



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE LA CALIDAD CON ENFOQUE EN EL
FINANCIAMIENTO Y SU RELACIÓN CON EL
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL
RUBRO IMPRENTAS DEL CERCADO DE CHICLAYO,
2019**

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

AUTOR

**Bach. TUÑOQUE GUTIÉRREZ, LUIS ENRIQUE
Código ORCID: 0000-0002-7670-9396**

ASESOR

**Dr. LINARES CAZOLA, JOSÉ GERMAN
Código ORCID: 0000-0002-7394-362X**

**CHIMBOTE – PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bach. Tuñoque Gutiérrez, Luis Enrique

Código ORCID: 0000-0002-7670-9396

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Posgrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Dr. Linares Cazola, José German

Código ORCID: 0000-0002-7394-362X

JURADO

Presidente: Mgtr. Chero Fernández, Armando.

Código ORCID:0000-0002-9193-0507

Miembro: Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías.

Código ORCID:0000-0002-6399-5928

Miembro: Mgtr. Solano Castillo, Marlon Juniors.

Código ORCID:0000-0001-5584-0523

JURADO EVALUADOR

Mgtr. CHERO FERNÁNDEZ, ARMANDO

PRESIDENTE

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

MIEMBRO

Mgtr. SOLANO CASTILLO, MARLON JUNIORS

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A mis docentes, asesor y compañeros de la Maestría en Administración, que contribuyeron a mi formación.

DEDICATORIA

A mí querida esposa y mi adorado hijo quienes me impulsaron en esta fase de mi capacitación profesional.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general el determinar si existe relación entre la Gestión de la calidad bajo el enfoque en el Financiamiento y el Posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019, Esta investigación es de enfoque cuantitativo de corte transversal y de diseño no experimental y correlacional – causal; la población fue de 141 MYPES dedicadas a este rubro, obteniendo información de 125 de ellas, a las que se le aplicó un cuestionario de 34 preguntas. Está investigación concluye que no existe relación entre el nivel de gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y las estrategias de posicionamiento adoptadas por los propietarios y/o socios de las MYPES del cercado de Chiclayo, acerca de los tipos de financiamientos y las estrategias de posicionamiento que hacen uso para mejorar su empresa; resultados que se obtuvieron al aplicar el estadístico Rho de Spearman. El nivel de gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta tiene un nivel bajo en el 40% de las MyPES y un nivel Medio en el 46.4%. El 35,2% de MyPES casi siempre utilizan las estrategias de posicionamiento en el mercado.

Palabras clave: Financiamiento, Gestión de la calidad, MyPES, Posicionamiento.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine if there is a relationship between Quality Management under the focus on Financing and Market Positioning of micro and small companies in the industrial sector - printing presses of the Chiclayo fence, 2019, This research it is of quantitative approach of cross-section and of non-experimental and correlational-causal design; The population was 141 MYPES dedicated to this item, obtaining information from 125 of them, to which a questionnaire of 34 questions was applied. This investigation concludes that there is no relationship between the level of quality management with a focus on financing and the positioning strategies adopted by the owners and / or partners of the MYPES of the Chiclayo fence, about the types of financing and strategies of positioning that make use to improve your company; results that were obtained when applying the Rho statistic of Spearman. The level of quality management with a focus on the financing of the industrial MyPES in the printing industry has a low level of 40% of the MyPES and an average level of 46.4%. 35.2% of MyPES almost always use market positioning strategies.

Key words: Financing, Management of quality, MyPES, Position.

ÍNDICE

TITULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	9
2.2. Hipótesis:	20
2.3. Variables	20
III. METODOLOGÍA.	21
3.1. Tipo y nivel de investigación	21
3.2. Diseño de la Investigación.....	21
3.3. Población y muestra	22
3.4. Definición y operacionalización de las variables	23
3.5. Técnicas e instrumentos	25
3.6. Plan de análisis	26
3.7. Matriz de Consistencia.....	26
3.8. Principios éticos para la investigación	27
IV. RESULTADOS	28
4.1. Resultados.....	28
4.2. Análisis de los Resultados	39
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
5.1. Conclusiones	41
5.2. Recomendaciones	42
Referencias Bibliográficas	44
ANEXOS.....	47

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Gestión de calidad con enfoque en el financiamiento.....	28
Figura 1. Gestión de calidad con enfoque en el financiamiento.....	29
Tabla 2. Nivel de elección del financiamiento.....	30
Figura 2. Nivel de elección del financiamiento.....	30
Tabla 3. Plazo que utilizan las MyPES.....	31
Figura 3. Plazo que utilizan las MyPES.....	31
Tabla 4. Tipo de financiamiento que utilizan las MyPES.....	32
Figura 4. Tipo de financiamiento que utilizan las MyPES.....	32
Tabla 5. Nivel de inversión del financiamiento.....	33
Figura 5. Nivel de inversión del financiamiento.....	33
Figura 6. Nivel de gestión del financiamiento.....	34
Tabla 6. Nivel de gestión del financiamiento.....	34
Tabla 7. Estrategias de posicionamiento de la MyPES.....	35
Figura 7. Estrategias de posicionamiento de la MyPES.....	36
Tabla 8. Gestión de la calidad con enfoque del financiamiento según las estrategias de posicionamiento de la MyPES.....	37
Figura 8. Gestión de la calidad con enfoque del financiamiento según las estrategias de posicionamiento de la MyPES.....	37
Tabla 9. Contraste de hipótesis Rho de Spearman.....	38

INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) vienen realizando una labor relevante por su participación en el desarrollo socioeconómico del lugar donde se encuentran ubicadas a través de la generación del empleo.

Es muy importante que las MYPES tengan acceso al crédito como financiamiento a fin de que tengan mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y eficientes operaciones, acrecentar el tamaño de sus operaciones, así como acceder a créditos en mayores y mejores condiciones, tanto de tasa como de plazo, entre otras. Otro punto es que la formalidad de una MYPE facilita la evaluación del crédito y disminuye la percepción de riesgo por parte de una entidad financiera.

En relación a la oferta actual de crédito para las MYPES en nuestro país se cuenta con distintas fuentes de financiamiento, tanto reguladas (Bancos, Entidades no bancarias) como no reguladas (Privadas, Públicas, Prestamistas, Junta o Panderero) por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS).

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI).

Esta investigación se encuentra fundamentada en la línea de investigación de la Escuela Profesional de Administración “La Gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en la micro y pequeña empresa del Perú”. Considerando por ello como tema de investigación “Gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y su relación con el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.

La metodología que se utilizó corresponde a un enfoque cuantitativo, con un diseño de investigación correlacional.

Las pequeñas y microempresas en el Perú tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo económico y social del País. Éstas constituyen más del 98% de todas las empresas existentes a nivel nacional, crea empleo alrededor del 75% de la Población Económicamente Activa (PEA) y genera riqueza en más de 45% del Producto Bruto Interno.

En 2017, el Perú contaba con más de 1.7 millones de mypes. Sin embargo, más del 50% corre el riesgo de desaparecer del mercado en los primeros tres años de creación. La corta vida de las MYPES y se debe a la ausencia de clientela, un problema que es generado en gran medida por la falta de adaptación al entorno digital. Al respecto, dijo que existen tres barreras que los emprendedores peruanos tienen para un adecuado posicionamiento de sus negocios en Internet. Debido a que los emprendedores suelen enfocarse en su producción y realizan varias actividades, consideró que el reto es poder asignar un personal que desarrolle la participación de la empresa en Internet. (Ruiz, n.d.)

En el departamento de Lambayeque se desconoce si las MYPE del Distrito de Chiclayo están realizando acciones de mejora de la gestión de la calidad con un enfoque en el financiamiento y su relación con el posicionamiento en el mercado; ante esta situación a continuación se plantea el enunciado del problema.

Por otro lado, la identificación del segmento del mercado, resulta de un amplio y profundo conocimiento del mercado en los que las Pymes se encuentran compitiendo, pero lo más importante es mantenerse en él, para lo cual se necesita posicionarse en la mente del consumidor, debiendo adoptar ciertas estrategias,

determinando con mucha precisión cual es la percepción del producto o servicio que los consumidores tienen, por tanto podrán formular el diseño de propuesta, en forma clara y precisa, del valor al consumidor final.

El enunciado del problema de investigación que se planteó es ¿Existe relación entre la gestión de la calidad con un enfoque en el financiamiento con el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2018?

En ese sentido se consultaron las siguientes investigaciones que reflejan el comportamiento de nuestras variables:

Alba (2018) en su tesis titulada *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro imprentas de la provincia de Huaraz, 2016*, entre los resultados que encontró podemos destacar que el 61% de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huaraz acudieron a entidades financieras para lograr obtener un crédito de financiamiento, así mismo el 52% de las micro y pequeñas empresas lo hicieron a un corto plazo, y el 43% decidieron realizar inversiones en activos fijos (p. 80).

Oncoy (2017) de su tesis titulada *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado de vicos, provincia de Carhuaz, 2016* se pudo rescatar que el 93% de los micro y pequeños empresarios para poder mantener un negocio vigente han tomado la decisión de cancelar de forma puntual las cuotas de sus crédito que han logrado obtener, también pudo determinar que el 87% de los

micro y pequeños empresarios han utilizado opciones para financiar sus empresas con créditos que tienen vencimiento menos de un año, el 47% de logran un financiamiento para sus negocios con ahorros personales, el 47% no se atreven a financiar el negocio con que cuentan acudiendo a sus amigos, conocidos o a la familia, el 66% de los micro y pequeños empresarios se han visto en la necesidad de ir a bancos y entidades crediticias por un financiamiento y que el 67% de los estos no han tenido la necesidad de adquirir financiamientos con empresas de capitales de inversión (p. 49).

Vera (2015) *Gestión de calidad en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de nuevo Chimbote, 2015*, encontró que el 80% de las personas que se encuentran a cargo de la micro y pequeñas empresas se encuentran en una edad promedio de 26 a 50 años cumplidos al momento de la entrevista, que el género femenino en cantidad del 60% está presente en representación de éstas y que el 70% de las personas que se hacen cargo de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superiores. Además, hemos podido rescatar que el tiempo de funcionamiento de estas micro y pequeñas empresas es de 7 años a más (p. 25).

Sánchez (2006) en su artículo *Las Mypes en el Perú. Su importancia y propuesta tributaria* concluye que la Constitución indica en forma clara y concisa que las MYPES deberían estabilizar su régimen tributario promocional; con incentivos que vayan más allá de la simplicidad en materia de tributación, con la finalidad de que las micro y pequeñas empresas logren un desarrollo un desarrollo

sostenible en el tiempo y que así puedan estar formalmente constituidas. En este artículo se hace una propuesta de cuanto sería el porcentaje máximo y único de tributación para este tipo de empresas, teniendo en cuenta rebajas, si estas se encuentran en zonas de pobreza extrema, con la finalidad de la creación de nuevas MYPES en el país y su posterior formalización. Este porcentaje, que debería ser menor o igual al 5% debería reemplazar a todos los tributos que se utilizan a la fecha como son: el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, Impuesto Selectivo al Consumo, Contribución al SENATI y los aportes a ESSALUD a cargo del empleador. Estas micro y pequeñas empresas podrán realizar operaciones comerciales con las medianas y por qué no con las grandes empresas, pero para esto deben estar formalmente constituidas y poder emitir comprobantes de pago como parte de la declaración de impuestos (p. 130).

