



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL
FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO - RUBRO VENTA DE CALZADO DEL
MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA,
PROVINCIA DE SAN ROMÁN – PUNO, 2019**

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

AUTOR

**MARTHA MILAGROS URÍA QUIROZ
ORCID: 0000-0002-0958-6402**

ASESOR

**CARI CONDORI, DIVAN YURI
ORCID: 0000-0002-0805-6629**

JULIACA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Uría Quiroz, Martha Milagros

ORCID: 0000-0002-0958-6402

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

ASESOR

Cari Condori, Divan Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Juliaca, Perú

JURADO

Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Victor Hugo Espinosa Otoya

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Yan Carlo Quispe Quispe

ORCID: 0000-0001-9944-068

FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

.....
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
PRESIDENTA

.....
Mgtr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá
MIEMBRO

.....
Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi familia por todo su apoyo y esfuerzo que realizan para que yo pueda estudiar, a mi esposo que confía y me apoya para continuar en mi carrera y realizar este trabajo de investigación.

A mis profesores, especialmente a quienes les debo gran parte de este trabajo, gracias a su paciencia y enseñanza, finalmente agradecimiento también a la ULADECH la cual apoya y enseña a los estudiantes para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien y con responsabilidad social.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y estar junto a mí guiando mis pasos, iluminando mi mente fortaleciendo mi espíritu y poniendo en el camino a aquellas personas que han sido mi apoyo acompañándome en todo el período de estudio.

A mi familia que siempre me apoya incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser una profesional.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las MYPE del sector comercio rubro venta de calzado del mercado: “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román – Puno, 2019. Objetivos específicos: describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento. La metodología es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Se aplicó un cuestionario de 27 preguntas con la técnica de la encuesta a 30 MYPE. Resultados: **Respecto a microempresarios:** 53% tienen entre 18 a 55 años, 67% son mujeres, no hay analfabetos. **Respecto a las MYPE:** 100 % son propietarios; 60% antigüedad de 5-10 años; 93% son minoristas, 70% tiene de 1 a 4 trabajadores, 100% se formó para comercializar. **Respecto a la Gestión de la Calidad:** 77 % satisface necesidades de clientes; 90% organiza mercadería por campañas; 83% vende productos importados; 80% aplica políticas; 67% planifica metas y objetivos; 70% organiza jornada diaria; 70% lleva registros; 70% identifica problemas, 70% soluciona problemas; 34% evalúa resultados; 50% publica en redes sociales **Respecto al Financiamiento:** 80% financió en 1 entidad, 47% entre 6 a 12 meses de plazo, 27% recurre a Cajas Municipales, 67% pidió entre S/. 5,000 a S/.10, 000; 90% tuvo facilidades para financiar, 87% invirtió en mercadería; 100% no aseguró financiamiento. **Conclusiones:** La gestión de la calidad se aplica mayoritariamente de manera empírica. El Financiamiento contribuyó en mejorar la Gestión de la Calidad.

Palabras clave: Financiamiento, Gestión de la Calidad, MYPE.

SUMMARY

This research had the general objective: to determine the main characteristics of the quality management and financing of the MSEs in the trade sector of the footwear sales market: "Túpac Amaru" in the city of Juliaca, province of San Román - Puno, 2019. Specific objectives: describe the main characteristics of quality management and financing. The methodology is of a quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross section. A questionnaire of 27 questions was applied with the survey technique to 30 MYPE. Results: Regarding microentrepreneurs: 53% are between 18 to 55 years old, 67% are women, there are no illiterates. Regarding MYPE: 100% are owners; 60% 5-10 years seniority; 93% are retailers, 70% have 1 to 4 workers, 100% were trained to market. Regarding Quality Management: 77% satisfy customer needs; 90% organize merchandise by campaign; 83% sell imported products; 80% apply policies; 67% plan goals and objectives, 70% organize daily work; 70% keep records; 70% identify problems, 70% solve problems; 34% evaluate results; 50% publishes on social networks Regarding Financing: 80% financed in 1 entity, 47% between 6 to 12 months, 27% uses Cajas Municipales, 67% requested between S / . 5,000 to S / .10,000; 90% had facilities to finance, 87% invested in merchandise; 100% did not secure financing. Conclusions: Quality management is mostly applied empirically. Financing contributed to improve Quality Management.

Key words: Financing, Quality Management, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	i
FIRMA DEL JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE CUADROS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Marco teórico conceptual	22
III. HIPÓTESIS.....	52
IV. METODOLOGÍA	53
4.1. Diseño de la Investigación.....	53
4.2. Población y muestra.....	54
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicador	54
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	57
4.5. Plan de análisis	57
4.6. Matriz de Consistencia	58
4.7. Principios éticos.....	59
V. RESULTADOS	61
5.1. Resultados.....	61
5.2. Análisis y Discusión de los Resultados	88
VI. CONCLUSIONES	94
Aspectos Complementarios	97
Referencias bibliográficas.....	97
Anexos	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad de Microempresarios	61
Tabla 2: Género de Microempresarios.....	62
Tabla 3: Grado de Instrucción de Microempresarios.....	63
Tabla 4: Situación del local.....	64
Tabla 5: Antigüedad de la MYPE.....	65
Tabla 6: Categoría de la MYPE.....	66
Tabla 7: Cantidad de Trabajadores	67
Tabla 8: Objetivo de formación de la MYPE.....	68
Tabla 9: Origen de los productos que ofrece	69
Tabla 10: Satisfacción de necesidades	70
Tabla 11: Aplica las políticas establecidas en su MYPE	71
Tabla 12: Planifica las metas y objetivos de su empresa	72
Tabla 13: Organiza estratégicamente su mercadería según campañas	73
Tabla 14: Organiza jornada diaria con su personal.....	74
Tabla 15: Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias.....	75
Tabla 16: Toma las medidas de solución inmediata	76
Tabla 17: Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua	77
Tabla 18: Mejor calidad: productos nacionales o importados	78
Tabla 19: Qué tipo de publicidad utiliza.....	79
Tabla 20: Número de Entidades.....	80
Tabla 21: Plazos del Financiamiento	81
Tabla 22: Tipo de Entidad Financiera.....	82
Tabla 23: Montos Financiados.....	83
Tabla 24: Facilidad al solicitar crédito	84
Tabla 25: Destino del Financiamiento	85
Tabla 26: Seguro todo riesgo	86
Tabla 27: Contribución del Financiamiento en Gestión de Calidad	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad de los microempresarios.....	61
Figura 2: Género de los Microempresarios	62
Figura 3: Grado de Instrucción de los microempresarios.....	63
Figura 4: Situación del local.....	64
Figura 5: Antigüedad de la MYPE	65
Figura 6: Categoría de la MYPE	66
Figura 7: Cantidad de trabajadores.....	67
Figura 8: Objetivo de Formación de la MYPE	68
Figura 9: Origen de los productos que ofrece.....	69
Figura 10: Satisfacción de necesidades	70
Figura 11: Aplica las políticas establecidas en su MYPE	71
Figura 12: Planifica las metas y objetivos de su empresa.....	72
Figura 13: Organiza estratégicamente su mercadería según campañas.....	73
Figura 14: Organiza jornada diaria con su personal	74
Figura 15: Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias	75
Figura 16: Toma las medidas de solución inmediata	76
Figura 17: Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua.....	77
Figura 18: Mejor Calidad: productos nacionales o importados.....	78
Figura 19: Que tipo de publicidad utiliza	79
Figura 20: Número de entidades	80
Figura 21: Plazos del financiamiento	81
Figura 22: Tipo de entidad Financiera.....	82
Figura 23: Montos financiados	83
Figura 24: Facilidad al solicitar crédito.....	84
Figura 25: Destino del financiamiento	85
Figura 26: Seguro todo riesgo	86
Figura 27: Contribución del Financiamiento en Gestión de Calidad.	87

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Clasificación según Ley n° 30056.....	23
Cuadro 2: El círculo de Deming o círculo PHVA.....	28
Cuadro 3: Entidades que pertenecen a la Banca Múltiple en el Perú.....	36
Cuadro 4: Empresas del Estado integrantes del sistema financiero Peruano.....	37
Cuadro 5: Empresas del sistema no bancario en el Perú.....	43
Cuadro 6: Clasificación por tipo de crédito	45
Cuadro 7: Definición y operacionalización de variables e indicadores	¡Error!
Marcador no definido.	
Cuadro 8: Matriz de Consistencia.....	58

SIGNIFICADO DE LAS SIGLAS Y TÉRMINOS USADOS

APEC - Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico

BCRP – Banco Central de Reserva del Perú

BID – Banco Interamericano de Desarrollo

CAF - Banco de desarrollo de América Latina (antes Corporación Andina de Fomento)

COMEX Perú – Sociedad de Comercio Exterior de Perú

ENAHO - Encuesta Nacional de Hogares

INEI – Instituto Nacional de Estadística e Informática

LAC – América Latina y el Caribe

MYPE – Mediana y Pequeña Empresa

NUEVO RUS - Nuevo Régimen Único Simplificado (D.L. N° 937 y normas conexas)

ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODEC - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

OMC – Organización Mundial de Comercio

OMPI - Organización Mundial de la propiedad Intelectual

ONU – Organización de Naciones Unidas

PBI – Producto Bruto Interno

PRODUCE – Ministerio de la Producción

RUC - Registro Único de Contribuyentes

SBS - Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (Perú)

SUNAT – Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

TEA - Tasa Efectiva Anual

TLC - Tratado de Libre Comercio

TLCAN - Tratado de Libre Comercio de América del Norte

UIT - Unidad Impositiva Tributar

I. INTRODUCCIÓN

Según el informe: Índice de Políticas Pyme: América Latina y el Caribe 2019 que han elaborado de manera conjunta la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2019). y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF): "Las PYME representan más del 99,5% de las empresas en la región (...), generan el 60% del empleo productivo formal, son motores críticos para el crecimiento y la inclusión social a nivel regional, así como una prioridad clave para los responsables de políticas de la región".

Así mismo indican que: "Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYME) son un componente fundamental del tejido social y económico de América Latina y el Caribe". Las PYME proporcionan empleos, ingresos, bienes y servicios a millones de familias. De hecho, pequeñas tiendas, restaurantes y talleres forman parte del paisaje en toda la región. En este sentido, las PYME tienen un papel clave que desempeñar, ya que la región enfrenta el desafío clave de aumentar la productividad. Las PYME y los empresarios también son importantes contribuyentes a la innovación y el dinamismo en la región. Estas empresas serán esenciales para que la región logre economías más competitivas, sociedades más inclusivas y para cerrar la brecha existente con otras regiones dinámicas, como Asia emergente. Las PYME también serán clave para que los países de la región escapen de la llamada "trampa del ingreso medio" y alcancen economías diversificadas, que agreguen valor y dependan menos de los bienes primarios.

