo hace, resultado que coincide con el obtenido por Murga (2018), quien refiere que el 63% ha recurrido a solicitar préstamo a un banco, mientras que el 37% no, sin embargo discrepa con el resultado obtenido por Kong y Moreno (2014), quienes obtuvieron como resultado que los empresarios han solicitado financiamiento en los bancos en un porcentaje de 17%. De igual forma, respecto de las tasas de interés que cobran los bancos (Tabla 31), el estudio nos arroja como resultado que el 61.1% no está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos y un 38.9% si está de acuerdo. Este resultado coincide con el obtenido por Murga (2018), quien sostiene que el 79% de su población estudiada no está de acuerdo con las tasas de interés que cobran los bancos y el 21% restante no estaba muy contento pero afirma a la vez que no tenía otra opción de financiamiento.

V. CONCLUSIONES

1. **Respecto a las Características de los representantes de las MYPES**, podemos concluir que los representantes de las MYPES del sector servicio – rubro imprenta del distrito de Huacho 2018, son en su mayoría de sexo masculino (94.4%), tienen entre 31 y 50 años de edad (77.8%) y tienen formación profesional universitaria (55.6%).
2. **Respecto a las Características de las MYPES**, podemos concluir que de las MYPES del sector servicio – rubro imprenta del distrito de Huacho 2018, el 100% son microempresas, teniendo en consideración el número de trabajadores que las conforman (de 1 a 5 trabajadores). De igual manera, la gran mayoría de ellas (88.9%) se han constituido para generar ganancias y no únicamente para poder subsistir, lo que nos da el indicador de que dichas MYPES están siendo dirigidas por personas emprendedoras, que utilizarán los medios necesarios para mejorar sus procesos de gestión de calidad, así como obtener cada vez mayor financiamiento para generar consecuentemente mayores utilidades.
3. **Respecto a las Características de la Gestión de Calidad de las MYPES**, la gran mayoría de empresarios coincide en que es importante implementar procesos de mejora continua y enfocar sus esfuerzos en la completa satisfacción de sus clientes, para generar beneficios en sus respectivas gestiones.
4. **Respecto al Financiamiento de las MYPES**, la totalidad de las empresas del sector servicios – rubro imprentas del distrito de Huacho en el año 2018, han accedido a diversas fuentes de financiamiento ya sean internas o externas, como préstamos bancarios, ahorros y líneas de crédito, para ser invertido en capital de trabajo. Por lo tanto el financiamiento es un medio bastante primordial para el desarrollo y crecimiento de las MYPES estudiadas.

5. A pesar de que la totalidad de las MYPES referidas tienen en actividad más de 7 años, se puede concluir que los microempresarios se han mantenido en un estado de equilibrio, debido a las limitaciones de sus capacidades para gestionar con eficiencia la calidad de su servicio, sin embargo se tiene necesariamente que agregar el agravante de que el avance de la tecnología si bien puede ser beneficioso para ellos, también se convierte en una gran obstáculo, ya que cualquier persona con capacidades básicas de computación puede hacer trabajos de impresión, mermando de este modo la cantidad de potenciales clientes que puedan tener las MYPES.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, K. & Cano, N. (2017). *Fuentes de Financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las MYPES de la Provincia de Huancayo*. Tesis para optar al título de Contador Público, Facultad de Contabilidad, Universidad Nacional del centro del Perú, Huancayo, Perú.

Alonso, L. & Hernández, P. (2006). *Cómo crear ventaja competitiva desde un enfoque de Dirección Estratégica*, [Tesis digitales pdf] Tesis Licenciatura. Administración de Empresas. Departamento de Administración de Empresas y Mercadotecnia, Escuela de Negocios y Economía, Puebla: Universidad de las Américas.

Aspilcueta, J. (2011). *MYPEs en el Perú*. [versión electrónica]. Perú.

Bernilla, M. (2013), *Micro y pequeña empresa (Mype) oportunidad de crecimiento*. Lima, Perú: Edigraber Ediciones.