Kong y Moreno (2014) en su investigación *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José, Lambayeque en el periodo 2010-2012* lo orienta a encontrar cuál es la relación que existe entre las fuentes de financiamiento de las micro y pequeñas empresas y el desarrollo de las mismas, como muestra él ha tenido a bien entrevistar a 130 micro y pequeños empresarios más cuatro personas que tenían a cargo las diferentes fuentes de financiamiento que al momento de la investigación tenían mayor participación en el mercado crediticio del Distrito de San José. Los resultados obtenidos fueron que el sector dedicado al comercio es el que tiene una mayor concentración en el mencionado distrito, en donde se puede observar que son las pequeñas tiendas de abarrotes denominadas bodegas las que generan mayormente la economía del

distrito, además se rescató que estas micro empresas surgieron con el financiamiento obtenido de los ahorros de los dueños, pasando después a recurrir de otras formas de financiamiento en el tiempo de vida que tienen y así poder lograr mantenerse en el mercado tan competitivo en ese rubro. Además, en esta investigación se pudo conocer que un considerable número de micro y pequeñas empresas lograron administrar de una manera eficiente el financiamiento adquirido y por ende se desencadena en un aumento de sus ventas, es decir que este desarrollo se vio influenciado por las fuentes de financiamiento (p. 5).

Becerra (2016) en su tesis *La gestión de calidad con un enfoque en el financiamiento y su influencia en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2016* encontró que los microempresarios, para poder impulsar y obtener un desarrollo adecuado y poder cumplir con sus actividades y así poder competir con otras empresas del mismo rubro y del medio tienen una gran necesidad de conseguir un buen financiamiento, mejorando la gestión de calidad, elevar los niveles de ventas y que estos se vean reflejados en altos niveles de rentabilidad (p. 5).

Prado (2010), en su tesis, cuyo título es *El financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las MYPES textil – confecciones de Gamarra*, donde se muestra que el principal problema de la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) de textil confecciones de Gamarra, es el financiamiento desde el inicio del emprendimiento. La investigación tuvo como objetivo demostrar que

el financiamiento influye en la optimización de gestión de las MYPES, la que permite la expansión o crecimiento de las empresas textiles de confección Gamarra. Fueron evaluadas 81 MYPES, a través de sus gestores que fueron encuestados y entrevistados, concluyendo que la principal causa del financiamiento de las MYPES es el capital de trabajo, es importante que el empresario tenga conocimiento de las herramientas de gestión para un adecuado y eficiente uso de los recursos que optimice la gestión empresarial permitiendo la expansión y crecimiento de las MYPES en el Perú, mencionó el autor. Finalmente recomendó que todo financiamiento deba ser evaluado técnicamente, buscar la mejor opción en tasas de interés, en el plazo de devolución, en rentabilidad, en factibilidad de negociación con el financista, saber en qué términos se consigue un financiamiento, cuando endeudarse, para tomar la mejor decisión que permita obtener una rentabilidad favorable.

1.2. Objetivo General y Objetivos específicos

Objetivo general:

Determinar si existe relación entre de la gestión de la calidad bajo el enfoque en el financiamiento con el posicionamiento en el mercado de las de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.

Objetivos específicos:

- ✓ Identificar la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento que utilizan las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo.

- ✓ Identificar las estrategias de posicionamiento de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del mercado de Chiclayo.
- ✓ Determinar la relación entre el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del mercado de Chiclayo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio

Las Mypes en Perú

Según Sánchez, B. (2006) son muchas las definiciones de micro y pequeñas empresas (MYPES), pero para efectos de nuestro medio tomaremos la definición que se encuentra en la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley 28015 que en su artículo 2 define a la Micro y Pequeña Empresa como una unidad económica constituida por una “persona natural o jurídica, 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.” Y diferenciadas de acuerdo al número de trabajadores y el nivel de ventas anuales, así la microempresa se caracteriza por tener de uno hasta diez trabajadores y un monto máximo de ventas anuales de 150 unidades impositivas tributarias (UIT) y la pequeña empresa por tener de uno hasta cincuenta trabajadores y por el nivel de ventas a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias (p. 128).

Con la Ley N° 30056, publicada el 2 de julio de 2013. Se cambiaron los rubros para delimitar a las micro, pequeñas y **medianas empresas (MIPYME)**, con la finalidad de ayudar a la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de estas, con lo cual queda sólo el volumen de ventas como único elemento de categorización; así la Microempresa deberá tener un máximo de ventas anuales de 150 UIT), la Pequeña empresa ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT y la **Mediana empresa** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Vasquez, n.d.)

Importancia de las MYPES

En el Perú, las micro y pequeñas empresas se encuentran determinadas como un factor importante en el movimiento de nuestra economía, debido a que

en nuestro país se encontró que las MYPES dan empleo al 80% de la población económicamente activa, de repente en condiciones no adecuadas para sus trabajadores, pero logran generar aproximadamente un 40% del Producto Bruto Interno (PBI); además la MYPES se encuentran en la mayoría de rubros de la economía de nuestro país. (Sánchez, 2006)

Gestión de la Calidad

La gestión de calidad es la reunión de todos los medios disponibles para lograr la calidad de una organización ya sea en la dirección, gobierno y coordinación de actividades. Es decir, la forma de planificar el futuro, establecer los programas y controlar los resultados para mejorar de manera continua y permanente en la innovación, análisis y garantía de los productos y servicios ofrecidos por una organización. La gestión de calidad a través de la gerencia interviene en:

- La definición de los objetivos de calidad, teniendo en cuenta la relación entre los intereses de la empresa y lo que el cliente necesita.
- Suministrar los medios para que los productos o servicios cumplan con los objetivos de calidad.
- Controla y mide que la calidad deseada se logre.
- Mejorarla de forma permanente y continua con respecto a la calidad demandada por el mercado (Udaondo, 1992)

Enfoque de Gestión de Calidad

La gestión de la calidad se encuentra orientada a la realización de un mejoramiento de forma continua al interior de toda empresa u organización, tiene la finalidad de mejorar los procesos en la producción y gestión, y para que las empresas logren fidelizar a sus clientes, obteniendo así el tan ansiado posicionamiento en el mercado, para poder trascender. Henderson (2011), nos hace ver que el enfoque mediante un sistema de gestión de la calidad incentiva a las organizaciones a poder analizar cuáles son los requerimientos de los clientes, para así poder definir los procesos necesarios para poder obtener el producto o

servicio que desea el cliente y sobre todo tener a estos procesos bajo control. Además, que este sistema de gestión de calidad proporciona la debida confianza a ambas partes, organización y cliente, así como del entorno de estas, para realizar productos con requisitos coherentes al medio. (p.23)

La gestión dentro del mundo empresarial

La gestión de calidad se necesita desarrollar a nivel general, es decir que no solo debe estar presente en las grandes corporaciones, sino que también se convierte en una necesidad de las pequeñas y las microempresas, pero para ello se debe realizar actividades que deben estar basadas en el incentivo de los empresarios para que puedan alcanzar sus metas con buen liderazgo al momento de lograr estas. Evans & Lindsay (2008), nos dice que a partir de la implementación de la calidad total en las organizaciones, los empleados de todo nivel a cambiado su forma de ver a los clientes, empleados y de la producción. Los directivos han adoptado por lo tanto un liderazgo al momento de guiar a las organizaciones, manejándolo como un sistema integrado y teniendo como base la información. (p.11)

Finanzas y Financiamiento

Finanzas

Las empresas son creadas para que sus accionistas o dueños obtengan ganancias (dinero) mediante las operaciones que se realicen. Es aquí donde las finanzas tienen un rol muy importante colaborando con el manejo eficiente del dinero para que la empresa haga más ricos a sus accionistas, en forma conjunta con otros dos factores que son el tiempo y el riesgo. Por eso es que la definición de lo que son las Finanzas es:

“Las Finanzas, son el conjunto de actividades que ayudan al manejo eficiente del dinero, a lo largo del tiempo y en condiciones de riesgo, con el fin último de generar valor para los accionistas” (Lira, 2009).

Importancia de la información financiera

La importancia de la información financiera radica en como disponer y manejar el dinero que se necesita para que la empresa opere diariamente, así como para conocer la salud económica de ésta, la finalidad de tener esta información en forma clara y oportuna es la de tomar decisiones para el bienestar de nuestra micro o pequeña empresa, así como para corregir acciones que no nos favorezcan. Los estados financieros mayormente utilizados en una empresa son: el Balance general, el estado de resultados, el estado de cambios en la situación patrimonial y el flujo de efectivo (Lira, 2009).

Financiamiento

En la gestión de la calidad de las empresas, una de las tareas primordiales está orientada a la búsqueda de capital, pero el financiamiento no solo se encuentra limitado por la búsqueda de este capital sino también se debe poner énfasis en el monto que se requiere, las formas de obtención de recursos financieros, a que lugares se acudirá a solicitar dicho capital y sobre todo en el uso que se le dará en un lapso de tiempo estipulado.

Para Ccaccya (2015) el financiamiento no solo radica en el dinero en efectivo, sino que también hace referencia a recursos, como bienes y servicios, además de la metodología a utilizarse, quién o quiénes serán nos proporcionarán estos recursos y los plazos de pago definidos del financiamiento. (p. 1).

Para Córdoba (2012) una fuente de financiamiento está orientada a la forma en que una organización en particular puede conseguir tanto de dinero en efectivo como de recursos, los cuales se utilizan de una forma correcta para el cumplimiento de los objetivos económicos para que las empresas puedan lograr su despegue y continuidad en el medio. (p.310)

Tipos de Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento pueden ser de dos tipos, fuentes internas, que básicamente son las que resultan del producto de las operaciones que realizan las empresas, entre ellas podemos encontrar las aportaciones de los socios, las utilidades reinvertidas, las depreciaciones y amortizaciones, los incrementos de pasivos acumulados y la venta de activos y las externas que son a las que se acuden cuando no se cuenta con recursos disponibles con las actividades normales de la empresa y se ve en la necesidad de acudir a terceros (Aching, 2006).

Fuentes de Financiamiento Internas

Aportaciones de los Socios

Estas aportaciones por parte de los socios o accionistas se pueden realizar al inicio legal de una sociedad o cuando la empresa ya se encuentra encaminada y estos socios o accionistas, ya sean minoritarios o mayoritarios desean involucrarse económicamente al incrementar sus aportaciones de recursos en forma de dinero, bienes o servicios (Aching, 2006).

Las aportaciones de los socios son de dos tipos, el capital social común, que es el aportado por accionistas fundadores, los que tienen voz y voto en el manejo de la empresa, este capital puede aportarse en cualquier momento, así como por medio de la capitalización de utilidades retenidas; y el capital social preferente el que es aportado por socios o accionistas que no desean intervenir en la administración y decisiones de la empresa (Gitman, 2007).

Utilidades Reinvertidas

Esta fuente de financiamiento es muy común en empresas de reciente creación, donde los socios o accionistas deciden no repartir utilidades, sino reinvertirlas en los primeros años en la organización en forma de adquisiciones o construcciones, compras de mobiliario y equipo (Aching, 2006)

Las empresas que son financieramente saludables tienen una gran estructura de capital favorable que producen utilidades sustanciales en relación a sus niveles de ventas y sus aportes de capital (Gitman, 2007)

Depreciaciones y Amortizaciones

Toda empresa debe abrir un fondo de depreciación cuando se adquiere un activo fijo, el cual viene a ser un fondo de utilidad, éste contribuirá a la producción o funcionamiento de la empresa. La depreciación es una reconsideración del valor del activo, centrado en determinar la pérdida real como un gasto en efectivo de un costo real distribuido en diferentes períodos (Levy, 2008).

Incremento de Pasivos Acumulados

Estos son los generados producto de las operaciones de la empresa (Aching, 2006).

Determinado por las deudas por servicios recibidos y pagos pendientes, que pueden ser salarios e impuestos que se deben realizar al estado, también los pasivos devengados que no pueden ser manejados por la empresa (Levy, 2008)

Venta de Activos

Generados por recursos mediante la venta de bienes que no se usan por encontrarse viejos o malogrados tales como equipos de oficina, cómputo, transporte, operación, etc. Con excepción de aquellas empresas que se dedican a la fabricación de muebles (Gitman 2007). Además, se incluyen las ventas de bienes como terrenos, edificios o maquinaria en desuso (Aching, 2006).

Fuentes de Financiamiento Externas

Las fuentes de financiamiento externas son las fuentes a las que se acude cuando los recursos generados por las operaciones normales de la empresa más las aportaciones de los socios o accionistas no terminan de alcanzar para enfrente a pagos exigidos o deudas adquiridas de la empresa, por lo que se hace obligatorio recurrir a terceros (Levy, 2008).