En cuanto al acceso de financiamiento el informe establece que: Garantizar el acceso al crédito es fundamental para permitir a las PYME innovar y crecer hasta su tamaño óptimo. Sin embargo, las PYME enfrentan mayores barreras para el acceso al

financiamiento por la existencia de agudos problemas de información, mayores costos de transacción y los limitados conocimientos financieros que las caracterizan. Gobierno y organizaciones privadas pueden mejorar el acceso de las PYME a fuentes de crédito proveyendo regulación prudencial, facilitando el acceso a la información, resolviendo fallas de mercado y abordando las brechas de conocimiento existentes. Las micro empresas de ALC enfrentan menores restricciones ya que solo el 21% enfrenta problemas de acceso al crédito – el porcentaje más bajo entre las regiones incluidas en el estudio.

En el: “Informe sobre el Comercio Mundial 2016” de la Organización Mundial de Comercio – (OMC, 2016). se resalta la importancia de las MYPE que constituyen el grupo más numeroso de empresas en casi todos los países (el 95% en promedio) considerando que la situación comercial internacional está cambiando para las MYPE y lo que el sistema multilateral de comercio hace y puede hacer para promover una participación más amplia e inclusiva en los mercados mundiales. La Unión Europea ha decidido liberalizar el camino de las pequeñas y medianas empresas hacia las fuentes de financiación de sus operaciones. Esta iniciativa constituye uno de los pasos hacia el mercado de capitales único y supondrá la eliminación de trámites burocráticos en operaciones de financiación en importes máximos de hasta un millón de euros.

(Gestion, 2017). informa que: El Perú es el cuarto mayor productor de calzado de América del Sur, con más de 50 millones de pares al año, por lo que es considerado un país estratégico y figura entre los 20 principales destinos de las exportaciones del Proyecto By Brasil Components and Chemicals. En este proyecto participan empresas brasileñas que producen o comercializan insumos para calzado y artículos elaborados en cuero.

En el mercado peruano, la producción de calzado se destina mayoritariamente al mercado interno. El INEI publica que el 98,6% de la producción es para demanda interna, siendo la demanda final 92,3 % y solamente el 1.4% se destina a la exportación.

La ciudad de Juliaca por su ubicación estratégica en el altiplano Peruano, el departamento de Puno limita por el sur con Bolivia teniendo amplia frontera por las que ingresan mercadería de contrabando desde hace más de 100 años; cuenta además con una gran red vial, así como con el ferrocarril que llega hasta los puertos de Matarani y Mollendo en Arequipa; el aeropuerto “Manco Cápac” que es internacional, siendo el segundo más grande y con mayor frecuencia de vuelos que administra el consorcio Aeropuertos Andinos del Perú porque inclusive, debido a su visibilidad puede operar en vuelos nocturnos o con factores climatológicos adversos, por todas estas características, Juliaca se ha convertido en la Capital comercial y polo de desarrollo más importante de la región Sur del Perú.

Para ésta investigación se aborda el tema de la gestión de la calidad y del financiamiento en comerciantes microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” el cual desde sus inicios en los años sesenta, cuando eran ambulantes ubicados en las calles adyacentes a la línea del tren y comercializaban sus productos los días de feria, solamente los lunes, en el denominado “Chupe Q’ato (del Quechua: mercado de comidas) según lo describe (Choquehuanca, 2014). ha pasado por etapas de transformación debido al financiamiento de entidades que han apoyado los emprendimientos y también al trabajo permanente sobre la gestión de la calidad de sus dirigentes y asociados - aplicada empíricamente – logrando el cambio de la organización desde el simple toldo ambulante a la estructura de módulos

convenientemente implementados, para atender todos los días, desde tempranas horas hasta la noche a numeroso público, convirtiendo al mercado “Túpac Amaru” en un emblema del comercio en la ciudad de Juliaca, asumiendo derechos sobre la propiedad que usufructúan como lo indican diversas publicaciones, entre ellas (Radio Pachamama, 2019); el (04.10.2019) y (Mamani, V., 2018). entre otros.

Un factor vinculado a la presente investigación es que según Helmer Angulo - (Dirección General de ganadería, 2019). del Ministerio de Agricultura a marzo del 2019, Puno es la región con mayor producción ovina teniendo el 26% del promedio nacional. Igualmente la Dirección General de Competitividad Agraria del (MINAGRI, 2019) indica que: A nivel nacional, los departamentos con mayores cabezas de ovinos se encuentran en: Puno, con 2,088,332, seguido de Cusco con 1,251,524, Junín con 779,297, Ancash con 680,686, Huánuco con 706,006, Huancavelica con 640,242 y Ayacucho con 616,910 y que de la producción de ovinos se pueden extraer cinco líneas de productos principales: carne, leche y derivados, pieles (cueros), productos para el cuidado de la piel, y lana. Puno, igualmente tiene un gran potencial en producción y comercialización del cuero de alpaca para confección de calzado entre otras prendas, según la publicación del MINAGRI: “Potencial productivo y comercial de la alpaca” emitida en setiembre del presente año, reflejando que Puno según registros entre el 2012 y el 2018 ocupa el primer lugar a nivel nacional, teniendo 209, 884 unidades de cuero de alpaca registradas el 2018; seguido de Cusco con 85,680 y Arequipa con 41,142 entre otras regiones productoras.

El calzado es un bien indispensable y forma parte del vestuario cotidiano, considerando que el ser humano desde que da sus primeros pasos y durante todo el trayecto de vida, requiere contar con éste elemento, por lo que su comercialización es

permanente, para cubrir la necesidad y también como parte de los cambios de estilo de acuerdo a la edad, actividad, la moda y el clima; el problema es que actualmente la mercadería y concretamente el calzado ingresan al mercado local tanto por contrabando como por importación legal por los tratados de libre comercio y se comercializan perjudicando a la producción local y nacional según lo manifestado por Mg. Iván Cosavalente F. Jefe, Departamento de Estudios Económicos BCRP - Sucursal Trujillo (Cosavalente, 2019):”En términos nominales, las importaciones de calzado crecieron a una tasa promedio anual de 13,8% en la última década, mientras que las exportaciones lo hicieron en 4,2%. El valor importado en 2018 fue casi 20 veces el valor exportado. Los principales países proveedores de calzado en el Perú son China y Vietnam (73,3%). Las importaciones provenientes de India crecieron 18,7% en 2018”. Por lo que tomando en cuenta los considerandos precedentes; a través de ésta investigación se pretende determinar las características de la gestión de la calidad y el financiamiento de las MYPE dedicadas a éste rubro, surgiendo la interrogante:

¿CUALES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE CALZADO EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA - PROVINCIA DE SAN ROMÁN – PUNO, AÑO 2019?

Para encontrar la respuesta a ésta pregunta de investigación, se ha propuesto como objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de Calidad y el Financiamiento en las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca - provincia de San Román – Puno, año 2019, siendo los Objetivos específicos: Describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPE en el sector comercio rubro venta

de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca - provincia de San Román – Puno, año 2019 y describir las principales características del Financiamiento de las MYPE del sector comercio- rubro venta de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca - provincia de San Román – Puno, año 2019.

Teóricamente esta investigación se justifica por la revisión exhaustiva de la información incluida y por el hallazgo de los resultados. Metodológicamente por la creación de un instrumento validado por jueces de expertos específicamente para la población investigada de acuerdo a sus características peculiares dentro de su contexto, lo cual ha proporcionado resultados coherentes con la realidad y porque se han aplicado los procesos previstos para la obtención de los datos que permiten conocer en forma cuantitativa las características de la gestión de la calidad y el financiamiento de las MYPE del sector comercio rubro venta de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca - provincia de San Román – Puno, año 2019, las cuales se verán beneficiadas en la práctica con los resultados que les permitirán realizar los ajustes e implementaciones necesarias para un mayor desarrollo y expansión. Así mismo, estos resultados servirán de referencia para otras investigaciones ya que se encuentra dentro de las líneas de investigación de la ULADECH consideradas en el Manuel de Metodología de la investigación científica (ULADECH, 2019) denominadas: Gestión de la Calidad en las MYPE línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración en el campo disciplinar: Promoción de las MYPE.

En cuanto a las limitaciones que presentó la investigación fueron relacionadas a la falta de tiempo de los comerciantes y su natural desconfianza al brindar información, siendo superadas por la investigadora por el conocimiento de la idiosincracia y la experiencia laboral previa en entidades financieras.

La investigación está estructurada en 6 capítulos, los cuales se detallan a continuación: Capítulo I desarrolla la introducción, en el capítulo II se realiza la revisión literaria: antecedentes y marco teórico conceptual. El capítulo III corresponde a la Hipótesis, en el capítulo IV se expone la Metodología empleada, población y muestra, Operacionalización de variables, Técnica e Instrumento, Plan de análisis, Matriz de consistencia y Principios éticos. En el capítulo V se muestran los resultados con tablas, figuras, interpretación y análisis y el capítulo VI muestra las Conclusiones. El resultado más resaltante es que las MYPE investigadas aplican mayoritariamente de manera empírica la Gestión de Calidad y que comercializan en su gran parte productos importados a pesar de reconocer la calidad del producto nacional; lo cual perjudica a la producción local y nacional más aun siendo Puno el mayor productor nacional de cuero de ovino y de alpaca. Con respecto al Financiamiento solamente se endeudan en una entidad, prefieren recurrir a las Cajas Municipales y ninguna MYPE tomó seguro todo riesgo para proteger su inversión.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

(Torres & Guerrero, 2017). en su investigación: “Financiamiento utilizado por las Pequeñas y Medianas Empresas Ferreteras” “Maracaibo-Venezuela” en su investigación utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental. La población estuvo conformada por 20 PYMES, siendo incluidas íntegramente como muestra, a las cuales se aplicó un cuestionario de 49 items mediante la técnica de la entrevista. Resultados: 70% financia con aportes de los socios; 55% reinvierte utilidades; en cuanto al financiamiento externo 45% recurre a crédito comercial; 35% utiliza línea de crédito comercial a corto plazo. No utilizan bono ni otros títulos para su financiamiento. Conclusiones: se confirma que en las pequeñas empresas el uso de fuentes de financiamiento recae sobre los propietarios que son a la vez quienes las administran, siendo así, éste estudio permite que se concreten acciones para que los empresarios desarrollen una actitud adecuada ante el riesgo que representa la toma de decisiones sobre el proceso de financiamiento.