Beltrán, O. F. (2014) *Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014*". Chimbote: ULADECH-Católica

Caycho, F. (2015), *“Caracterización de la capacitación y la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas – MYPES del sector servicio – rubro imprenta de la urbanización Chamaya, del distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima – periodo 2013-2014”*. Lima, Perú: Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote,
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/909/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_%20CAYCHO_SALAZAR_FLOR_ANGELICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coello, A. (2013). *Concepto de gestión de calidad*. Estados Unidos: Facultad de ciencias de la documentación.
<http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento9854.pdf>

Fernández, J. (2016). *Empresas familiares*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de www.degerencia.com/tema/empresas_familiares.

Fontalvo, T. (2010), “*La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 09001: 2008*”, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/823/indice.htm>

Guía de la calidad, (2016). *Plan estratégico*.
<http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>.

Gutierrez, F. (2018) “*Plan de mejora continua para la optimización del proceso de producción en el rubro gráfico de la empresa EXIVEN Perú S.A.C., San Borja -2016*” Lima - Perú: Universidad Autónoma del Perú,
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/562/1/FRECIA%20GUTIERREZ%20OCANA.pdf>

Guzmán, I. (2014) “*Caracterización Gestión de Calidad y Formalización de las*

MyPE, rubro Librerías (Ciudad Piura) Año 2013” Piura: ULADECH- Católica
.http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/}

Hernández, R., Fernández & Baptista, P. (2010), *Metodología de la Investigación* (5ta. edición). México, de
<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1554226519&Signature=ogVcf25PtSvRxwSqqTI9032PGak%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf>

Juran (1996), *Juran y la calidad por el diseño*, de
https://books.google.com.pe/books?id=fURB60QH1RYC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+de+juran&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil_s2aoa_hAhXO1VkKHe_tCoMQ6AEIJzAA%20-%20v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20de%20juran&f=false#v=snippet&q=definici%C3%B3n%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20de%20juran&f=false

Kotler, P. (2013). *El marketing según Kotler cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Mexico: Impreso en Verlap S.A.

Kong, J. & Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012*. Tesis para optar al título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad

Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Lerma, G. (2016), *Metodología de la investigación*, de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=COzDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=LIBRO+DE+METODOLOG%C3%8DA+DE+LA+INVESTIGACI%C3%93N&ots=2g1fHie5uh&sig=4WLJ4aqUWhhlgRwwifmIgH5Momo%20-%20v=onepage&q=LIBRO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N&f=false#v=snippet&q=LIBRO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N&f=false>

Maldonado, J. (2011) *Fundamentos de Calidad*. http://www.eumed.net/librosgratis/2011f/1117/administrar_calidad.html

Miranda, F. (2007), *Introducción a la Gestión de la Calidad*, de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=libros+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&ots=Itt4icIW6j&sig=V05W-3i8LaVDdQhM-6beQH0pf8#v=onepage&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>

Murga, K. (2018), “*Caracterización del financiamiento de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro imprentas de Huaras, 2017*”. Huaraz, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3866/FINANCIAMIENTO_IMPRENTA_MURGA_TORRES_KISSY_ASUNCION.pdf?sequence=1

&isAllowed=y

Udaondo, M. (1992), *Gestión de Calidad*, de [https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&pg=PP8&lpg=PP8&dq=Udaondo+\(1992\)+sobre+la+gesti%C3%B3n+de+calidad,&source=bl&ots=qg4nT00vWc&sig=ACfU3U3N67i9I2nKtfICujzTwf8uqEXCdw&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwik0ZaC77nhAhXPxFkKHenLCQAQ6AEwC3oEACQAQ#v=onepage&q=Udaondo%20\(1992\)%20sobre%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%2C&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&pg=PP8&lpg=PP8&dq=Udaondo+(1992)+sobre+la+gesti%C3%B3n+de+calidad,&source=bl&ots=qg4nT00vWc&sig=ACfU3U3N67i9I2nKtfICujzTwf8uqEXCdw&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwik0ZaC77nhAhXPxFkKHenLCQAQ6AEwC3oEACQAQ#v=onepage&q=Udaondo%20(1992)%20sobre%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%2C&f=false)

Urbano, Y (2006), “*Técnicas para investigar*”, de https://www.academia.edu/27914769/YUNI_URBANO_2006_T%C3%A9cnicas_para_investigar_1

Valderrama , S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Lima: San Marcos.