También se puede decir que son las otorgadas por proveedores y créditos de bancos. Determinándola como la fuente de financiamiento externa más común, y que es obtenida con la compra de bienes y servicios a crédito que se necesitan en operaciones de corto y largo plazo (Aching, 2006).

El crédito bancario es una de las principales formas de obtener financiamiento, en la que la empresa se compromete a pagar en un plazo determinado de tiempo y a unos intereses indicados debiendo mostrar las garantías de satisfacción a la entidad financiera (Levy, 2008)

Fuentes de Financiamiento Externo a Corto Plazo

Son aquellas que se dan en periodos menores a un año y que son necesarias para mantener parte de los activos circulantes, estos pueden ser el efectivo, cuentas por cobrar e inventario; están conformado por las deudas originalmente programadas (Morán; 2009).

La oferta de este tipo de financiamiento es demasiado variable de acuerdo a cada sistema financiero, es por esta razón que es imprescindible tener el conocimiento de las mismas. En este tipo de fuentes de financiamiento se pueden nombrar a los créditos comerciales, los créditos bancarios, financiamiento por medio de cuentas por cobrar, líneas de crédito e inventarios y los pagarés, (Levy, 2008)

Crédito Comercial

Entre estas tenemos las cuentas pendientes por pagar, el pasivo a corto plazo acumulado, los impuestos a pagar, cuentas por cobrar y financiamiento mediante el uso del inventario. Es importante el uso inteligente de los pasivos de la empresa a corto plazo, dado que resulta poco costoso esa fuente Gitman (2007).

Es un instrumento de financiamiento utilizado con mucha frecuencia por las pequeñas y medianas empresas, puesto que los proveedores son más accesibles; sobre todo en momentos en el que la inflación influye en los intereses teniendo dificultad en la optimización del préstamo bancario; en otro sentido para

los proveedores la disminución de las ventas al contado dada por la recesión económica fomenta un uso del crédito comercial (Van Horne, 2008).

Créditos Bancarios

Es una de las fuentes más utilizadas por empresas, en esta modalidad, los bancos comerciales son los que disponen de las cuentas de cheques de la empresa, en razón de esto las leyes deben obligar a estos una mayor oportunidad de préstamos, disposiciones bancarias y servicios a las empresas para su buen funcionamiento y desarrollo. Comúnmente la empresa acude a la banca comercial para solicitar recursos de corto plazo, su uso requiere de una exhaustiva revisión; el banco deberá garantizar el poder asistir a la empresa en la satisfacción de sus necesidades de efectivo en el corto plazo (Rojas, 2010)

Pagaré

Este es un instrumento negociable, por el que las personas naturales o jurídicas al momento de solicitar el crédito se comprometen por escrito a devolver dicho dinero, al momento de su presentación, éste cuenta con una fecha definida al momento del contrato, debe contener además la cantidad de dinero obtenida como préstamo, con los debidos intereses generados a una tasa especificada anteriormente y además debe de estar determinada en forma expresa a la orden y al portador, en caso de no ser canceladas en el tiempo y forma expresadas en el documento, éstas se convierten en causa de acciones legales en contra del solicitante y posterior adquirente del crédito.

Línea de Crédito

La línea de crédito es un monto de dinero que está a disposición en cualquier entidad bancaria del medio, durante un periodo establecido, el cual es acordado al momento de la solicitud y con la venia del representante de la entidad bancaria (Aching, 2006).

Este acuerdo entre las partes el cual puede ser formal o no debe contener expresamente la cantidad máxima del crédito que el solicitante puede hacer uso y

que está supeditado a una evaluación crediticia, en donde el cliente puede utilizar el total o de lo contrario parte solo una parte del monto de crédito aprobado, que en muchos de los casos se tiene en cuenta la disponibilidad del banco, en caso de que el cliente solo requiera parte del crédito, solo pagará intereses por el monto utilizada. Por esta razón el banco se ve en la necesidad de establecer períodos de cancelación del crédito. Además, la tasa de interés es negociable dependiendo del riesgo asumido por el que solicita dicho crédito. (Higuerey, 2004)

Financiamiento por Medio de Cuentas por Cobrar

Este tipo de financiamiento se da cuando se venden las cuentas por cobrar de una empresa a una entidad o persona externa a la empresa, de acuerdo a un convenio que es negociado donde se suprimen costos de cobranza, así como el de los costos del departamento de crédito, contabilidad y sueldo; en este tipo de financiamiento se puede evitar el riesgo de incumplimiento, pudiendo vender las cuentas sin responsabilidad alguna (Higuerey, 2004)

Fuentes de Financiamiento Externas a Largo Plazo

Las fuentes de financiamiento a largo plazo incluyen las deudas a largo plazo la que a su vez es un acuerdo formal para proporcionar fondos por más de un año, por lo general se cancelan con ganancias obtenidas por la inversión de estos mismos fondos.

El proceso para obtener este tipo de financiamiento, requiere del análisis de las condiciones económicas del mercado. El financiamiento a largo plazo generalmente es utilizado para la compra de bienes de capital, como por ejemplo: plantas, equipos, entre otros, y estos son pagaderos en un periodo de tiempo mayor a 5 años. En este tipo podemos mencionar a los bonos, hipotecas y el arrendamiento financiero. (Westerfield y Jaffe, 2012)

Bonos

Son instrumentos escritos que se encuentran en forma de un compromiso certificado, en el cual el prestatario contrae un deber de cancelar un monto

específico a futuro, la que estará determinada sumando los intereses generados con una tasa y fecha establecida de mutuo acuerdo. El uso de este se genera con la necesidad de fondos adicionales a largo plazo y la decisión entre la emisión de acciones de capital u obtener un préstamo bajo la forma de bonos.

Entonces la emisión de bonos es una ventaja para los accionistas que no desean compartir sus propiedades y utilidades con tercero (Levy, 2008)

POSICIONAMIENTO DE MERCADO

Definición de Posicionamiento de mercado

El posicionamiento de mercado es decidir cuál es la posición, en comparación con otras empresas, de un determinado producto o servicio que se encuentra en el mercado con otros artículos parecidos, lo que lo debería hacer único y hacer que el usuario lo utilice al obtener un beneficio en concreto. La ventaja de un buen posicionamiento en un mercado es que un artículo o marca sobresalga de los demás, así como la de su comercialización a un precio superior y de este modo diferenciarse de sus competidores. (Economía Simple.net, n.d.)

Pasos para un posicionamiento de mercado

Los principales pasos son los siguientes:

- Segmentar el mercado en el que se encuentra el producto.
- Analizar cada segmento para no crear confusión.
- Identificar uno o más segmentos, los que se podrían convertir en el objetivo.
- Determinar las opciones de posicionamiento para cada segmento del mercado elegidos.
- Elegir y desarrollar un concepto de posicionamiento.

Para determinar el posicionamiento de un producto en el mercado, debemos preguntarnos qué es lo que está comprando el cliente de nuestra empresa, qué diferencia encuentra entre nuestro artículo y el de la competencia y por qué le parece único. Una de las mejores opciones para conocer estas

preguntas es mediante un estudio cualitativo en nuestra población objetivo.
(Economía Simple.net, n.d.)

Posicionamiento de mercado

Los emprendedores que desean asegurar un mercado para su producto, necesariamente deberían conocer cuál va a ser el posicionamiento de sus artículos que va a ofrecer, diferenciándolo de la competencia (emprende pyme.net, n.d.).

Cómo posicionarse en el mercado

El posicionamiento no solo determina la posición de nuestro producto en el mercado, sino que también se refiere a **la estrategia comercial** de las empresas para conseguir ocupar esa posición y es una actividad muy importante y complicada para los “expertos” en el marketing y la comunicación de las empresas, donde necesitan planificar el marketing para que el consumidor nos identifique de tal forma como nosotros lo deseamos. (emprende pyme.net, n.d.)

Estrategias para posicionar un producto en el mercado

Las seis estrategias a las que más recurren las empresas para optimizar su posicionamiento son: (emprende pyme.net, n.d.)

- **Precio o calidad:** Un factor determinante del posicionamiento es la relación entre el precio del producto y la calidad de este. Este factor se involucra a las marcas de lujo y de exclusividad.
- **Categoría de producto:** En esta estrategia, la marca se sitúa como un referente de su sector específicamente. Como por ejemplo en el caso de la Coca-Cola.
- **Beneficios:** En esta estrategia la marca logra su posicionamiento de acuerdo con los beneficios que aporta a los clientes.
- **Atributos:** Esta estrategia está enfocada en un atributo en especial del artículo o la marca potencializándolo hasta que llegue a la mente del consumidor o cliente.

- **Diferenciación de la competencia:** Esta estrategia compara las diferentes cualidades de un determinado producto comparándolas con la competencia.
- **Uso o aplicación.** Esta estrategia consigue el posicionamiento del producto relacionándolo con un instante, destacando su calidad y especificidad.

2.2. Hipótesis:

Hipótesis General:

La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento se relaciona significativamente con el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.

Planteamiento de hipótesis a contrastar:

Hipótesis nula (H_0): La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento no se relaciona con el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.

Hipótesis alternativa (H_1): La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento se relaciona con el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.

2.3. Variables

Variable independiente: La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento.

Variable dependiente: El posicionamiento en el mercado.

III. METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y nivel de investigación

investigación es descriptiva – correlacional puesto que describe las propiedades y características de las variables gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas, tal y como se presentó en la realidad donde se encuentran en funcionamiento (Baptista, 2010).

Además, es Correlacional porque en esta investigación se determinará la existencia de una relación entre la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Nivel de investigación:

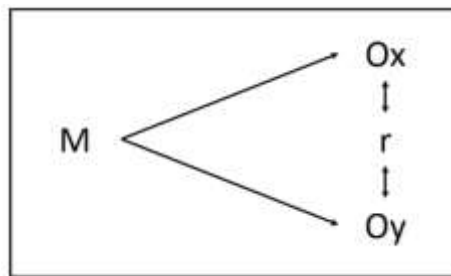
Esta investigación es de nivel aplicada, dado que la información obtenida de la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento del mercado sirve para que a corto plazo se tomen las acciones pertinentes en mejora del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en estudio (Carrasco, 2009).

3.2. Diseño de la Investigación

En esta investigación se utilizó un diseño no experimental de corte transversal, no experimental debido a que no se manipuló deliberadamente tanto la variable gestión de calidad en el financiamiento, ni la variable posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprenta;

y de corte transversal por que la información de obtenida de la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento del mercado será analizada en un solo momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Expresión gráfica:



Donde:

M= MYPES del sector industria rubro imprentas del Distrito de Chiclayo

O_X = Observación de la Gestión de calidad con enfoque en el financiamiento

O_Y = Observación de la variable Posicionamiento en el mercado.

r = Coeficiente de correlación entre la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado.

Población y Muestra

3.3. Población y muestra

Población

La población del presente trabajo de investigación estuvo conformada por el total de las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de imprentas y ubicadas en el centro de Chiclayo, para lo cual se diseñó un marco muestral,

encontrándose un total de 141 micro y pequeñas empresas ubicadas en el centro de la ciudad de Chiclayo.

Muestra

Se utilizó a todos los elementos de la población, por accesibilidad a ellos.

Criterio de Exclusión:

Se tomó al total de la población, teniendo como único criterio de exclusión a aquellas empresas donde se negaron a brindar la información solicitada, en total se tomó información a 125 micro y pequeñas empresas (Ver Anexo 7).

3.4. Definición y operacionalización de las variables

Variable Independiente: Financiamiento de las Mypes

Proceso por el cual los micro y pequeños empresarios gestionan y obtienen los recursos financieros con la finalidad de incrementar su capital para el cumplimiento de sus actividades comerciales y mantenerse estable.