Éste estudio se considera pertinente para analizar los resultados de la investigación en cuanto al financiamiento en las MYPE

(Pury, 2017). De acuerdo a una publicación mexicana: “Expansión en alianza con CNN” el 19 de julio de 2017 Las PYME, incluidas en la negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Indica que: “Los objetivos planteados por la administración estadounidense plantean la creación de un comité para medianas y pequeñas empresas”. Las PYME forman parte de los objetivos de la administración estadounidense en la renegociación del TLCAN.

(Andrade, 2016). En su tesis: “Alternativas de financiamiento para las PYME del distrito metropolitano de Quito en el sector financiero formal realizado en la universidad pontificia católica del Ecuador”, menciona que se debe resaltar la importancia que tiene el otorgar financiamiento oportuno y adecuado para este tipo de empresas, ya que para estar acorde a la tecnología y poder capacitarse se requiere de capital, sin embargo, respecto de este aspecto las pequeñas y medianas empresas tienen desventajas frente a las grandes empresas, lo cual es una de las principales causas por las que muchas de las PYME no logran alcanzar el éxito esperado.

(Cubillo, 2014), presentó en la Universidad de Guayaquil, Ecuador un estudio titulado “Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil”. La investigación analiza la situación del sector del calzado en el país a través de la política comercial para la protección de la industria nacional; cuyo objetivo principal es de restringir los bienes de consumos importados, con aranceles altos, la aplicación de salvaguardias, con la utilización de estas medidas, han permitido disminuir tanto el ingreso como el consumo de bienes importados, por bienes afines producidos internamente, como es el caso del calzado.

(Ayala, 2019) Publica en “El Economista”: Industria del calzado integrará a MIPYMES. La necesidad de capacitar a nuevos emprendedores parte de un proyecto a largo plazo, cuyo fin es aumentar la producción zapatera.

“León, Gto. El gobierno municipal de León, Guanajuato, firmó un convenio con los integrantes de la industria del calzado, cuyo fin es continuar la estrategia de impulsar a que los nuevos, pequeños y medianos empresarios del sector vendan sus productos en el extranjero.

En el marco de la edición 80 del Salón de la Piel y el Calzado (SAPICA), Raúl Hörner Luna, su presidente, explicó que con la firma de este convenio el gobierno municipal aportará “1 millón de pesos para la capacitación y certificación de las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que se dedican a la industria del calzado, beneficiando a un total de 40 firmas”.

El empresario afirmó que la necesidad de capacitar a nuevos emprendedores parte de un proyecto a largo plazo, cuyo fin es aumentar la producción zapatera, así como tener una política consolidada de exportaciones.

La edición del 2019 de Sapica, añadió, atrajo a 30 compradores internacionales, “siendo ejemplo de que la industria del calzado de León se está abriendo a todo el mundo”.

Daniel Sepúlveda Curiel, gerente de Comercio Exterior de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), presentó el Programa Integral de Desarrollo en Comercio Exterior 2019 (Prodiex), que está dirigido a las MIPYMES que desarrollan actividades enfocadas en la producción de zapatos y proveeduría del estado, cuya estrategia es orientarlas a la internacionalización.

“El objetivo de Prodiex es hacerles saber a los nuevos empresarios de la industria del calzado una serie de aspectos generales para exportar sus productos o servicios tanto de manera tradicional como digital”, manifestó.

Luis Ernesto Rojas, director general de la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior de Guanajuato, aseguró que es necesario apoyar a las MIPYMES para que sigan comercializando con otros países: “las empresas de otras naciones, al ver la calidad, el valor agregado de los zapatos y piel de la ciudad de León, invertirán para que aumente la producción”.

Detalló que el incremento en las exportaciones de calzado de Guanajuato que se registraron en el 2018 es de suma importancia y revela el desarrollo de este sector.

“El año pasado las ganancias de las exportaciones de calzado guanajuatense incrementaron 5.2% con respecto al 2017, en el 2018 se registró un total de 359.6 millones de dólares de derrama económica”, enfatizó.

Las investigaciones precedentes servirán para contrastar la situación de las MYPE locales con la problemática de la región de Latinoamérica y el Caribe.

(Yacupoma, 2018). En su investigación: “La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016”, tuvo como objetivo: determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. La metodología fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. Se seleccionó una muestra dirigida de 8 MYPE y se aplicó un cuestionario de 15 preguntas. Resultados: 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años; 62,5 % son masculinos; 100 % de las MYPE son formales; 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes; 62,5 % de las MYPE aplican técnicas modernas para mejorar la gestión de calidad; 100 % brinda una atención de buena calidad a los clientes. Conclusiones: mayoritariamente la edad promedio de los empresarios es de 33 a 45 años; de sexo masculino; las MYPE son formales; aplican una gestión de calidad a los clientes; aplican técnicas modernas para la mejora de la atención al cliente; y su prioridad es la buena atención con amabilidad. Respecto al caso de la Ferretería Santa María S.A.C.: el representante tiene entre 33 a 45 años; sexo

masculino; la MYPE es formal; aplica una gestión de calidad para atención a los clientes; utiliza técnicas modernas y su prioridad es la amabilidad en la atención al cliente.

(Rodríguez, 2017). En su tesis “ Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización Los Granados del distrito de Trujillo, año 2016” tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016, utilizó una población muestral de 10 MYPE, aplicó un diseño no experimental, de corte transversal y de nivel descriptivo. Se utilizó la técnica de la encuesta y un como instrumento un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Resultados: respecto a los empresarios: la mayoría tiene de 31 a 43 años; son de sexo femenino; grado de instrucción secundaria. Respecto a las MYPE: 70% de son formales y la gran mayoría permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años. Respecto a la Gestión de calidad: el total de los representantes están enfocados en el cliente; 70% aseguran que conocen a sus clientes; la mitad casi siempre satisface las necesidades de los clientes. Respecto al financiamiento: 80% financia con terceros; solicitaron crédito al corto plazo en cajas municipales; la totalidad han solicitado crédito de hasta 10,000 soles; todos tuvieron facilidad al solicitar el crédito e invirtieron en capital de trabajo. Conclusión: las MYPE investigadas no manejan bien los procesos de gestión de calidad, pero tienden a realizarlo de forma empírica, se financian en las Cajas Municipales, en créditos a corto plazo no mayores de 10,000 soles para financiar su capital de trabajo.

Las anteriores investigaciones, se han considerado afines para el presente estudio porque abordan igualmente aspectos de la Gestión de la Calidad y el Financiamiento en MYPE.

(La Republica & Contreras, 2017). Productos chinos afectan la industria del calzado. En peligro. Zapatos del país asiático cuestan desde un 25% menos que uno fabricado en Perú. En el 2016 se importaron US\$ 369 millones en zapatos y un 54% provienen de China, que en virtud del Tratado de Libre Comercio (TLC) cuentan con preferencias arancelarias, no solo afecta al sector textil sino también a la industria del calzado, ya que los productos chinos llegan a precios muy bajos con los cuales los nacionales no pueden competir.

Solo en el 2016, Perú importó US\$ 369 millones en calzados, de los cuales el 54% proviene de China, según cifras de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI). Las cifras del gremio industrial demuestran que desde el 2010 (tras la firma del TLC con China), el sector entró en una franca crisis que se manifiesta en una balanza comercial cada vez más deficitaria, que en el 2016 llegó a los US\$ 347 millones.

Y es que, del total de calzado que se vende en el mercado local, el 45% es importado de China, el 15% de Brasil y solo el 35% se produce en el mercado local, indica Ricardo Espinoza, director de Expo detalles Perú, organizadora de la Feria Expo Detalles, de insumos para calzado.

A tal punto llega el crecimiento de calzados chinos que las curtiembres peruanas, en vez de procesar el cuero, optaron por venderlo crudo al país asiático, lo cual les resultaba más económico.

Las publicaciones indicadas se consideran importantes para ésta investigación porque indican la tendencia en cuanto a la comercialización de calzado de procedencia importada y su implicancia en el comercio nacional.

(Varas, 2016). En su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y la productividad en las MYPE rubro-zapatería del mercado modelo de Piura, año 2016”. Cuyo objetivo fue determinar las características del financiamiento y la productividad en las MYPE rubro-zapatería del mercado modelo de Piura. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. En cuanto al resumen se obtuvo los siguientes resultados: 90% de las MYPE ha acudido a una entidad financiera a solicitar crédito. 85% ha accedido a fuentes de financiamiento externo. EL 77% de las MYPE ha obtenido crédito para capital de trabajo. El 71% de las MYPE ha obtenido crédito entre 2000 a 5000 soles. 77% de las MYPE obtuvo crédito de Cajas Municipales y 22% de Bancos. 96% del crédito fue de corto plazo. Conclusiones: casi la totalidad de las empresas han obtenido financiamiento en alguna etapa de la vida de la empresa, dicho financiamiento se empleó como capital de trabajo, algunos para la compra de mercadería y otros para mejorar la infraestructura de la tienda.

(Arteaga, 2014). En su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro compra y venta de calzado, del distrito de Callería - Pucallpa, período 2012 – 2013”. Tuvo como objetivo general: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro compra y venta de calzado, del distrito de Callería - Pucallpa, período 2012 – 2013. La metodología fue cuantitativa-descriptiva, la muestra fue dirigida a 20 MYPE, y se les aplicó mediante la técnica de la encuesta un cuestionario de 23 preguntas cerradas.

Resultados: 60% tiene financiamiento propio y 40% se financia de terceros; 83% financio en entidades bancarias; 17% en no bancarias; 33% financiaron en el Banco de Crédito; 33% en el Banco Continental; 17% en el Scotiabank y 17% de Mi Banco; 100% financiaron a corto plazo. Conclusiones: La mayoría tiene financiamiento propio, las MYPE que financiaron lo hicieron a través de bancos y eligieron mayormente al BCP, a todas fueron operaciones a corto plazo.