Valdivia, N. (2003). *El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa.*

Revista Gerencia IPAE 30-04-2003

ANEXOS

ANEXO 1 DIRECTORIO MYPES DISTRITO DE HUACHO

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	RUC	Tamaño de la empresa
01	ALEJOS BOBADILLA ENRIQUE ANGEL	JR. FRANCISCO ROSAS 237 - A	10327902551	Microempresa
02	BUSINESS EXCELSIOR S.A.C.	CALLE AUSEJO SALAS 250	20542067471	Microempresa
03	CHANG SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	URBANIZACIÓN RAMIRO PRIALE (ALTURA PROLONGACIÓN MOORE Y HOSPITAL REGIONAL)	20407963475	Microempresa
04	CHIRRE BUSTAMANTE KAREN LYSSETTE	CAL. AUSEJO SALAS 407 (FRENTE COLEGIO BABY SCHOOL)	10458795768	Microempresa
05	GRAFICA ARTURO S.A.C.	AV. SALAVERRY 550	20407824513	Microempresa
06	GRAFICA TECNICA CHIRRE E.I.R.L.	CAL. JOSE AUSEJO SALAS 407	20571454476	Microempresa
07	HUARNIZ CALDERON VDA DE RAMOS LUZMILA	AV. 28 DE JULIO 334	10155950175	Microempresa
08	HUERTAS HUERTA DANIEL SANTOS	CAL. FRANCISCO ROSAS 295	10452182217	Microempresa

09	IMPRESA GRADOS S.R.L.	CAL. FRANCISCO ROSAS 133 (FRENTE CEVICHERIA LOS DELFINES)	20284792981	Microempresa
10	INDUSTRIA GRAFICA MEZA S.R.L.	PROLONG. ADAN ACEVEDO 160 (A ESPALDAS DE REGISTROS PUBLICOS -SUNARP)	20530870864	Microempresa
11	MATOS CHUMPITAZ LUIS ALBERTO	CAL. ADAN ACEVEDO 215	17199061836	Microempresa
12	MELLENDEZ MINAYA BERTHA DEL ROSARIO	CAL. FRANCISCO ROSAS 237B (FRENTE CABINAS INTERNET)	10157586888	Microempresa
13	MULTISERVICIOS GRAFICOS H Y R E.I.R.L.	CAL. FRANCISCO ROSAS 402 (ALTURA DEL MERCADO LA PARADITA)	20515852833	Microempresa
14	NEGOCIOS & SERVICIOS INNOVA S.A.C.	AV. SAN MARTIN 606	20571209919	Microempresa
15	RIMEY DIEGO EVARISTO COPERTINO	CAL. AUSEJO SALAS 125 (FRENTE AL GRIFO ALEGRE CUELLAR)	10157607281	Microempresa
16	SERVICIOS GRAFICOS FLOVIAMERICA E.I.R.L.	CAL. FRANCISCO ROSAS 249 (IMPRESA AMERICA)	20533995846	Microempresa
17	SMC CORPORACION 1104 S.A.C.	JR. LEONCIO PRADO 333 (ESPALDA DE LA COMISARIA)	20600281373	Microempresa

18	ZEGARRA FERNANDEZ VICTOR ENRIQUE	AV. SAN MARTIN 628	10156871261	Microempresa
----	--	--------------------	-------------	--------------

FUENTE DE INFORMACIÓN: SUNAT

ANEXO 2
CUESTIONARIO QUE SE APLICARÁ A LOS REPRESENTANTES DE LAS
MYPES DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO IMPRENTAS DEL DISTRITO
DE HUACHO 2018