Variable Dependiente: Posicionamiento del mercado de las Mypes

Uso de estrategias que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular en relación con los productos de competencia.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	ITEM
Gestión de la calidad en el Financiamiento de las Mypes	Proceso por el cual los micro y pequeños empresarios gestionan y obtienen los recursos financieros con la finalidad de incrementar su capital para el cumplimiento de sus actividades comerciales y mantenerse estable.	Elección del tipo, inversión y gestión de recursos financieros por parte de los micro y pequeños emprendedores.	Etapas de la Gestión de Financiamiento	Planificación	<i>Ordinal</i> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Ocasionalmente 4. Casi Siempre 5. Siempre	7, 8
				Organización		9
				Dirección		10
				Control		11
			Elección del tipo de Financiamiento	Interno		12, 13, 14, 15, 16
				Externo		17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25
				Corto Plazo		23
				Largo Plazo		24
				Capital de trabajo		26
			Inversión del financiamiento	Activos Fijos		27
				Pago de deudas		28
				Materias primas		29
Posicionamiento del mercado de las Mypes	El uso que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular en relación con los productos de competencia	Estrategias para crear y mantener la imagen de la empresa en la mente del cliente.	Estrategias de Posicionamiento	Atributos o Beneficios	<i>Ordinal</i> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Ocasionalmente 4. Casi Siempre Siempre	30
				Uso o aplicación		31
				Competidor		32
				Calidad / Precio		33
				Nombre		34

3.5. Técnicas e instrumentos

Técnica

Para el desarrollo de la presente investigación científica se utilizó la técnica de la encuesta para medir la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las Mypes.

Instrumento

Se utilizó un cuestionario estructurado en 4 partes de la siguiente manera:

La primera parte referida a los datos generales de los representantes de las MYPES, que va de la pregunta 1 a la pregunta 6.

La segunda parte referida a la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las Mype, desde la pregunta de la 7 a la pregunta 29.

La tercera parte referida a las estrategias para el posicionamiento en el mercado que se utilizan en las MYPES, desde la pregunta 30 a la 34.

Validez y confiabilidad del instrumento:

Para determinar la validez de nuestro instrumento, éste fue sometido a la opinión y juicio de expertos, aplicado a especialistas en el tema, obteniendo un indicador de Excelente (Ver Anexo 3).

Para calcular la confiabilidad del instrumento de recolección de datos se analizó con el coeficiente Alfa de Cronbach, que mide la homogeneidad de las preguntas. El indicador dio un resultado de 0,834 para una muestra piloto de 13 MYPES; lo que nos indica que es un nivel bueno (George y Mallery, 2003).

3.6. Plan de análisis

Para determinar la influencia de la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento sobre el uso de estrategias para el posicionamiento en el mercado de las Pymes se utilizó la prueba de contrastación de Hipótesis Rho de Spearman con un nivel de significancia del 5%, además este coeficiente de correlación nos indica que las variables en estudio tienen una relación muy baja, si es que se encuentra entre los valores 0 a 0.19 o su valor negativo, una relación de Baja, si es que encuentra entre 0.20 y 0.39, una relación Moderada, si es que se encuentra entre 0.40 y 0.59, una relación Alta, si se encuentra entre 0.6 y 0.79 y una relación Muy alta, si se encuentra entre 0.80 y 1, al igual que sus valores negativos; este valor negativo nos indica que tipo de relación, directa o inversa, tiene la relación de variables.

Se implementará una base de datos con la información codificada de las empresas (MYPES), incluyendo las variables en estudio, para luego procesarla mediante programa estadístico SPSS.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se realizó el uso del análisis de correlación de las variables gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las Mypes, para las que, además, se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

3.7. Matriz de Consistencia

Esta matriz permite observar la lógica interna del desarrollo de la presente investigación, permitiendo al investigador evaluar el grado de conexión lógica y coherencia entre el título, el problema, los objetivos, las hipótesis, las variables, el tipo, método, diseño e instrumentos de

investigación; así como la población y la muestra correspondiente de estudio (ver anexo 6).

3.8. Principios éticos para la investigación

La Gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y participación del mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019, ha tenido en cuenta los siguientes principios éticos:

Confiable; se confió en la honestidad e integridad de los representantes de las diferentes MyPES, al momento de obtener la información solicitada.

Respeto; se presentó con la más absoluta pulcritud tanto de vestimenta como de lenguaje al momento de la entrevista, identificándose y comunicando el objetivo de la investigación y la importancia que tenía la persona informante en esta.

Justicia; todos los participantes en la investigación tuvieron el derecho de recibir el mismo tratamiento y no excluir su información proporcionada.

Confidencialidad; todos representantes de las MyPES estuvieron y están amparados bajo la ley del secreto estadístico, en donde la información brindada no es divulgada de manera individual y así mantiene el anonimato del informante.

Veracidad; la información presentada en la investigación no ha sido alterada, ni parcial, ni totalmente, se presenta tal cual fue proporcionada por los representantes de las MyPES.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

En la presentación de los resultados de esta investigación, cabe resaltar que las variables en estudio tienen indicadores con escala ordinal tipo Likert que son nunca, casi nunca, ocasionalmente, casi siempre y siempre con valores de 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente; para determinar la variables se utilizó la baremación, obteniendo para la variable gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento, una escala de tres categorías que son muy baja, baja, media, alta y muy alta, con valores de 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente y para la variable posicionamiento, nunca, casi nunca, ocasionalmente, casi siempre y siempre con valores de 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente.

4.1.1. Resultados de la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento.

Identificar la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento que utilizan las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo.

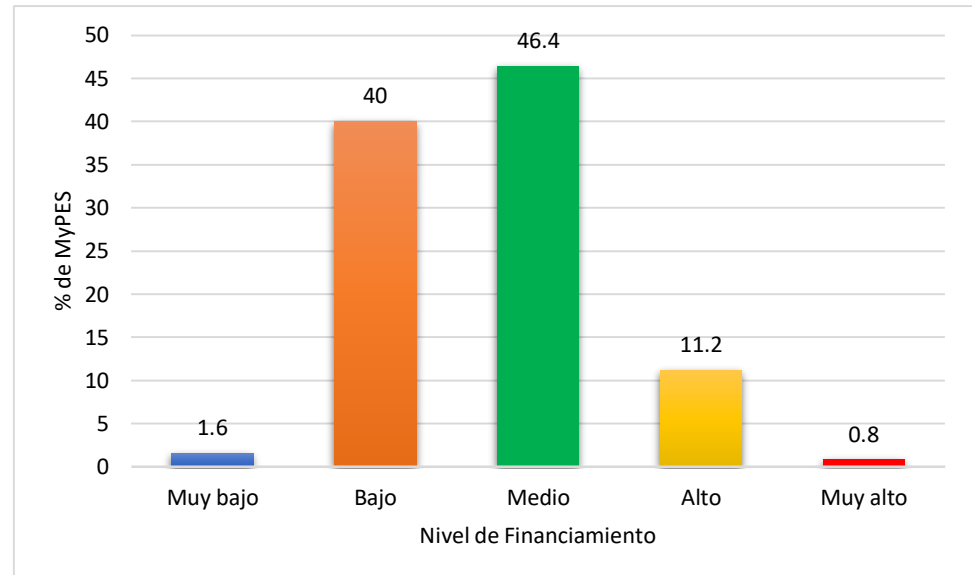
Tabla 1

Nivel de gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.

Nivel de Gestión de la calidad	MyPES	Porcentaje
Muy bajo	2	1.6
Bajo	50	40.0
Medio	58	46.4
Alto	14	11.2
Muy alto	1	0.8
Total	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019.

Figura 1. Nivel de gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.



Fuente. Tabla 1

De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES industriales rubro imprenta, se identificó que solo un 12% de las MyPES tienen un nivel de Alto (11.8%) y Muy alto (0.8%) de la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento, además que el 46.4% tienen un nivel Medio.

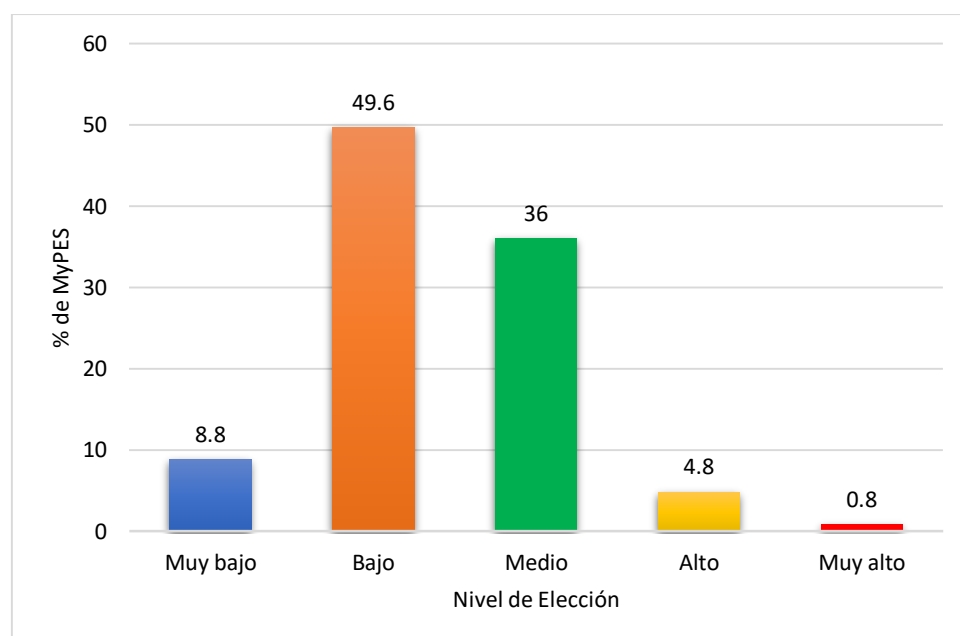
Tabla 2

Nivel de la elección del tipo de financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo, 2019.

Nivel de Elección	MyPES	Porcentaje
Muy bajo	11	8.8
Bajo	62	49.6
Medio	45	36.0
Alto	6	4.8
Muy alto	1	0.8
Total	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019.

Figura 2. Nivel de la elección del tipo de financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.



Fuente. Tabla 2

Con respecto a la dimensión elección del tipo de financiamiento, se logró determinar que el 58.4% de las MyPES industriales rubro imprenta dedicadas al rubro imprenta tienen un nivel bajo y Muy bajo y solo un 5.6% de la MyPES tienen un nivel Alto y Muy alto.

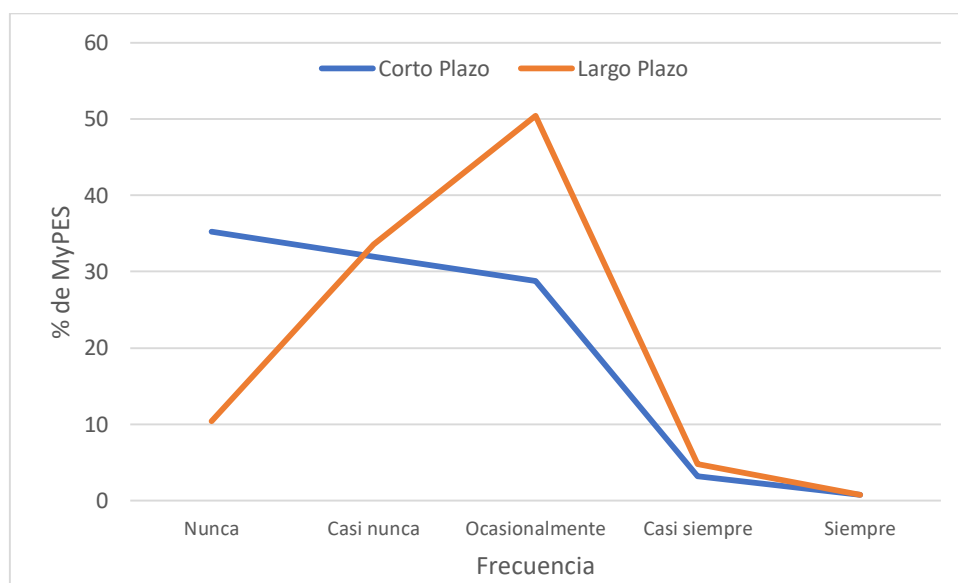
Tabla 3

Plazo que utilizan las MyPES industriales rubro imprenta del mercado de Chiclayo, 2019

Frecuencia	Corto Plazo	Largo Plazo
Nunca	35.2	10.4
Casi nunca	32.0	33.6
Ocasionalmente	28.8	50.4
Casi siempre	3.2	4.8
Siempre	0.8	0.8
Total	100	100

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019.