(Dominguez, 2017). En su tesis: “Caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura - 2017”. El objetivo fue determinar las características del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura – 2017. La metodología es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental - transversal. Mediante la técnica de la encuesta se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas a una muestra de 10 MYPE. Resultados: respecto al financiamiento: 60% utiliza financiamiento bancario; 70% solicitaron créditos bancarios; 100% recibieron atención en menos de una semana; 100% obtuvieron los créditos con los montos solicitados; 70% fueron a largo plazo y 60% trabaja con prestamistas. Respecto a la competitividad: 63% sí motivaron a los trabajadores; 68% indica que la atención es buena; 71% confirma que innovan los productos; 92% ofrece descuentos y 83% afirma que los productos son de buena calidad.

(Sulca, 2016). En su investigación: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro venta de calzado en el distrito de Juanjuí periodo 2016” se planteó como objetivo general describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las

MYPE en estudio. La metodología utilizada ha sido no experimental, descriptiva y transversal, aplicando un cuestionario de 17 preguntas a una muestra poblacional de 12 microempresas mediante la técnica de la encuesta. Los resultados fueron los siguientes: Respecto a los empresarios el 42% son adultos, el 75% son del género masculino, 67% tienen secundaria completa. En cuanto a las MYPE el 75% afirma que tienen más de 3 años de antigüedad. Referente al financiamiento el 33% se financia con terceros; el 33% invirtió el financiamiento en mejoramiento y/o ampliación del local. Conclusiones: en cuanto a la Capacitación: el 75% de los microempresarios no recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito; el 25% sí recibió capacitación; el 83% solamente recibió un curso de capacitación. En cuanto a Rentabilidad el 100% afirma que el crédito ha mejorado; el 100% indica que la capacitación mejoró la rentabilidad de la empresa y el 100% afirma que el año actual fue mejor que el anterior.

Las investigaciones precedentes han sido consideradas referentes para ésta investigación, en cuanto al manejo del financiamiento por parte de las MYPE de otras regiones del país.

(Fundación WIESE, 2018). En un artículo publicado el 26.12.2018: ¿Cuál es la situación de las mujeres emprendedoras del Perú y el mundo? Indica que: A pesar de que muchas mujeres ya ocupan cargos muy altos, solo el 3% de los CEO's del mundo son de género femenino. En el caso de la región Latinoamérica, el porcentaje asciende al 4.2% según el informe "La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso en América Latina y el Caribe" de la Organización Internacional del Trabajo. El Perú no es ajeno a estas cifras y lidera los índices más altos de la región Latinoamérica. Sin embargo, diversos factores como la percepción de roles de género, la división sexual del trabajo y la falta de acceso a capital financiero condicionan el

crecimiento de la mujer a nivel económico y de emprendimiento. A pesar de la presencia de estereotipos, Perú es el único país de la región de América Latina donde el 22.5% de mujeres reportan tasas de emprendimiento en fase temprana más altas que los hombres. Por otro lado, el ministerio de Producción del país ha sostenido que para el cierre de este año el número de micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres alcanzará los 1.3 millones en el país. El 79.5% de estas MYPE se encuentran en el interior del Perú, siendo las regiones con mayores emprendimientos femeninos: Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín. El otro 20.5% pertenece a Lima. En otros datos muy importantes, los emprendimientos que han creado las mujeres peruanas pueden dividirse por actividades económicas como el comercio, al que pertenecen el 39% del total, el sector agropecuario representa el 27%, los servicios, y la manufactura entre otros comparten el porcentaje restante. En la data del ministerio también indica que la edad promedio de la mujer emprendedora peruana es de 46 años.

La publicación considerada para ésta investigación es importante porque denota la relación de la conducción de las MYPE por género.

(Noreña, 2019). En el artículo “El futuro de las MYPE” publicado en el Diario “Gestión” indica que: “Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018). en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen MYPE. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios. Es importante reconocer la importancia de la micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. Por ese motivo es fundamental que las MYPE sigan estas reglas de oro para lograr generar ventajas

competitivas sostenibles” y recomienda la aplicación de: Siete reglas de oro para mejorar la competitividad de las MYPE peruanas:

1) Inventar soluciones increíbles y experiencias únicas. La mejor manera para generar diferenciación es mediante la creación de soluciones originales. La oferta de valor debe ser única y diferenciada, se debe buscar tener una rápida respuesta al cliente con la finalidad de brindar el mejor servicio posible.

2) Extender el servicio o producto. Buscar la manera de ofrecer servicios/productos complementarios, generalmente generan mayor rentabilidad que el producto inicial. Se debe identificar que busca el cliente y atacar rápidamente su necesidad.

3) Enfocar en el cliente. Se debe tener una obsesión por satisfacer las necesidades del cliente, en lugar de perder el tiempo obsesionándose con el competidor. La oferta de valor única, diferenciada y bien enfocada al cliente es lo que genera mayor rentabilidad.

4) Emplear plataformas digitales. La evolución del perfil del consumidor obliga al micro y pequeño empresario a buscar transformar digitalmente su negocio. Recomiendo si no tienen experiencia en esto, hacer alianzas con otras empresas, universidades o instituciones que brinden este tipo de asesoría.

5) Conversar de manera constante con los clientes. Para evitar perderlos, lograr un mejor entendimiento de los requerimientos que tienen, evitar costos innecesarios y mejorar la calidad del servicio/ producto final.

6) Innovar rápido y barato. Cree prototipos antes de lanzar el producto/servicio final, de esta manera no perderá dinero si algo falla, analice el mercado, dedique tiempo a innovar en el modelo de negocio.

7) Planificar el año. Es fundamental hacer un plan, no importa el nombre, lo que importa es crear un camino. Es necesario generar metas, objetivos, indicadores, estrategias que estén plasmadas en un documento físico o virtual.

La publicación anterior se ha considerado en ésta investigación porque contiene importantes factores que se vinculan con el manejo de la Gestión de la Calidad en las MYPE.

El informe de Caracterización económica del (PERU-BCRP, 2014). Sucursal Puno, al finalizar el 2014, Puno concentró 33,286 que representan el 2.1% del total de empresas formales del país, siendo igualmente 33,204 MYPYMEs las cuales representan el 2,1% del total de MYPYMEs a nivel nacional.

(PRODUCE, 2017). Más de 1,9 millones de MIPYME formales operan en el mercado peruano al 2017. Este segmento empresarial representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana –el 96,2% son microempresas, 3,2% pequeña y 0,1% mediana–. El 87,6% de ellas se dedican a la actividad de comercio y servicios, y el resto (12,4%) a la actividad productiva (manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca).

Las MIPYME generan alrededor del 60% de la PEA ocupada, considerando como la fuente generadora del empleo. Asimismo, 10 de cada 100 personas de la PEA ocupada son conductores de una MIPYME formal.

En los últimos cinco años (2013-2017), el número de empresas formales de este segmento se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 7,2%. Sin embargo, aún persiste un alto porcentaje de informalidad, ya que el 48.4% de MYPE no están inscritas en SUNAT.

En cuanto a las operaciones financieras, solo el 6% de las MIPYME acceden al sistema financiero regulado. El crecimiento de los créditos destinados al estrato empresarial MIPYME posiblemente hacia finales del 2017; no obstante, siendo la participación de las pequeñas y medianas empresas el mayor porcentaje (46,3% y 62,4% respectivamente).

(PRODUCE, 2013) - INEI, la productividad de las Micro y Pequeña Empresas investigadas es de 1,5 veces, es decir que por cada 150 unidades de producción obtenida, se necesitaron 100 unidades de consumo intermedio. A nivel de ciudad, Juliaca es el ámbito de la encuesta que registra la mayor productividad con un indicador de 1,9, es decir, por cada 190 nuevos soles de producción obtenida, se necesitaron 100 nuevos soles de consumo intermedio.

(Mamani, V., 2018). En su investigación: “Análisis de la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016” acerca de la historia del Mercado “Túpac Amaru”, indica: “El mercado tiene 52 años desde sus inicios en sus actividades comerciales fue fundado el 18 de diciembre de 1965 declaro José Aguilar Caso, fundador del mercado. (Mamani, 2015); El mercado Túpac Amaru está organizado principalmente en 5 “ACOMITAS” (Asociaciones de Comerciantes Minoristas Túpac Amaru). La parte más antigua del mercado es la zona oeste, que colinda con el jirón Túpac Amaru. Con el tiempo, otros comerciantes provenientes del jirón Moquegua también fueron trasladados a esta parte, cercana al monumento a Túpac Amaru. (Diario los andes 24 de octubre 2015). Casi la mitad del terreno está en calidad de alquiler a los comerciantes. La otra mitad, donde se ubican las ACOMITAS

3, 4 y 5, fue donada por los anteriores propietarios, por lo que, en la actualidad, los comerciantes ubicados allí pagan un autoevalúo”

(Quispe, 2019). En su investigación: “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzados, Centro Comercial N° 02 del distrito de Juliaca año 2018” tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercio, rubro venta de calzados del Centro Comercial No. 2 del distrito de Juliaca, año 2018. La metodología corresponde al tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo, de diseño no experimental y transversal. El instrumento fue aplicado a una muestra de 11 MYPE. Resultados: En cuanto a la variable de calidad, destaca que las MYPE están aplicando una gestión de calidad y mejora continua en sus negocios; 82% utiliza la observación como técnica de evaluación; 100% indican que la gestión de calidad ha mejorado el rendimiento del negocio. Con referencia a la variable de atención al cliente, las MYPE conocen el término de atención al cliente y afirman que tienen buena atención; aplican la gestión de la calidad en el servicio, logrando resultados en el incremento de sus ventas. Conclusiones: Conocen y aplican la gestión de la calidad.

(Mamani, H., 2018). En su investigación: “Caracterización de la formalización y el financiamiento de las MYPE del sector producción rubro zapaterías del mercado Micaela Bastidas de la ciudad de Juliaca período 2017” tuvo como objetivo determinar las características de la formalización y el financiamiento de las MYPE del sector producción rubro zapaterías del mercado Micaela Bastidas de la ciudad de Juliaca período 2017. La metodología utilizada fue descriptiva, cuantitativa y de diseño transversal. De una población de 28 MYPE, se consideró una muestra de 14, a las

cuales se aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas mediante la técnica de la encuesta. Resultados: 50% tienen de 51 a más años de edad; 79% son de género masculino; 64% sin instrucción, 36% de otras profesiones; 57% tienen más de 8 años de antigüedad; 57% indica tener ganancias; 57% tiene más de 9 trabajadores. En cuanto a las características de la formalización 57% es informal, 36% son personas naturales; 57% no tributa; 57% no recibe apoyo técnico ni crediticio del estado. En cuanto al financiamiento el 64% si accedió; 36% en entidades bancarias; 36% en entidades no bancarias; 64% pagó entre 13% a 15% de interés; 36% solicitaron más de S/. 10,000 y el 50% invirtió en capital de trabajo. Conclusiones: La mayoría son informales y no tributan. La mayoría accedió al financiamiento en entidades bancarias y no bancarias.