Instrucciones: La siguiente es una relación de preguntas que se han elaborado para realizar un diagnóstico de la realidad de las MYPES del sector servicio – rubro imprentas del distrito de Huacho, por lo que se le solicita emitir su opinión personal, marcando con un aspa (X), la respuesta que usted considera pertinente, de acuerdo al siguiente formato:

1. GENERALIDADES DE LA MYPE

Características de los representantes de las MYPES:

1. Cargo que desempeña en la empresa:
 - a) Administrador
 - b) Dueño
2. Género
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. Edad
 - a) 18 – 30 años
 - b) 31- 50 años
 - c) 51 a más años
4. Grado de Instrucción
 - a) Sin Instrucción
 - b) Primaria
 - c) Secundaria
 - d) Superior no Universitaria
 - e) Superior Universitaria
5. Tiempo a cargo de la empresa
 - a) 0 a 2 años
 - b) 3 a 6 años
 - c) 7 a más años

Características de la MYPE:

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro:
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años
7. Número de trabajadores:
 - a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 11 a más trabajadores
8. Relación de parentesco de las personas que laboran en la empresa:
 - a) Familiares
 - b) Particulares
 - c) Familiares y particulares
9. Objetivos de creación de la empresa:
 - a) Subsistencia
 - b) Generar Ganancias
10. Tipo de constitución de la empresa:
 - a) Personal natural
 - b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
 - c) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
 - d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
 - e) Sociedad Anónima (S.A.)
11. Situación de Local donde funciona la empresa
 - a) Propio
 - b) Alquilado
12. Servicios con los que cuenta
 - a) Agua, luz y desagüe
 - b) Agua, luz, desagüe y telefonía fija
 - c) Agua, luz, desagüe, telefonía fija e internet

2. GESTIÓN DE CALIDAD

Seguidamente usted deberá marcar la alternativa que usted considere conveniente, tomando en cuenta la siguiente valoración:

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	PREGUNTA	Alternativa				
		1	2	3	4	5
V1: GESTIÓN DE CALIDAD						
D1: Planificar						
1	Tiene metas y objetivos claros en el último año					
2	Cuenta con políticas y lineamientos de trabajo					
3	Ha implementado documentos de gestión (reglamentos, manuales, otros)					
D2: Realizar						
4	Los procesos realizados en la imprenta son claros y precisos bajo documentos normativos					
5	Organiza los insumos y materiales para la realización del trabajo de manera eficiente					
D3: Controlar						
6	Realiza seguimiento a los procesos que realiza en la imprenta					
7	Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando					
8	Se siente usted satisfecho por los resultados que viene obteniendo en el negocio					
D4: Actuar						
9	Considera usted que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad en el negocio					
10	Considera usted que la atención al cliente es importante en el negocio					
11	Controla los procesos de atención al cliente durante su ejecución					
12	Brinda solución ante alguna contingencia que genere malestar en sus clientes					

3. FINANCIAMIENTO

V2: FINANCIAMIENTO		ESCALA	
		SI	NO
D5: FINANCIAMIENTO INTERNO			
13	Financió su empresa con ahorros personales		
14	Usó financiamiento para su empresa con aporte de sus socios		
15	Considera usted que la principal estrategia de financiamiento son las amortizaciones		
16	Usted financia las actividades de su empresa capitalizando las utilidades obtenidas		
D6: FINANCIAMIENTO EXTERNO			
17	Utiliza la línea de crédito como instrumento financiero		
18	Solicita financiamiento a los bancos		
19	Está conforme con las tasas de interés que cobran los bancos		
20	Solicita financiamiento a las cajas Municipales de ahorro y crédito		
22	Solicita financiamiento a prestamistas para su empresa		
22	Considera que es fácil obtener crédito con sus proveedores		
23	Su proveedor le cobra intereses por deuda		
24	Participa usted en juntas de financiamiento informal		