Figura 3. Plazo que utilizan las MyPES industriales rubro imprenta del mercado de Chiclayo, 2019



Fuente. Tabla 3

En la tabla 3 podemos apreciar que existe un mercado 35.2% de las MyPES dedicados a la imprenta que nunca utilizaron un crédito a corto plazo a lo largo de su vida y un 50.4% estas que utilizaron financiamientos a largo plazo.

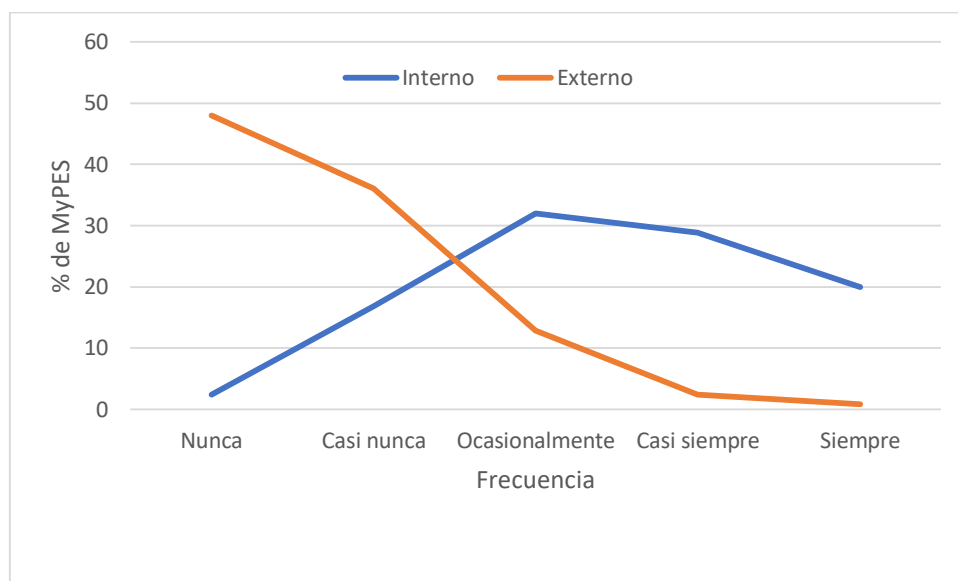
Tabla 4

Tipo de financiamiento que utilizan las MyPES industriales rubro imprenta del cercado de Chiclayo, 2019

Frecuencia	F. Interno	F. Externo
Nunca	2,4	48.0
Casi nunca	16,8	36.0
Ocasionalmente	32,0	12.8
Casi siempre	28,8	2.4
Siempre	20,0	0.8
Total	100,0	100

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019.

Figura 4. Tipo de financiamiento que utilizan las MyPES industriales rubro imprenta del cercado de Chiclayo, 2019



Fuente. Tabla 4

En la tabla 4 podemos apreciar que existe un 32% de las MyPES dedicados a la imprenta, que ocasionalmente utilizaron un crédito a interno a lo largo de su vida y un 48% estas que nunca utilizaron un financiamiento externo.

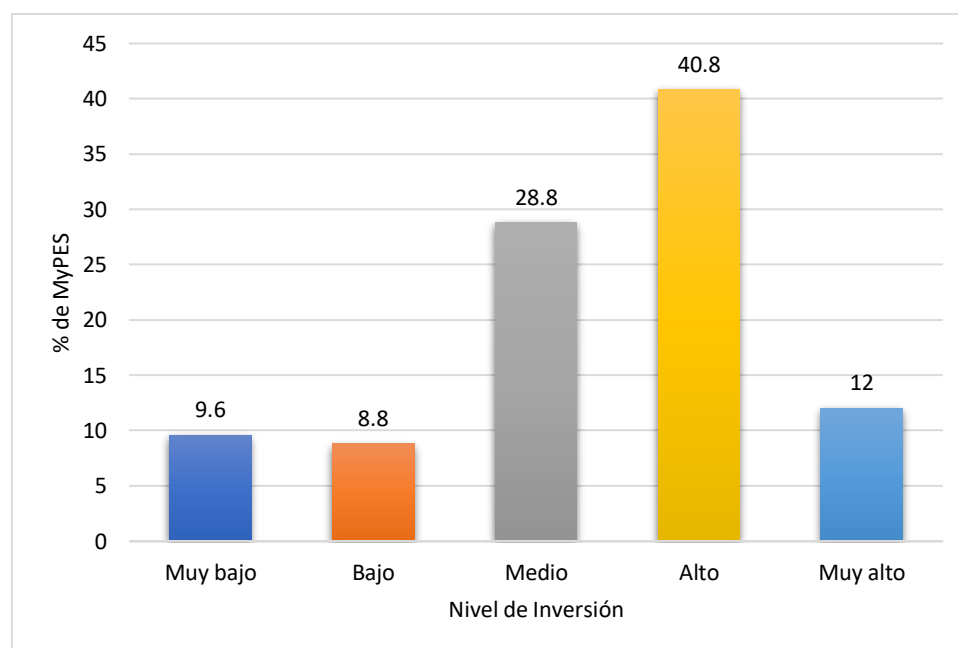
Tabla 5

Nivel de la inversión del financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo, 2019.

Nivel de Inversión	MyPES	Porcentaje
Muy bajo	12	9.6
Bajo	11	8.8
Medio	36	28.8
Alto	51	40.8
Muy alto	15	12.0
Total	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019

Figura 5. Nivel de la inversión del financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.



Fuente. Tabla 5

Para la dimensión inversión del financiamiento se logró identificar que entre los niveles Alto y Muy alto del nivel de inversión se encuentran el 52.8% de las MyPES industriales rubro imprenta,

mientras que solo el 18.4% de estas MyPES tienen un nivel Bajo y Muy bajo.

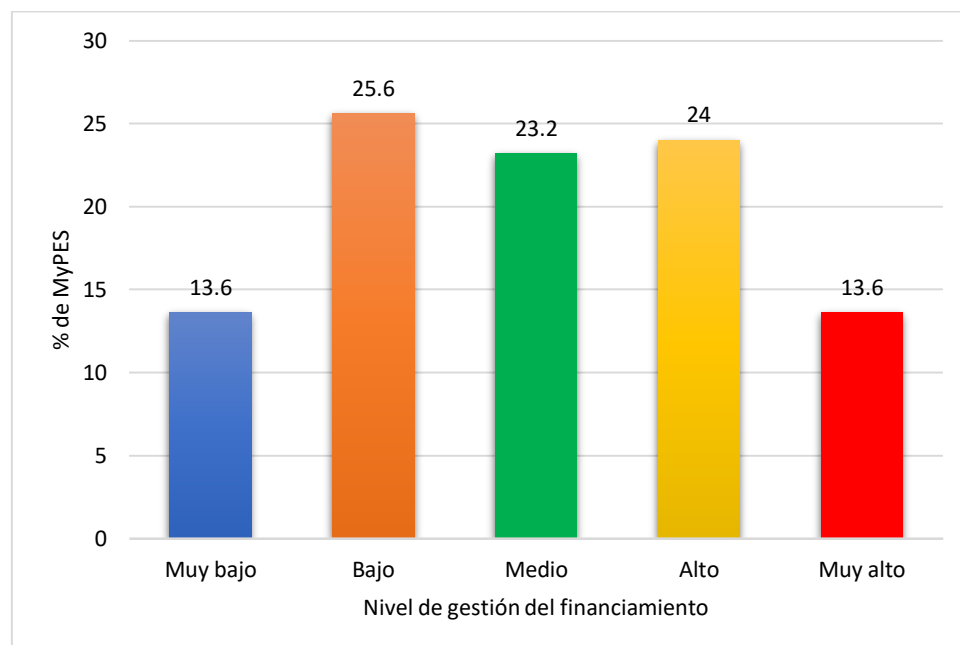
Tabla 6

Nivel de etapas de la gestión del financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.

Nivel de Decisión	MyPES	Porcentaje
Muy bajo	17	13.6
Bajo	32	25.6
Medio	29	23.2
Alto	30	24.0
Muy alto	17	13.6
Total	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019.

Figura 6. Nivel de etapas de la gestión del financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019.



Fuente. Tabla 6

En la dimensión etapas de la gestión del financiamiento se determinó que existe un 25.6% de MyPES con un nivel bajo de gestión del financiamiento y un 13.6% con nivel muy bajo, haciendo que un 39.2% de las MyPES industriales rubro imprenta tienen un nivel entre bajo y muy bajo, además, que un 24.6% de MyPES tienen un nivel alto de gestión del financiamiento y un 13.6% con nivel muy alto agrupando un 37.6% de la MyPES con un nivel entre Alto y Muy alto.

4.1.2. Resultados del posicionamiento en el mercado.

Identificar las estrategias de posicionamiento de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprenta del mercado de Chiclayo.

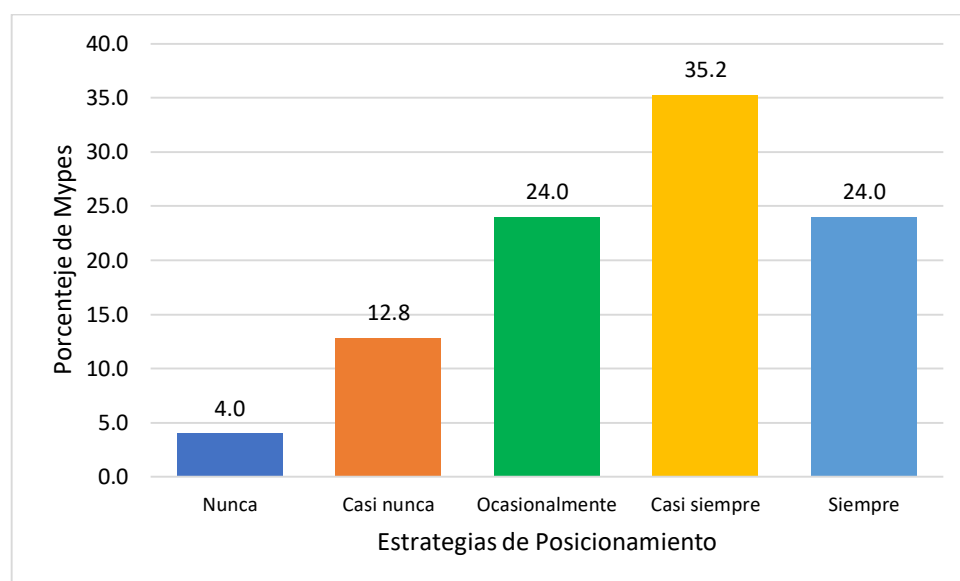
Tabla 7

Estrategias de posicionamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019

Posicionamiento	MyPES	Porcentaje
Nunca	5	4.0
Casi nunca	16	12.8
Ocasionalmente	30	24.0
Casi siempre	44	35.2
Siempre	30	24.0
Total	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo. 2019

Figura 7. Estrategias de posicionamiento de las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo. 2019



Fuente. Tabla 7

En la identificación de las estrategias de posicionamiento se pudo encontrar que el 59.2% de MyPES industriales rubro imprenta las utilizan siempre o casi siempre, en contraste, podemos ver que solo un 16.8% de estas MyPES las utilizan nunca o casi nunca.

4.1.3. Resultados de la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y el posicionamiento en el mercado.

Determinar la relación entre el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del mercado de Chiclayo.