Las publicaciones e investigaciones locales se han seleccionado porque muestran aspectos importantes del ámbito donde se ha realizado la presente investigación y por su similitud en el rubro y manejo de financiamiento.

2.2. Marco teórico conceptual

2.2.1 MYPE.

Definición:

(SUNAT, 2018): La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

(Congreso de la Republica del Perú, 2013); La Ley N° 30056, publicada en el Diario “El Peruano” el 02.07.2013 que modifica diversas leyes para facilitar

la inversión, impulsar el desarrollo productivo y crecimiento empresarial, se establecen los criterios que determinan la clasificación de las empresas formales, estableciendo una clasificación especial, ya que la realiza en función de las ventas anuales en Unidades Impositivas Tributarias (UIT)¹⁷

Cuadro 1: Clasificación según Ley n° 30056

Estrato empresarial	Promedia de ventas anuales (en UIT) ¹	Equivalencia en US\$ ²
Microempresa	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT	Ventas anuales hasta el monto máximo de US\$ 0,17 millones
Pequeña empresa	Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta por el monto máximo de 1.700UIT	Ventas anuales superiores a US\$ 0,17 millones y hasta por el monto máximo de US\$1,97 millones
Mediana empresa	Ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta por el monto máximo de 2.300 UIT	Ventas anuales superiores a US\$1,97 millones y hasta por el monto máximo de US\$ 2,66 millones

Nota: 1. Clasificación según Ley n° 30056.

2. UIT: Unidad Impositiva tributaria que para el año 2019 asciende a S/. 4,200 (aprox. US\$ 1,232). Tipo de cambio referencial: S/ 3,41.

2.2.2. Gestión.

Conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto.

Dirección, administración de una empresa, negocio, etc. (Espasa-Calpe, 2019)

2.2.2.1. Gestionar.

Llevar adelante una iniciativa o un proyecto. Ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo. Manejar o conducir una situación problemática.(Diccionario Real Academia Española, 2019).

2.2.2.2. Calidad.

Es un conjunto de herramientas tangibles e intangibles que deben ser ofrecidas desde el inicio hasta el final, incluyendo el trato brindado y se aplica a todo tipo de actividades ya sea de: servicios, producción, comercio u otros.

(American Society for Quality, 1974). A la fecha, determina que: La calidad es el conjunto de características y funciones de un producto, proceso o servicio que le confieren la capacidad necesaria para satisfacer las necesidades de un determinado usuario.

(Information, 2015). La Norma ISO 9000 (2000) define la calidad como: El grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (necesidades o expectativas establecidas) Los requisitos deben satisfacer las expectativas del cliente, así se puede cuantificar mediante la diferencia que existe entre el servicio recibido y servicio esperado.

(Diccionario Real Academia Española, 2019). La Real Academia Española – RAE define a la calidad como: “Conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa” a la vez también define que la calidad es: “La propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten juzgar su valor”.

2.2.2.3. Gestión de Calidad.

(Udaondo, 1992). Al referirse a un enfoque moderno de la gestión de calidad indica: “Debe entenderse por gestión de calidad, el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión...De este modo una posible definición de gestión de calidad sería el modo

en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente”.

La Gestión de la Calidad es un conjunto de normas y mecanismos correspondientes a una organización para administrar de manera organizada un proceso, de tal manera que la gestión de Calidad dentro de una organización de cualquier tamaño en este caso Micro y Pequeña empresa es de vital importancia desde la planificación, hasta el último proceso de venta y post venta se refiere no solamente a la presentación del producto sino también influye en los procesos que éstos requieran.

(Pola Maseda, 1994). En su libro titulado: “Gestión de Calidad” explica que: “La gestión de calidad es un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de la calidad en una empresa. Esta tarea consta con los siguientes aspectos:

- Definir políticas de calidad de la empresa en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- Establecer objetivos claramente definidos acordes con las políticas de la empresa.
- Realizar la planificación con base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Seleccionar y tomar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la gente para el logro de objetivos.
- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas

necesarias. “(pág. 23).

La Trilogía de (Juran, 1996). establece que: “la gestión de calidad se realiza por medio del uso de estos tres mismos procesos: planificación, control y mejora. Aquí se llaman: a) planificación de la calidad, b) control de la calidad, c) mejora de la calidad” (p.15)

Juran define a la planificación de la calidad como: “la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes”. Comprende una serie de pasos universales que se pueden resumir de la siguiente manera:

- a) Fijar los objetivos de la calidad
- b) Identificar a los clientes (los que serán afectados por los esfuerzos por cumplir los objetivos)
- c) Determinar las necesidades de los clientes
- d) Desarrollar características del producto que respondan a las necesidades del cliente
- e) Desarrollar procesos que sean capaces de producir esas características
- f) Establecer controles de procesos y transferir los planes resultantes de las fuerzas operativas, (p.15).

Control de la calidad, (Juran, 1996). indica: “que el control de la calidad cuenta con varios pasos los cuales se describe a continuación:

- a) Evaluar el comportamiento de la calidad real
- b) Comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad

c) Actuar sobre las diferencias” (p.16).

Mejora de la calidad: Juran expresa que: este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles de precedentes (“avances”). La metodología consta de una serie de pasos universales:

a) Establecer la infraestructura necesaria para asegurar la mejora anual de la calidad

b) Identificar las necesidades específicas para mejorar (los proyectos de mejora)

c) Crear, para cada proyecto, un equipo que tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.

d) Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos:

1) Diagnostiquen las causas

2) Fomenten el establecimiento de remedio

3) Establezcan controles para que perduren los logros, (p.16).

(Múnera & Pérez, 2007) expresan que: el “ciclo Planear-Hacer-Verificar-Actuar” fue desarrollado inicialmente en la década de 1920 por Walter Shewart, y fue popularizado luego por W. Edwards Deming, razón por la cual es frecuentemente conocido como “Ciclo de Deming”.

Cuadro 2: El círculo de Deming o círculo PHVA



Fuente: Reflexiones para implementar un sistema de gestión de calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria; Francisco Nahum Múnera Vásquez, Pastor Emilio Pérez Villa, Universidad Cooperativa de Colombia, 2007

“Dentro del contexto el PVHA es un ciclo dinámico que puede desarrollarse dentro de cada proceso de la organización y en el sistema de procesos como un todo. Está íntimamente asociado con la planificación, implementación, control y mejora continua, tanto en la realización del producto como en otros procesos del sistema de gestión de calidad” (p. 50). Los autores previamente citados afirman que dicho “círculo de calidad consiste en cuatro etapas:

1. Planear: primero se definen los planes y la visión de la meta que tiene la empresa; en dónde quiere estar en un tiempo determinado. Una vez establecido el objetivo, se realiza un diagnóstico, para saber la situación actual en que nos encontramos y las áreas que es necesario mejorar, definiendo su problemática y el impacto que se puedan tener en su vida. Después se desarrolla una teoría de posibles

soluciones, para mejorar un punto y por último se establece un plan de trabajo en el que probaremos la teoría de solución.

2. Hacer: en ésta etapa se lleva a cabo el plan de trabajo establecido anteriormente, junto con algún control para vigilar que el plan se esté llevando a cabo según lo acordado. Para poder realizar el control existen varios métodos como la gráfica de GANTT en la que podemos medir las tareas y el tiempo.

3. Verificar: aquí se comparan los resultados planeados con los que obtuvimos realmente. Antes de esto, se establece un indicador de medición, porque lo que no se puede medir, no se puede mejorar en una forma sistemática. El mejor de los ejemplos puede ser un deportista que entrena para calificar a las olimpiadas: a él se le pone a competir semanalmente con rivales de su mismo nivel, y aquí es cuando se puede verificar si en verdad está logrando aumentar su rendimiento.

4. Actuar: con esta etapa se concluye el ciclo de la calidad: si al verificar los resultados dados, se logró lo que se tenía planeado entonces se sistematizan y documentan los cambios que hubo; pero si al hacer una verificación nos damos cuenta que no hemos logrado lo deseado, entonces hay que actuar rápidamente y corregir la teoría de solución y establecer un nuevo plan de trabajo” (p. 50).

2.2.2.4. Beneficios de la Gestión de Calidad.

Las MYPE son constituidas por personas emprendedoras que trabajan generalmente en núcleos familiares de tal manera que la Gestión de la Calidad en éste sector compromete a todo el sistema organizativo según la jerarquía establecida en el organigrama. Es por ello que la (ISO, 2015) Norma ISO 9001, destaca: Los beneficios de la gestión de calidad en una organización:

- Permitirá a la empresa a convertirse en un competidor más consistente en el

mercado.

- Las empresas tendrán métodos más eficaces de trabajo que ahorrarán tiempo, dinero y recursos.
- La gestión de Calidad Mejora el desempeño productivo, lo cual reduce errores y aumenta beneficios.
- Motiva y aumenta el nivel de compromiso del personal a través de procesos internos más eficientes.
- Aumenta el número de clientes valiosos a través de un mejor servicio al cliente.

(Moreno, Peris, & González, 2001), definen que la gestión de calidad es: “El modo en que la dirección planifica, implanta programas, sistemas y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad”.

Para (Camisón, Cruz, & González, 2016): “La Gestión de Calidad es una opción estratégica que puede influir decisivamente en la posición competitiva de una organización, asimismo, enseña a los directivos cómo actuar en un cierto negocio con el propósito de lograr ventajas competitivas mediante la satisfacción de necesidades de los clientes”.

(Moreno, Peris, & González, 2001): “ La importancia de gestionar la calidad: debido a que la mejora de la calidad del diseño hace que se adecúe a las expectativas del cliente, es decir, no errores, no quejas, no reclamaciones, por lo tanto, mayor valor percibido, mejor margen de calidad y por lo tanto incremento de la cuota de mercado, finalmente los costes de fabricación de la prestación serán más bajos, mejora la productividad, menos productos defectuosos y mejor control de productos, servicios y procesos”.

“Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad”- artículo

publicado por (Conexión ESAN, 2018) el 29 de enero 2018; “Su uso puede generar una mayor eficacia, estimular anímicamente a los empleados, y hasta dotar a una empresa con reconocimiento internacional”. Pero esos son solo algunas de las ventajas.

Un sistema de gestión de calidad (SGC) abarca un conjunto de normas y estándares internacionales que, interrelacionados entre sí, promueven el cumplimiento de los requisitos de calidad en una organización. Esto contribuye que los productos, servicios, y todos los procesos relacionados a ellos, cumplan con las condiciones que se les exige.

Estos son los principales beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad:

- **Generar mayor eficiencia.** Las empresas con un SGC tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o gasto financiero.
- **Estimula la moral de los empleados.** Las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de cómo sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un SGC. Este busca que los empleados estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñarán adecuadamente en la organización.
- **Ofrece reconocimiento internacional.** ISO 9001, la norma que establece los requisitos para la implementación de un SGC, es una marca mundial de gestión de calidad. Al implementar este sistema, tu negocio parecerá digno de

confianza. El objetivo de muchas empresas es exportar a nivel internacional, y la acreditación ISO contribuirá en gran medida a establecer la credibilidad en el ámbito comercial internacional.

- **Mejora la gestión de procesos.** Los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.
- **Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente.** ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

Los beneficios, entonces, se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una empresa. Ahí radica la importancia de implementarlo, más allá de que constituya un reto perfeccionar los procesos para cumplirlo.

2.2.3. Financiamiento.

(Gitman & Zutter, 2012). Define: “El financiamiento como el conjunto de recursos monetarios utilizados para llevar a cabo una actividad económica y que han sido tomados en calidad de préstamo, complementando los recursos propios. Establece que el financiamiento puede otorgarse dentro o fuera del país mediante: créditos, empréstitos y otras obligaciones que se suscriben a través de títulos de

crédito”.

Complementariamente considera que el financiamiento es la provisión eficiente de efectivo reconocida como factor clave para potenciar en forma segura a empresas en crecimiento que puedan expandirse y ser más competitivas. Las dificultades para la obtención de fondos se pueden dar ya que no todos los proyectos por más viables y rentables que sean logran obtener el financiamiento porque la empresa no cumple los requisitos.

Los recursos financieros son de los más importantes dentro de una organización, por ello es necesario usar este recurso de forma adecuada para aprovecharlo de la mejor manera posible en las inversiones que se realizan en una entidad. (Robles, 2012).

(Erossa, 2014). Considera que: “El financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, líneas de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o el funcionamiento de una empresa”

Según (Lopez, 2014). “El financiamiento posee ciertas fuentes de obtención, como son: Los ahorros personales, para la mayoría de los negocios, la principal fuente”.

2.2.3.1. Teoría del financiamiento.

(Meckling, 1976). Identifica dos tipos de conflictos de intereses que generan ineficiencia en la gestión: el primero es interno entre los dirigentes y accionistas y el segundo es externo entre los accionistas y los acreedores. Ambos conflictos pueden ocasionar deficiente asignación de recursos, despilfarro o consumo excesivo de los directivos cuando hay flujos de caja libres o excedentes de tesorería. El fundamento sobre la asimetría es una teoría que se desarrolló

simultáneamente, indicando que los recursos de financiamiento son jerárquicos o Pecking order theory (POT) según Myers S.C. (1984) indica como mejor opción que deben ser los accionistas quienes deben aportar con incremento de capital en lugar de endeudarse. La teoría de juegos planteada por (Oskar, 1947) y Nash (1950) considera un análisis de comportamiento de los agentes económicos como un juego de suma cero. Este método propone resolver por un juego de dos agentes generalizándose a varios agentes, plantea el equilibrio como una solución de juegos donde cada uno de los jugadores maximiza su ganancia teniendo en cuenta la selección de los otros agentes.

2.2.3.2. La teoría tradicional de la estructura financiera.

(Copeland Wetson, 2004). Indica que la decisión de estructura de capital abarca dos dimensiones fuente y duración. Al decidir la fuente de financiamiento, se debe elegir entre capital propio interno o externo y deuda que puede provenir de diversas fuentes.

(Modigliani, 1958). Teoría de M&M, con referencia a la estructura de capital indican que el costo del capital medio ponderado y el valor de la empresa son totalmente independientes de la composición de la estructura financiera de la empresa, se contraponen a los tradicionales y sustentan su teoría a través de tres proposiciones:

Proposición I: (Myers, 1998) indica que: “El valor de la empresa se refleja en la columna izquierda de su balance a través de los activos reales; no por las proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa”. De acuerdo a esta proposición el endeudamiento empresarial no afecta a los accionistas

siendo independientes de su estructura financiera tanto el valor total de mercado y el costo de capital.

Proposición II: (Myers, 1998) indica al respecto: “La rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece proporcionalmente al ratio de endeudamiento, expresada en valores de mercados”. Si el riesgo de la deuda y apalancamiento se incrementan los accionistas demandarán mayor rentabilidad sobre la deuda y en consecuencia la tasa de la rentabilidad esperada de las acciones, disminuirá.

Proposición III: (Fernandez Fernandez, 2001) “La tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada”. La proposición es un corolario de las dos anteriores. Si una empresa trata de lograr mayor rentabilidad, tendrá que realizar solamente inversiones que tengan tasas iguales al costo de capital medio ponderado.

Estas teorías continúan vigentes como se aprecia en el libro: “Bases para un modelo de estructura de financiamiento en las pyme latinoamericanas”, autores (Pérez, Bertoni, Sattler, & et al., 2015) en la pág. 181.

2.2.3.2. Fuentes de financiamiento.

(Aching, 2006). 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.

(Enciclopedia Económica, 2018): Se conoce como fuentes de financiamiento a las vías que utilizan las empresas para poder tener los recursos financieros que se necesiten para poder realizar una determinada actividad.

Estas fuentes son aquellas que la empresa necesita para garantizar la continuidad de sus funciones y obtener dinero para lograr sus metas y objetivos. Entre las principales fuentes de financiamiento que se utilizan hoy en día se encuentran el aporte de una entidad financiera de inversión, un banco o ahorros personales.

De acuerdo a la (SBS, 2017). El sistema financiero del Perú está compuesto por 54 empresas que realizan operaciones múltiples y poseen activos por S/ 405,3 mil millones.

Banca múltiple: Denominación que se da a la banca privada comercial. Institución de crédito que cuenta con diferentes instrumentos para captación y canalización de recursos.

Cuadro 3: Entidades que pertenecen a la Banca Múltiple en el Perú

E N T I D A D E S	<ul style="list-style-type: none">• Banco de Comercio• BBVA• Banco de Crédito del Perú• Banco Financiero del Perú• Banco Interamericano de finanzas• Scotiabank del Perú• HSBC Bank PeruS.A.• Deutsche Bank Peru	<ul style="list-style-type: none">• Banco Ripley• Banco Falabella• Banco Azteca• Banco Internacional del PerúINTERBANK• MiBanco• Citibank del Perú S. A.• Banco Santander Perú
---	---	---

Fuente: Superintendencia de banca y seguro y AFP.

Cuadro 4: Empresas del Estado integrantes del sistema financiero Peruano

ENTIDAD	OBJETIVO	FUNCIONES
Banco de la Nación	Es una entidad financiera cuyo objetivo es administrar las subcuentas del tesoro público y proporcionar al gobierno central los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos.	<ul style="list-style-type: none"> -Recaudar las rentas del gobierno central, entidades del subsector público y de los gobiernos locales. -Recaudar los tributos y otorgar créditos al sector público. -Participar en las operaciones del comercio exterior. -Otorgar facilidad financiera al gobierno central, gobierno regional y local, en los casos en que estos no sean atendidos por el sistema financiero nacional. -Recibir depósitos de ahorro en lugares donde la banca privada no tiene oficinas.
Banco Agropecuario (AGROBANCO)	Es una entidad financiera que otorga créditos en forma exclusivamente para el sector agropecuario.	-Apoyar a los micros y pequeños productores del sector agrícola, ganadero y acuícola con servicios financieros y asistencia técnicas para las actividades de transformación, producción y comercialización.
Corporación Financiero De Desarrollo (COFIDE)	Es una entidad que ejerce las funciones de un banco de desarrollo de segundo piso canalizando los recursos humanos que administra únicamente a través de la instituciones supervisados por SBS.	-Complementar la labor del sector financiero privado, en actividades como el financiamiento de mediano y largo plazo del sector exportador y de micro y pequeña empresa.
Fondo Mi Vivienda S.A.	Es una entidad cuyo objetivo es facilitar la adquisición de viviendas a la población dando especial interés a los sectores de menores ingresos.	<ul style="list-style-type: none"> -Financiar la adquisición de vivienda a través de las instituciones financieras. -Administrar el otorgamiento de subsidios para que las familias puedan acceder a tener su vivienda propia.

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

TÉRMINOS GLOSARIO DEL BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

El Banco Central de Reserva del Perú (BCR, 2011) pone a disposición del público en general el presente Glosario de Términos Económicos con la finalidad de facilitar la mejor comprensión de la información económica en general, en particular la contenida en las publicaciones periódicas del Instituto Emisor.

Amortización:

Financieramente es el reembolso del principal de los préstamos.

Bancarización:

Grado en el que los habitantes de un país hacen uso de los productos y servicios financieros ofrecidos por las entidades bancarias. Un indicador de este concepto es comparar la liquidez o el crédito como porcentaje del PBI.

Banco:

Empresa dedicada a operaciones y servicios de carácter financiero, que recibe dinero del público, en forma de depósitos u otra modalidad, y utiliza ese dinero, junto con su propio capital y el de otras fuentes, para conceder créditos (préstamos o descuentos de documentos) y realizar inversiones por cuenta propia. Se caracteriza por la creación secundaria de dinero a través de sus operaciones crediticias.

Caja municipal de ahorro y crédito:

Institución financiera municipal, autorizada a captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas de su ciudad. Conforme el artículo 72° de la Ley N° 27972 o Ley Orgánica de Municipalidades (27 de mayo de 2003), las cajas

municipales de ahorro y crédito no pueden concertar créditos con ninguna de las municipalidades del país.

Caja rural de ahorro y crédito:

Empresa privada cuyo objeto social es realizar intermediación financiera, preferentemente con la mediana, pequeña y micro empresa en apoyo de la actividad económica que se desarrolla exclusivamente en el ámbito rural donde opera.