Tabla 8

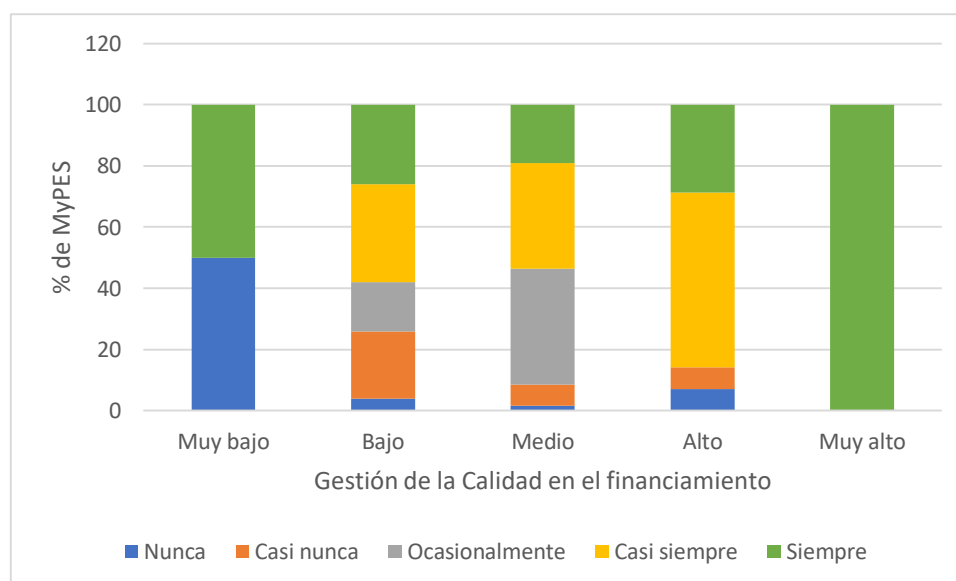
Micro y Pequeña empresa del rubro imprenta según la relación entre las estrategias de posicionamiento y el nivel de financiamiento. Chiclayo, 2019.

Estrategias de posicionamiento	Gestión de la calidad en el financiamiento										Total	
	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto			
	Mypes	%	Mypes	%	Mypes	%	Mypes	%	Mypes	%	Mypes	%
Nunca	1	50.0	2	4.0	1	1.7	1	7.1	0	0.0	5	4.0
Casi nunca	0	0.0	11	22.0	4	6.9	1	7.1	0	0.0	16	12.8
Ocasionalmente	0	0.0	8	16.0	22	37.9	0	0.0	0	0.0	30	24.0
Casi siempre	0	0.0	16	32.0	20	34.5	8	57.1	0	0.0	44	35.2
Siempre	1	50.0	13	26.0	11	19.0	4	28.6	1	100.0	30	24.0
Total	2	100.0	50	100.0	58	100.0	14	100.0	1	100.0	125	100.0

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo.

2019

Figura 8. Micro y Pequeña empresa del rubro imprenta según la relación entre las estrategias de posicionamiento y el nivel de financiamiento. Chiclayo, 2019.



Fuente. Tabla 8

Para la relación del nivel de financiamiento y la utilización de las estrategias de posicionamiento se encontró que para un nivel alto de financiamiento el 57.1% de las Mypes utilizan casi siempre las estrategias de posicionamiento, mientras que solo el 7.1% nunca las utilizaron. Así mismo, para el nivel medio el 37.9% de las

Mypes las utilizan ocasionalmente y un 1.7% nunca las utilizaron y para un nivel bajo de financiamiento se tiene que un 32% las utilizan casi siempre y un 4% nunca las han utilizado.

Tabla 9

Contraste de la hipótesis micro y pequeña empresa del rubro imprenta y su influencia en las estrategias de posicionamiento utilizadas y el financiamiento durante su periodo de vida. Chiclayo, 2019.

Variable	Rho de Spearman	
Gestión de la calidad en el financiamiento	Coeficiente de correlación	.097
	Sig. (bilateral)	.281
Dimensión: Elección del tipo de financiamiento	Coeficiente de correlación	.076
	Sig. (bilateral)	.397
Dimensión: Gestión del financiamiento	Coeficiente de correlación	.072
	Sig. (bilateral)	.426
Dimensión: Inversión del Financiamiento	Coeficiente de correlación	.264**
	Sig. (bilateral)	.003

Fuente. Cuestionario administrado a los representantes de las MyPES industriales rubro imprenta, Chiclayo, 2019

La relación de variables se midió con el coeficiente Rho de Spearman, puesto que las variables son de tipo ordinal; para esta contrastación de Hipótesis se determinaron:

Hipótesis nula: No existe relación entre la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y las estrategias de posicionamiento utilizadas por las Mypes del centro de la ciudad de Chiclayo.

Hipótesis alternativa: Existe relación entre la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y las estrategias de posicionamiento utilizadas por las Mypes del centro de la ciudad de Chiclayo.

En los resultados se puede verificar que no existe una relación significativa entre la gestión de calidad con enfoque en el financiamiento y las estrategias de posicionamiento utilizadas por la Mypes (significancia del 0.281), además podemos verificar que existe una muy baja y directa relación entre las variables en estudio.

Para las dimensiones de la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento, se determinó que solo la dimensión Inversión del financiamiento se encuentran relacionada a las estrategias de posicionamiento (significancia 0.003), más no las dimensiones gestión del financiamiento (significancia 0.426) y la elección del financiamiento (significancia 0,397), Además se puede decir que la relación entre las estrategias de posicionamiento y las dimensiones gestión del financiamiento y la elección del financiamiento son muy bajas y directas, y con la dimensión inversión del financiamiento, a pesar de ser significativo es baja y directa.

4.2. Análisis de los Resultados

Objetivo general: Determinar la relación que existe de la Gestión de calidad con enfoque en el Financiamiento y el posicionamiento en el mercado en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas del centro de Chiclayo. En la Tabla 7, se muestra que con un nivel de significancia de 28.1% en la prueba Rho de Spearman; lo que indica que no se rechaza H_0 , bajo la afirmación que no existe relación entre las variables en estudio; por lo tanto podemos afirmar que la

Gestión de calidad con enfoque en el Financiamiento, no se relaciona con las estrategias de posicionamiento en el mercado utilizadas por las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas en la ciudad de Chiclayo, 2019. En nuestra investigación la gestión de calidad en el financiamiento no se relaciona con el posicionamiento de mercado, por lo que hemos podido encontrar que no solo el financiamiento interviene en el buen desarrollo de la empresa, sino que también existen otros factores importantes, a los que se debe brindar una exhaustiva investigación. En la relación de con las dimensiones de esta variable se puede rescatar que se tiene una relación de la inversión del financiamiento, que, aunque es baja, pero significativa, se encuentra relacionada con las estrategias de financiamiento.

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de Gestión de calidad con enfoque en el Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas del centro de Chiclayo, 2019. En la tabla 1 se ha encontrado que más del 85,0% tiene un nivel medio a muy bajo en cuanto a la gestión de calidad en el financiamiento, lo que nos indica que la forma como adquieren los financiamientos los representantes no es la más indicada y lo podemos corroborar en la dimensión elección del financiamiento en la tabla 2 que el 58.4% tiene un nivel bajo o muy bajo de elección a pesar que en la dimensión inversión del financiamiento se encuentra un 58.2% en un nivel alto y muy alto, debido a esto se les podría ofrecer capacitación acerca de los momentos en que sería favorable, así como los aspectos a tener en cuenta, de los diferentes tipos financiamiento, ya sea interno o externo y además del uso de las herramientas de gestión de la calidad. Así mismo, se encontró que a la hora de elegir el plazo de financiamiento se nota claramente que no se le da una mayor importancia a los plazos de los financiamientos (Tabla 3).

Objetivo específico 3: Determinar el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro imprentas del centro de Chiclayo, 2019. Se encontró que existe un buen número de representantes, 59.2% de los representantes de la MyPEs distribuidos en los que utilizan casi siempre (35.2%) las estrategias y los que utilizan siempre (24%) estas estrategias, es decir que estos representantes tienen conocimientos acerca de las estrategias del posicionamiento que le deberían dar a sus empresas, pero que no lo prestan una mayor importancia.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se concluye que, no existe una relación significativa entre la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y las estrategias de posicionamiento adoptadas por las personas encargadas de la dirección de las MyPES industriales del rubro imprenta del cercado de Chiclayo. Con un nivel de confianza del 5 % de confianza se utilizó la prueba de Rho de Spearman, puesto que las variables gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y el uso de las estrategias de posicionamiento tienen una escala de medición ordinal, obteniendo una significancia del 28.1%. La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento no influye en las estrategias de posicionamiento en el mercado utilizadas por las MyPES industriales rubro imprenta del centro de Chiclayo.

El nivel de gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las MyPES industriales rubro imprenta una distribución no favorable para poder medir la relación entre las variables, así se tiene que las MyPES que tienen un nivel muy bajo es del 1.6%, mientras que el 40% tiene un nivel bajo, el 46.4%

tiene un nivel Medio, un 11.2% tiene un nivel alto y solo un 0.8% de estas tiene un nivel muy alto.

Los micro y pequeños empresarios dedicados a la imprenta que siempre utilizaron las estrategias de posicionamiento en el mercado fue de un 24%, un 35,2% lo hicieron casi siempre y un 24% lo hicieron ocasionalmente, mientras que un 12.8% casi nunca utilizaron estas estrategias y solo un 4% no las utilizaron.

5.2. Recomendaciones

Los representantes de las MyPES dedicadas al rubro imprentas deben preocuparse en la aplicación de una manera adecuada de hacer gestión de la calidad en las MyPES que dirigen, debiendo llegar a un alcance significativo sobre la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento, donde deberían capacitarse de manera más profunda en las técnicas de selección del tipo de financiamiento a ser utilizado que tenga coherencia con el tiempo que se encuentra en ese rubro y la diversidad de productos que ofrecen; además necesitan de invertir en modernización, teniendo en cuenta la tecnología crece a pasos agigantados y ponerse a la vanguardia no solo de la calidad de los productos que oferta, sino también del ahorro a largo plazo que le puede ofrecer.

Los representantes de las MyPES del rubro imprenta deben hacer énfasis en determinar de una forma correcta, cual es la estrategia de posicionamiento en el mercado de su empresa, para lo cual deben invertir tiempo que a largo tiempo se convertirá en un beneficio, debido a que su empresa estará en la mente de los clientes.

Tener en cuenta otros factores que contribuyan a mejorar la elección de las estrategias de posicionamiento, como por ejemplo, la mejora de la calidad de sus productos, de la atención al cliente, de los precios, de la diversificación de sus productos, del local, del trato personalizado, entre otros y que le permitan crecer o mantenerse por lo menos por largo tiempo en el mercado.