Cooperativas de crédito:

Son sociedades mercantiles privadas cuya finalidad es atender las necesidades financieras de sus socios. Ejercen las funciones de una entidad bancaria, pero se diferencian de los bancos en su forma de administración y gobierno.

Las cooperativas de crédito tratan de satisfacer las necesidades de crédito y ahorro de los socios que las integran.

Calificación de riesgo crediticio:

Estudio económico-financiero de un sujeto emisor de valores que tiene por objeto analizar la solvencia económica del mismo. El análisis es realizado por las agencias de calificación y su resultado se sintetiza en una nota.

Capacidad de endeudamiento:

Capacidad que tiene cualquier persona o entidad jurídica para adquirir recursos ajenos a un tipo de interés dado y hacer frente a su devolución en un período determinado.

Magnitud macroeconómica que representa el importe total de recursos que una nación ha prestado una vez atendidas tanto las operaciones corrientes, de capital y las financieras. Se obtiene sumando a la capacidad de financiación la variación neta de activos financieros.

Capital fijo:

Parte del capital de una empresa que se invierte en bienes o servicios que quedarán vinculados a ella de forma permanente, como maquinaria, patentes, etc.

Central de Riesgos:

Servicio que prestan los bancos centrales de cada país. Analiza la información suministrada por las entidades de crédito sobre los riesgos bancarios asumidos por personas o empresas, con objeto de identificar a los prestatarios que puedan tener problemas de reembolso.

En el Perú, la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú tiene información consolidada y clasificada sobre los deudores de empresas y entidades del sistema financiero, que está a disposición de las mismas, así como del Banco Central de Reserva del Perú.

Cooperativa de ahorro y crédito:

Institución de fomento del ahorro cuyo capital está conformado por los aportes de los propios ahorristas y cuya finalidad es otorgar créditos a éstos en proporción a dichos ahorros, generalmente a tasas de interés preferenciales. Pueden operar con recursos del público, previa autorización de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, de acuerdo al procedimiento y a los límites que determine dicho organismo.

Crédito para capital de trabajo:

Préstamo otorgado temporalmente al prestatario, con el fin de fortalecer su posición de capital de trabajo. Ejemplo: préstamo estacional o crédito puente.

Empresa de seguros:

Celebra contratos mediante los que se compromete, dentro de ciertos límites y a cambio de una prima, a indemnizar un determinado daño, o a satisfacer un capital,

una renta u otras prestaciones pactadas, en el caso de ocurrir un determinado suceso futuro e incierto.

Interés:

Precio pagado por el prestatario con un monto de dinero líquido, por el uso del dinero del prestamista con la finalidad de compensar a este último por el sacrificio de la pérdida de la disponibilidad inmediata del dinero, la disminución del valor adquisitivo del dinero por la inflación y el riesgo involucrado en el hecho de prestar dinero.

Largo plazo:

Período de tiempo asociado a una duración mayor a un año.

Organismo no gubernamental (ONG):

Organización privada sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es elaborar estudios técnicos y dirigir programas de asistencia. Estas organizaciones reciben y canalizan ayuda internacional.

Pagaré:

Documento mediante el cual el firmante adquiere el compromiso de pagar a un beneficiario una suma de dinero en una fecha de vencimiento acordada.

Préstamo:

Los préstamos son activos financieros que: 1) se crean cuando un acreedor (el prestamista) presta fondos directamente a un deudor (el prestatario) y 2) se ponen de manifiesto en documentos no negociables. El prestatario está obligado a devolver, en los plazos y formas convenidas, la suma prestada y generalmente una cantidad adicional como interés compensatorio.

Las empresas del sistema no bancario.

Son un conjunto de instituciones financieras que no clasifican como bancos y participan en la captación y canalización de recursos financieros: cajas rurales de ahorro y crédito, cajas municipales de ahorro y crédito, financieras.

EDPYME (Entidad de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa)

Es una Entidad del Sistema Financiero, regulada por la SBS (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP), cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento, preferentemente a los empresarios de la pequeña y microempresa (“Economipedia - Educación financiera, economía y finanzas,” n.d.).

Cuadro 5: Empresas del sistema no bancario en el Perú.

EMPRESAS FINANCIERA		
<p>Son aquellas que captan recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valor, opera con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.</p>		
Financiera TFC	Financiera Crear Arequipa	América Financiera
Edificar	Financiera Efectiva	Mitsui Auto Finance Financiera
Crediscotia	Financiera Universal	
Financiera Confianza	Financiera Uno	
INTITUCIONES MICROFINANCIERAS		
<p>Cajas Rurales de Ahorro y Crédito</p> <p>Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a la mediana, pequeña y microempresa del ámbito rural.</p>		
Cajamarca	Los Libertadores Ayacucho	Sipan
Chavín S.A.	Prymera S. A.	Nuestra Gente
Credinka	Profinanzas S. A.	Incasur
Los Andes S. A.	Señor de Luren	
EDPYME		
<p>Entidad de desarrollo a la pequeña microempresa- EDPYME es aquella cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de las pequeñas y microem -presas, y no se encuentran autorizadas a captar fondos del público.</p>		
Alternativa	Nueva Visión S.A.	Solidaridad
Acceso Crediticio	Pro Empresa S.A.	Credijet
Credivisión	Pro Negocios S.A.	
MiCasita	Raíz	
Caja Municipal de Ahorro y Crédito		
<p>Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y microempresas.</p>		
Arequipa	Ica	Piura
Cusco	Maynas	Sullana
Del Santa	Paita	Tacna
Huancayo	Pisco	Trujillo
Caja Municipal de Crédito Popular		
<p>Es aquella especializada en otorgar créditos pignoratícios al público en general. También se encuentra facultada para efectuar operaciones activas y pasivas con los concejos provinciales y distritales y con empresas municipales dependiente de los primeros.</p>		
Caja Municipal de Crédito Popular Lima		

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros y AFP.

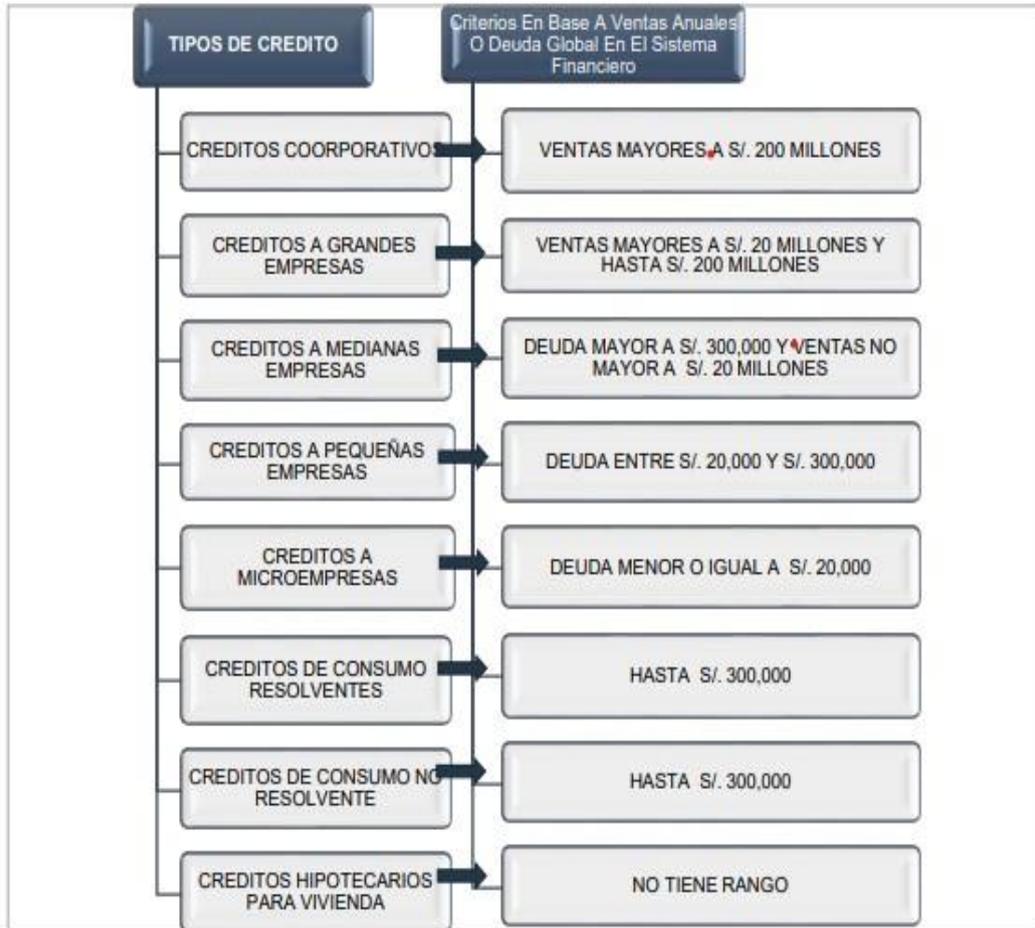
2.2.3.3. Crédito.

(BCR, 2011) – Glosario de términos (2011): Operación económica en la que existe una promesa de pago con algún bien, servicio o dinero en el futuro. La creación de crédito entraña la entrega de recursos de una unidad institucional (el acreedor o prestamista) a otra unidad (el deudor o prestatario). La unidad acreedora adquiere un derecho financiero y la unidad deudora incurre en la obligación de devolver los recursos. · Préstamo de dinero para superar situaciones especiales o financiar acciones fuera del alcance de los recursos ordinarios de una empresa. El crédito, al implicar confianza en el comportamiento futuro del deudor, significa un riesgo y requiere en algunos casos la constitución de alguna garantía o colateral.

(Rojas López, 2018). La cultura financiera garantiza que las familias, empresas e individuos sean asertivos en la toma de decisiones acerca de la inversión y del consumo de productos y/o servicios financieros de acuerdo a sus expectativas futuras y necesidades. Por tal razón, la cultura financiera es un aspecto clave para la estabilidad financiera, ya que mejora las decisiones de inversión y financiación de las personas.