Referencias Bibliográficas

- Aching, C. (2006). *Matemáticas financieras para la toma de decisiones empresariales*. México. Editorial McGraw-Hill.
- Avolio, B; Mesones, A. y R. E. (n.d.). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Strategia. Recuperado de http://www.academia.edu/32847592/Factores_que_limitan_el_crecimiento_de_las_micro_y_pequeñas_empresas_en_el_Perú_MYPES_
- Banco Central de reserva del Perú. (2009). *Importancia de facilitar el acceso al crédito a la Micro y Pequeña Empresa*. Perú. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Concurso-Escolar/2009/Concurso-Escolar-2009-Material-3.pdf>
- Becerra, F. (2016). *La gestión de calidad con un enfoque en el financiamiento y su influencia en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños del centro comercial los ferroles, chimbote, año 2016*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1343>
- Ccaccya, F. (2015). *Fuentes de financiamiento empresarial*. Recuperado de, http://aempresarial.com/servicios/revista/339_9_uhfrtnzqwzphadsapnarfceduuquulzckqwxqmualjhlmlzlb.pdf
- Carrasco, S. (2009) *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Ed. San Marcos.
- Córdoba, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones
- Economía Simple.net. (n.d.). *¿Qué es el posicionamiento de mercado? | Empresa*. Retrieved August 26, 2018, from <https://www.economiasimple.net/glosario/posicionamiento-de-mercado>
- emprende pyme.net. (n.d.). *Posicionamiento de mercado | ¿Qué es el posicionamiento de mercado?* Retrieved August 26, 2018, from <https://www.emprendepyme.net/posicionamiento-de-mercado>

- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la Calidad*. Mexico D.F.: Cengage, Learnig
- George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update* (4ª ed.). Boston, EE.UU.: Allyn & Bacon.
- Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera*. México. Editorial Prentice Hall.
- Hernández, R. Fernández, C Baptista, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta. Ed. México: Edit. Mc Graw Hill.McGraw-Hill
- Henderson, A. (2011). *Gestión de la Calidad*. Guatemala: Instituto Centroamericano de Administración Pública.
- Higuerey, A. (2004). *Decisiones financieras a corto plazo*. Recuperado de: http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/anahigo/guias_finanzas1_pdf/tema7.pdf.
- Kong, J. y 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* ”. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/88>
- Levy, L. (2008). *Planeación estratégica de las fuentes de financiamiento*. México. Ediciones fiscales.
- Lira, P. (2009). *Finanzas y financiamiento*. Usaid Perú Mype Competitiva, 1(1), 1–146. Recuperado de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf
- Prado, A. (2010). *El financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las MYPES textil-confecciones de Gamarra*. Universidad de San Martín de Porres. Universidad de San Martín de Porres. Programa Cybertesis PERÚ. Retrieved from <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/356>
- Ruiz, M. (n.d.). *Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años* | Economía | Peru21. Retrieved August 26, 2018, from <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran->

3-anos-405727

Sánchez, B. (2006). *Las MYPES en Perú. su importancia y propuesta tributaria*, Vol. 13, N, 5.

Udaondo, M. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=Gestión+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiNrdWA_ovdAhXHmOAKHYsKBUCQ6AEIODAE#v=onepage&q=Gestión de la calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=Gestión+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiNrdWA_ovdAhXHmOAKHYsKBUCQ6AEIODAE#v=onepage&q=Gestión+de+la+calidad&f=false)

Van Horne, J y Wachowicz, J. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. México. Prentice Hall Hispanoamericana.

Vasquez, J. (n.d.). *Pymes Peruanas: Importancia de las MYPEs en el Perú*.

Retrieved August 26, 2018, from

<http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Westerfield, R., y Jaffe. (2012). *Finanzas Corporativas* (9ª. ed.). México, México: Mc. Graw Hill. Interamericana



ANEXOS ANEXO 1

Encuesta

La presente encuesta tiene como finalidad medir el financiamiento y posicionamiento de las Mypes en el Distrito de Chiclayo, en base a la gestión de calidad que han adoptado. Se les pide por favor que respondan con toda sinceridad, para obtener una información real, así mismo, la información entregada es anónima y totalmente confidencial amparada en Decreto Supremo Nro. 043-2001-PCM.

I. DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES:

- | | |
|---|--|
| <p>1. ¿Cuál es el nombre y la razón social de la Empresa?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>2. Género del representante legal de la empresa:</p> <p>Masculino (1)</p> <p>Femenino (2)</p> <p>3. ¿Cuál es la edad del representante legal de la empresa?</p> <p>18 – 25 Años (1)</p> <p>26 – 60 Años (2)</p> <p>61 Años a más (3)</p> | <p>4. ¿Cuál es el Grado de Instrucción del representante legal de la empresa?</p> <p>Ninguna (1)</p> <p>Inicial (2)</p> <p>Primaria (3)</p> <p>Secundaria (4)</p> <p>Superior no universitaria (5)</p> <p>Superior universitaria (6)</p> |
|---|--|

II. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPE

- | | |
|---|---|
| <p>5. ¿Cuántos Años se encuentra en el Sector y Rubro?</p> <p>Menos de 1 Año (1)</p> <p>1 año a menos de 3 Años (2)</p> <p>Más de 03 Años (3)</p> | <p>6. ¿Cuál es el número de trabajadores que tiene la empresa?</p> <p>Uno (1)</p> <p>De 2 a 3 Trabajadores (2)</p> <p>Más de 3 Trabajadores (3)</p> |
|---|---|

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE

<i>Gestión del Financiamiento</i>	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Ocasionalmente (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
7. ¿Identifica el objetivo del financiamiento antes de solicitarlo?					
8. ¿Establece las metas que tendrá el financiamiento antes de solicitarlo?					
9. ¿Organiza las áreas y el personal que se harán cargo del financiamiento?					
10. ¿Dirige las áreas y personal que tiene a cargo la inversión del financiamiento?					
11. ¿Controla el cumplimiento de los objetivos y metas del financiamiento?					

<i>Financiamiento interno</i>	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Ocasionalmente (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
12. ¿El financiamiento de la empresa se realiza con los Aportes de los socios y/o dueños?					
13. ¿El financiamiento de la empresa se realiza con las utilidades reinvertidas?					

14. ¿El financiamiento de la empresa se realiza con las depreciaciones y amortizaciones?					
15. ¿El financiamiento de la empresa se realiza con los incrementos de pasivos acumulados?					
16. ¿El financiamiento de la empresa se realiza con la venta de Activos?					
<i>Financiamiento externo</i>	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Ocasionalmente (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
17. ¿La empresa se financia con créditos comerciales?					
18. ¿La empresa se financia con créditos bancarios?					
19. ¿La empresa se financia con pagarés?					
20. ¿La empresa se financia con líneas de crédito?					
21. ¿La empresa se financia con cuentas por cobrar?					
22. ¿La empresa se financia con bonos?					
23. ¿La empresa se financia con acciones?					
24. ¿La empresa se financia con hipotecas?					
25. ¿La empresa se financia con arrendamiento financiero?					

<i>Inversión del financiamiento recibido</i>	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Ocasionalmente (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
26. ¿El crédito recibido fue invertido en Capital de Trabajo?					
27. ¿El crédito recibido fue invertido en Inversión de Activos Fijos?					
28. ¿El crédito recibido fue invertido en Pago de Deudas?					
29. ¿El crédito recibido fue invertido en Adquisición de materias primas?					

IV. DEL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Durante el periodo de vida de su empresa, la estrategia utilizada fue:	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Ocasionalmente (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
30. ¿El tipo de Posicionamiento en el mercado fue por Atributos o beneficios?					
31. ¿El tipo de Posicionamiento en el mercado fue por su uso o aplicación?					
32. ¿El tipo de Posicionamiento en el mercado fue teniendo en cuenta a su competidor?					
33. ¿El tipo de Posicionamiento en el mercado fue por calidad o precio?					
34. ¿El tipo de Posicionamiento en el mercado fue a través del Nombre?					

Muchas Gracias.

ANEXO 2

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta			Buena = 5, Regular = 3, Mala = 1									
Evaluación de Coherencia			Excelente = 5, Bueno = 4, Regular = 3, Malo = 1									
Puntaje máximo por Item = 25			Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.									
Puntaje Mínimo por Item = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN V/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de la Calidad con enfoque en el	Gestión del Financiamiento	Planificación	7 y 8		3		5	4	4	5	21	
		Organización	9	5			4	4	4	5	22	
		Dirección	10	5			5	5	5	5	25	
		Control	11	5			5	5	5	5	25	
	Tipo de Financiamiento	Interno	12,13,14,15,16		3		5	5	5	5	23	
		Externo	17,18,19,20,21,22,23,24,25		5		5	4	4	5	23	
		Corto plazo	21,22,23,24		5		5	4	5	5	24	
		Largo plazo	12,13,14,15,16,17,18,19,20		5		4	4	4	5	22	
	Inversión del Financiamiento	Capital de trabajo	21		5		5	5	5	5	25	
		Activos Fijos	22		5		4	5	4	5	23	
		Pago de deudas	23		5		5	4	5	4	23	
		Materias primas	24		5		5	5	5	5	25	
Posicionamiento	Estrategias de Posicionamiento	Atributos o Beneficios	25		5		4	5	5	5	24	
		Uso o aplicación	26		5		5	5	5	5	25	
		Competidor	27		5		5	4	5	4	23	
		Calidad / Precio	28		5		5	5	5	5	25	
PROMEDIO DE VALORACIÓN							4,75	4,5625	4,6875	4,875	378,00	

Bueno


Apellidos y Nombres del experto	Estela Siancas José Francisco	
Grado Académico del experto	Maestro en Administración de Negocios	
Cargo Académico del experto	Docente Contratado	
Institución	Universidad Santo Toribio de Mogrovejo	
Fecha de Validación	16/09/2019	Firma del Experto

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO

Valoración de respuesta		Buena = 5, Regular = 3, Mala = 1										
Evaluación de Coherencia		Excelente = 5, Bueno = 4, Regular = 3, Malo = 1										
Puntaje máximo por Item = 25		Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por item por el número total de items, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por items multiplicado por el número total de items, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.										
Puntaje Mínimo por Item = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de la Calidad con enfoque en el	Gestión del Financiamiento	Planificación	7 y 8		3		4	4	4	4	19	
		Organización	9	5		5	5	5	5	5	25	
		Dirección	10	5		5	5	5	5	5	25	
		Control	11	5		5	5	5	5	5	25	
	Tipo de Financiamiento	Interno	12,13,14,15,16	5		3	4	4	5	5	21	
		Externo	17,18,19,20,21,22,23,24,25	5		4	4	4	5	5	22	
		Corto plazo	21,22,23,24	5		4	4	4	5	5	22	
		Largo plazo	12,13,14,15,16,17,18,19,20	5		4	4	4	5	5	22	
	Inversión del Financiamiento	Capital de trabajo	21	5		3	4	4	4	4	20	
		Activos Fijos	22	5		4	4	4	5	5	22	
		Pago de deudas	23	5		5	5	5	5	5	25	
		Materias primas	24	5		5	5	5	5	5	25	
Posicionamiento*	Estrategias de Posicionamiento	Atributos o Beneficios	25	5		4	4	4	4	21		
	Uso o aplicación	26	5		4	4	4	4	4	21		
	Competidor	27	5		5	4	4	5	5	23		
	Calidad / Precio	28	5		5	4	5	5	5	24		
PRÓMEDIO DE VALORACIÓN						4,3125	4,3125	4,375	4,75	362,00		

Buena



Apellidos y Nombres del experto	Morante Rojas Zulema Luz	
Grado Académico del experto	Maestro en Gestión Pública	
Cargo Académico del experto	Fedatario Fiscalizador	
Institución	Superintendencia Nacional Tributaria	
Fecha de Validación	18/09/2019	
		Firma del Experto

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO

Valoración de respuesta		Buena = 5, Regular = 3, Mala = 1										
Evaluación de Coherencia		Excelente = 5, Bueno = 4, Regular = 3, Malo = 1										
Puntaje máximo por Item = 25		Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.										
Puntaje Mínimo por Item = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR			
Gestión de la Calidad con enfoque en el	Gestión del Financiamiento	Planificación	7 y 8	5			4	4	4	4	21	
		Organización	9	5			5	5	5	5	25	
		Dirección	10	5			5	5	5	5	25	
		Control	11	5			5	5	5	5	25	
	Tipo de Financiamiento	Interno	12,13,14,15,16		3		4	4	4	5	20	
		Externo	17,18,19,20,21,22,23,24,25	5			4	4	4	5	22	
		Corto plazo	21,22,23,24	5			5	4	4	5	23	
		Largo plazo	12,13,14,15,16,17,18,19,20	5			5	4	4	5	23	
	Inversión del Financiamiento	Capital de trabajo	21	5			4	4	4	4	21	
		Activos Fijos	22	5			4	4	4	5	22	
		Pago de deudas	23	5			5	5	5	5	25	
		Materias primas	24	5			5	5	5	5	25	
Posicionamiento	Estrategias de Posicionamiento	Atributos o Beneficios	25	5			4	4	4	4	21	
		Uso o aplicación	26	5			4	4	4	4	21	
		Competidor	27	5			5	4	4	5	23	
		Calidad / Precio	28	5			5	4	5	5	24	
PROMEDIO DE VALORACIÓN							4,5625	4,3125	4,375	4,75	366,00	

Bueno

Apellidos y Nombres del experto	Zapatel Arriaga Luis	
Grado Académico del experto	Maestro en Administración de Negocios	
Cargo Académico del experto	Docente Contratado	
Institución	Universidad Señor de Sipán	
Fecha de Validación	17/09/2019	Firma del Experto

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TABLA DE CONSOLIDACIÓN DE VALORES DE EXPERTOS

CRITERIOS DE VALORACIÓN	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	PUNTAJE PROMEDIO
Promedio de valoración Relación entre variable y dimensión	4.75	4.56	4.31	4.54
Promedio de Valoración de Relación entre la dimensión y el indicador	4.56	4.31	4.31	4.40
Promedio de Valoración de Relación entre el indicador y el Ítem	4.69	4.38	4.38	4.48
Promedio de valoración de Relación entre el indicador y la opción de respuesta	4.88	4.75	4.75	4.79
VALOR PROMEDIO DE LOS TRES EXPERTOS	4.55 (Excelente)			

CONDICIÓN DEL INSTRUMENTO	Puntuación	Calificación
Debe modificar totalmente, el instrumento no es posible aplicarlo	1.00 a 2.66	Pésimo
El instrumento debe ser modificado de acuerdo con las observaciones del experto	2.67 a 4.34	Regular
El instrumento está muy bien confeccionado y puede ser aplicado	4.34 a 5.00	Excelente

ANEXO 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CONSENTIMIENTO INFORMADO

TÍTULO

GESTIÓN DE LA CALIDAD CON ENFOQUE EN EL FINANCIAMIENTO Y SU
RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL RUBRO IMPRENTAS DEL
CERCADO DE CHICLAYO, 2019.

Yo, acepto
participar voluntariamente en la presente investigación, señalo que he sido debidamente
informado del propósito de la Investigación.

Mi participación consiste en responder con veracidad y de forma oral a las preguntas
planteadas.

El investigador se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de los datos, los
resultados se informarán de modo general, guardando en reserva la identidad de las personas
entrevistadas. Por lo cual autorizo mi participación firmando el presente documento.

FIRMA

.....

ANEXO 4

Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
Actividades	Año 2019																	
	Ju l.	Agosto					Setiembre				Octubre					No v		
	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1		
Elaboración del Proyecto																		
Revisión del proyecto por el jurado de investigación																		
Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación																		
Exposición del proyecto al JI																		
Mejora del marco teórico y metodológico																		
Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información																		
Elaboración del consentimiento informado (*)																		
Recolección de la información																		
Presentación de resultados																		
Análisis e Interpretación de los resultados																		
Redacción del informe preliminar																		
Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																		
Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																		
Presentación de ponencia en jornadas de investigación																		
Redacción de artículo científico																		

(*) sólo en los casos que aplique

ANEXO 5

PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
✓ Impresiones	500	0.1	50
✓ Fotocopias	180	0.1	18
✓ Empastado	50	4	200
✓ Papel Bon A-4 (500 hojas)	15	4	60
✓ Lapiceros	20	1	20
✓ Servicios			
✓ Uso de Turnitin	50	2	100
✓ Encuestadores	20	180	3600
Sub total			4048
Gastos de viaje			
✓ Pasajes para recolectar información	10	50	500
Sub total			500
Total de Presupuesto desembolsable			4548
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
✓ Uso de Internet(Laboratorio de Aprendizaje)	30	4	120
✓ Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
✓ Soporte Informático (Modulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
✓ Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
Sub total			400
✓ Recurso humano			
✓ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
Sub total			252
Total de Presupuesto no desembolsable			652
Total			5200

ANEXO 6

Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Hipótesis	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>Gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento y su relación con la participación en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro imprentas del centro de Chiclayo, 2019.</p>	<p>¿Existe relación entre la gestión de la calidad con un enfoque en el financiamiento con el posicionamiento del mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar si existe relación entre de la gestión de la calidad bajo el enfoque en el financiamiento con el posicionamiento en el mercado de las de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro imprentas del cercado de Chiclayo, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento que utilizan las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo. • Identificar las estrategias de posicionamiento de mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo. • Determinar la relación entre el financiamiento y el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro imprentas del cercado de Chiclayo. 	<p>Variable independiente: Gestión de la calidad con enfoque en el Financiamiento</p> <p>Variable dependiente: Posicionamiento en el mercado</p>	<p>Población: La población del presente trabajo de investigación está conformada por el total de micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de imprentas del centro de Chiclayo.</p> <p>Muestra: Se tomó al total de la población, teniendo como criterio de exclusión a aquellas empresas donde se negará la información solicitada obteniéndose un total de 125 micro y pequeñas empresas</p>	<p>Hipótesis General: La gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento influye favorablemente en el posicionamiento en el mercado de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro imprentas del centro de Chiclayo, 2018.</p>	<p>Tipo de investigación: La presente investigación es de enfoque cuantitativo de corte transversal.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva - Correlacional</p>	<p>Técnica Para el desarrollo de la presente investigación científica se utilizó la técnica de la encuesta para medir el financiamiento de las Mypes y el posicionamiento en el mercado de las Mypes.</p> <p>Instrumento: Se utilizó un cuestionario estructurado en 4 partes de la siguiente manera: La primera parte referida a los datos generales de los representantes legales. La segunda parte referida a la gestión de la calidad con enfoque en el financiamiento de las Mypes, La tercera parte referida a las estrategias para el posicionamiento en el mercado.</p>

ANEXO 7
Empresas participantes de la investigación

N°	RAZÓN SOCIAL
1	FOTOCOPIADORA KATTY
2	SERVICOM
3	EDITOR ARTEX
4	IMPRESIONES OFFSET CHICLAYO
5	GALVAS NET
6	IMPRESIONES Y SERVICIO S&A
7	IMPRESA VILLU
8	BUSTAMANTE CAMPOS ROSA
9	ERAZO OSCAR ELIAS
10	AGUIRRE HURTADO MILTON DAVID
11	AGUIRRE HURTADO NÉLIDA MARILÚ
12	SERVICIOS GRÁFICOS AURICH
13	D'MARIAN
14	V&S IMPRESA Y GIGANTOGRAFÍAS ERICK VERA FLORES
15	JORGE ANIBAL CHICLAYO GRAPHICS
16	CIBER CIX
17	GRAFINET IMPRESIONES
18	IMPRESA QUEROCOTILLO
19	HUGO STONE
20	HUERTAS DIAZ WANTUIL ALBERTO IMPRESIONES RUMA
21	EL GRÁFICO
22	A&S ASESORIA Y NEGOCIOS CORPORATIVOS S.A.C
23	MISHA COFFE LAB
24	SEMANARIO EXPRESIÓN
25	WALDO MIGUEL BALTAZAR.
26	CREATIVA ARTES GRÁFICAS DARIKA
27	ORMUZ PERÚ EIRL
28	PLASTIFICADORA ALEX
29	FIORITA – IMPRESA
30	IMPRECIX
31	DISEO Y COLOR (ISAIS ALARCON) 7 DE ENERO 1154
32	CHICLAYO GRAPHICS #981 JORGE BAUTISTA TORO
33	GOLDEN CARD EIRL
34	IMPRESA DIGIGRAF
35	IMPRESA SAN ISIDRO SRL
36	IMPRESIONES SERVENCO
37	GRÁFICA DIGITAL VALENCIA SAC
38	IMPRESIONES SR. CAUTIVO DE AYABACA
39	BCARDS

N°	RAZÓN SOCIAL
40	IMPRESIONES WALTER
41	IMPRESION MIGUEL ANGEL
42	IMPRESION JUNIOR - IMPRESION
43	FRÁFICA SSA
44	GRÁFICA PERÚ
45	FORMAT PRINT E.I.R.L
46	GRÁFICA LATINOAMERICANA SAC
47	FRIAS ORDERIQUE GLORIA ELVIRA
48	ACHA CABANILLAS JORGE LUIS
49	AYAASC SAC
50	INVERSIONES LA SAGA EIRL
51	SANCHEZ ZOCONI JULIO DANIEL
52	MARTIN CENTRO FOTOCOPIADO
53	TECNICOPIA
54	ANÓNIMO
55	WILMER DELGADO CARRASCO
56	SAMPI RAMOS MILAGROS
57	NIZANA CORONADO YANINA
58	CUBAS SAUCEDO JUANA
59	IMGRAS Y P
60	IMPRESIONES Y REPRESENTACIONES
61	CHANGANAQUE RAMOS
62	VILLEGAS VILLALOBOS
63	VIDAL SILVA ROMINA
64	NAVARRO RAMIREZ MARÍA
65	ANÓNIMO
66	PEREZ CARMEN JOSÉ
67	DELGADO FERNANDEZ LUIS ISIORO
68	JUAN CARLOS ÑANTUÑAY / GRÁFICA MARÍA ISABLE SAC
69	ASENJO DIAZ DE ERAZO DIANA A Y B IMPRESIONES
70	DELGADO RIVERA JORGE ARMANDO IMPRESIONES SAC
71	ARMANDO DELGADO FERNANDEZ IMPRESIONES PEQUEÑO EIRL
72	YOVERA CHUMAN YESICA ELIANA/ IMPRESION EL ARTE GRÁFICO EIRL
73	ALAN MARCOS CORREA/IMPRESIONES ARTE GRÁFICO
74	GRÁFICA CINTHIA
75	DIAZ TORRES ROSA ISABEL
76	GRAPHIC GUEVARA
77	EL SHADDAI SERVICE
78	INDUSTRIA GRAFIK MONTEZA EIRL
79	JC IMPRESIONES GRÁFICAS SAC
80	KREA COLOR SAC
81	IMPRESION "LUCHITA"

N°	RAZÓN SOCIAL
82	IMPRESA TEATRO
83	INSPECCIONES Y CONFECCIONES JJ SRL
84	GRÁFICA JJ SRL - IMPRESA CONFECCIONES
85	GRAFIC POINT - SAC IMPRESA
86	GRÁFICA SAN PABLO IRL
87	H&G IMPRESIONES GRAFIC SAC
88	IMPRESIONES GRAFICOLOR EIRL
89	GERENCIA MERCANTIL SAC
90	FLORITA PONT EIRL
91	EL TUMI
92	IMPRESA Y GIGANTOGRAFÍA DE LUIS
93	MENDOZA JARAMILLO HENRY ARTURO
94	GRAFICHAV TECHNOLOGY SAC
95	GRAFICHIS CITY
96	CHICLAYO GRAPHICS
97	TUIMPRESA
98	REGINA CAELI
99	FORTIN COLORS
100	GRUPO IMPRESOR EIRL
101	O&A OBRAS Y ARQUITECTURA
102	DIEGO ALFONSO
103	RECARGAS JOSÉ
104	PLOTEOS JL
105	IMPRESIONES
106	HUASUPOMA SILVA YASMIN MEDALITH IMPRESIONES
107	DEL VALLE IBANEZ JULIO CESAR J Y L SERV. INFORMÁTICOS
108	MOSCOSO TAYPE EPIFANIO FOROCOPIAS Y TIPEOS TIAGO
109	GRÁFIKA MARC ERL IMPRESIONES
110	SERVICIOS GRÁFICOS ALLIN
111	INDENOR SA
112	FORMULARIOS IMPRESOS EIRL
113	PUBLIMAX
114	CENTRO DE COPIADO DE FIORELLA
115	IMPRESIONES ROBINSON EIRL
116	NAELY COLLECTION
117	IDEAS EMPRESARIALES EIRL
118	IMPRESIONES GUERRERO
119	GRAPTHECK COLOR EIRL
120	VÍA GRÁFICA EIRL
121	ARTE GRÁFICO EIRL
122	ROGER CORDOVA
123	NELSON HOYOS DELGADO

N°	RAZÓN SOCIAL
124	ANÓNIMO
125	MATISS COLOR IMPRESIONES EIRL