Clasificación por tipo de créditos: Esta clasificada se encuentra en la Resolución SBS N.º 11356-2008 donde indica que son 8 tipos de créditos:

Cuadro 6: Clasificación por tipo de crédito



Fuente: Zavala. & Caro. (2015). Herramientas Financieras en la Evaluación del Riesgo de Crédito

2.2.3.4. Evaluación crediticia.

(Lozano Flores, 2013). En su publicación: “Guía de evaluación de créditos pequeña empresa” detalla el sistema de otorgamiento de créditos que está normado por la SBS. Las directivas contenidas en la Resolución SBS 11356 -2008, respecto a los créditos de pequeña empresa son las siguientes:

Pequeña empresa: "Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a S/. 20,000 pero no mayor a

S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/.20, 000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas".

Cada entidad aplica sus políticas en cuanto a requisitos y restricciones; sin embargo, en general se consideran los siguientes requisitos:

- Fotocopia del documento de identidad de titular y cónyuge (si es el caso)
- Fotocopia del RUC, de la licencia de funcionamiento, boletas de compra de mercadería o registros equivalentes.
- Fotocopia del último recibo de servicios (Electricidad, agua o telefonía) solo uno de ellos.
- Fotocopia del documento de propiedad de vivienda. En caso de no ser propietario, se solicita aval que sí tenga casa propia.

2.2.3.5. Metodología de evaluación crediticia.

(Westreicher, 2018). En una publicación de Economipedia indica: La calificación crediticia (o credit scoring) es una metodología de evaluación crediticia que consiste en asignar un puntaje al potencial deudor. De esta forma, se intenta medir la solvencia del cliente. El credit scoring se basa principalmente en el historial de préstamos del solicitante. Dicha información es otorgada por las centrales de riesgo, entidades que reúnen información de todos los usuarios del

sistema financiero.

Uso del credit scoring

El uso del credit scoring se da principalmente de dos formas:

- A. Al procesar la petición de un crédito, la institución financiera analiza el puntaje del potencial deudor en relación a las características del préstamo solicitado. Si se trata de un financiamiento muy alto, se exigirá una mayor solvencia.
- B. Una vez que el préstamo es otorgado, el banco puede guiarse de la puntuación del cliente para hacerle un seguimiento. Entonces, si el prestatario se hace menos fiable en algún momento, la entidad financiera podría limitar su línea de crédito.

Cabe aclarar que cada banco tiene su propia forma de evaluar el riesgo de crédito.

La evaluación crediticia de los créditos de pequeña empresa se debe realizar desde tres aspectos:

- Análisis cualitativo, que permite evaluar la moral de pago del cliente
- Análisis cuantitativo que permite analizar la capacidad de pago del cliente.
- Destino del crédito, que permita identificar el destino del crédito y minimizar el riesgo crediticio de un probable desvío de recursos hacia actividades diferentes a las indicadas en la evaluación.

Según el rubro y actividad, se otorgan inicialmente créditos de montos bajos, y se evalúa el comportamiento del cliente en cuanto al cumplimiento, mejoramiento de ingresos, reporte de endeudamiento con otras entidades, que gestionan bases de datos a nivel nacional y proporciona la información al público (EQUIFAX, 2019) - INFOCORP y se va incrementando la línea de crédito.

2.2.3.6. Seguro Todo Riesgo.

De acuerdo al (BANCO PICHINCHA, 2017). cada crédito está cubierto por un seguro de desgravamen y adicionalmente se ofrece otro tipo de seguros como el: “Seguro Todo Riesgo el cual cubre los daños de tus bienes contra pérdida o daño producido por incendio, explosión, impacto de vehículo, huelgas, conmociones civiles, daño malicioso, vandalismo, terrorismo, terremoto y riesgos de naturaleza”.

(Caja Piura, 2019). Todo Riesgo Plan Pymes: cubre el contenido del negocio contra pérdida ocurrida en forma súbita e imprevista durante la vigencia de la póliza, a causa de incendio, explosión, terrorismo, riesgos políticos y riesgos de la naturaleza.

(Seguros MAPFRE, 2019). El Seguro Multiriesgo para Pymes protege a las pequeñas empresas ofreciéndoles coberturas para amparar los riesgos a los que se encuentran expuestas día a día con su negocio como robos, incendios, terremotos, entre otros. A quien va dirigido:

Clientes de la Caja o Banco que mantengan créditos vigentes no prendarios otorgados en moneda nacional y/o en Dólares Americanos.

Condiciones de acceso:

- Tener un crédito vigente.
- Límites de permanencia.
- Hasta la cancelación del crédito.

(Diario Gestion, 2016). Los millones de motivos para que PYMES accedan a un seguro multiriesgo. En los últimos cinco años, el monto total de pérdidas ocasionadas por los principales siniestros asciende a US\$ 501.14 millones, de los

cuales US\$ 100 millones corresponden a incendios, según Rimac Seguros.

Actualmente el mercado asegurador del Perú ofrece para los clientes el Seguro Multirisgo, el cual cubre contra daños ocasionados por incendios, inundaciones y otros fenómenos de la naturaleza, protegiendo el patrimonio de las personas contra eventos súbitos e imprevistos.

"Si bien la adquisición de este tipo seguro no es obligatoria, es importante contar con el mismo, por cuanto nadie está libre de sufrir un daño de un momento a otro en su vivienda o empresa", señaló Miguel Gutiérrez, gerente de Ingeniería de Rimac Seguros.

En diálogo con (Diario Gestion, 2016), precisó que el segmento corporativo tiene al 100% de empresas cuenta con un seguro de este tipo; sin embargo, a nivel de las pequeñas y medianas empresas (pymes) y personas naturales la cobertura es baja, debido a que falta fomentar más una cultura de prevención.

2.2.3.7. *Financiamiento de las MYPE.*

(PRODUCE, 2014) Por Decreto Supremo No. 010-2014-PRODUCE, el Estado peruano viene promoviendo acciones crediticias a favor de las MYPE a través de instituciones públicas y privadas, mediante el Programa Nacional de Diversificación, así también impulsa el sistema de Fondo de Garantía y de Seguros con el fin de ampliar su cobertura en beneficio de las Pymes. Igualmente, el Estado realiza actividades de promoción, ejecución y financiamiento de la infraestructura productiva y de servicios, así como el aprovisionamiento de materiales y el equipamiento de las Pymes en todos los sectores.

(Vela & Caro, 2015). Créditos a microempresas Financiamiento crediticio de manera directa e indirecta, destinados a financiar actividades de producción,

comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas jurídicas o personas naturales que poseen las siguientes características:

- Registrar un nivel de endeudamiento total en el Sistema Financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) no mayor a S/. 20 000 en los últimos seis (6) meses.
- Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese a un nivel mayor a S/. 20,000 herramientas Financieras en la Evaluación del Riesgo de Crédito 20 Fondo Editorial de la UIGV por seis (6) meses consecutivos, los créditos que inicialmente se clasificaron como de microempresa deberán ser reclasificados según el nivel de endeudamiento que corresponda.

2.2.3.8. Capital de Trabajo.

(Santandreu, 2000). el Capital de Trabajo se debe ver desde dos puntos de vista: “Punto de vista estático: es la diferencia entre los capitales empleados por la empresa de forma permanente y las inversiones en inmovilizado neto.” “Punto de vista dinámico: necesidades financieras que se producen cíclicamente en la empresa producto de las variaciones en los niveles de actividad. Esta relación se obtiene por la diferencia entre los Activos Circulantes (inversión) y el Pasivo exigible a Corto Plazo (financiación).” “Es aquella parte de los recursos permanentes que exceden la financiación del Activos Fijos.”

2.2.3.9. Inclusión Financiera.

(Fundación Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores, 2017). Es un proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, que puede contribuir de manera importante al crecimiento

económico en la medida en que permita reducir de manera efectiva los costos de financiación, aseguramiento y manejo de los recursos, tanto para las personas como para las empresas.

III. HIPÓTESIS

Fidias G. Arias en su libro: “El Proyecto de Investigación - Introducción a la metodología científica”, indica que:

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de la investigación”.

Por lo expuesto, en este estudio, no se ha planteado hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva. De acuerdo a la definición de (Arias, 2012).

Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. (Hernández, & Fernández, 2014) VI Edición pág. 105.

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la Investigación

En la presente investigación, se ha utilizado el diseño No experimental de corte transversal.

Es no experimental porque se realizó sin manipular las variables, observándolas tal como se mostraron en su contexto.

Es de corte transversal porque los datos se recolectaron en un solo momento y en un tiempo único.



Donde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables.

De acuerdo a la definición de (Hernández, & Fernández, 2014).“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”

Por lo que ésta investigación cumple con los parámetros establecidos en la premisa.

4.1.1. El tipo de investigación.

El tipo de investigación es cuantitativa, porque tanto en la recolección de datos como en la presentación de los resultados se han utilizado instrumentos de medición y procedimientos estadísticos.

(Hernández, & Fernández, 2014) pág. 4. Enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

4.1.2. Nivel de la investigación.

El nivel de la investigación es descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio dentro de su contexto. (Hernández, & Fernández, 2014).

4.2. Población y muestra

Del total de la población de 67 MYPE, para ésta investigación se ha seleccionado una muestra no probabilística dirigida, que comprende a 30 microempresarios comerciantes de calzado del mercado: “Túpac Amaru” considerando como criterios:

Inclusión: Que tengan financiamiento proveniente de entidades financieras.

Exclusión: Que tengan capital propio, reciban mercadería en consignación o que se financian a través de usureros y no han accedido al sistema financiero.

(Hernández, & Fernández, 2014). Indica que las muestras deben ser del tipo de sujetos que sea relevante para nuestro estudio según nuestros objetivos, es decir de sujetos que estén involucrados directamente en el fenómeno que vamos a estudiar. (Capítulo 8, 6ª. Edición – 2014).

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicador

Cuadro 7: Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	Conceptualización de la variable	Dimensiones	Concepto de Dimensiones	Indicador	Ítems	Medición	
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	Ciclo de Deming: Planear- Hacer-verificar-actuar. Es ciclo dinámico, está íntimamente asociado con la planificación, implementación control y mejora continua, tanto en la realización del producto como en otros procesos del sistema de gestión de calidad. Deming (1989)	Planificar	Determinar planes, metas y objetivo; realiza diagnóstico desarrollar teoría de solución para mejorar mediante plan de trabajo.	Diagnósticar Microempresario y MYPE	¿Qué edad tiene el microempresario?	Razón	
					Género del Microempresario	Nominal	
					¿Qué grado de instrucción tiene usted?	Ordinal	
					¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	Nominal	
					¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	Razón	
					¿Qué categoría tiene la MYPE?	Razón	
					¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	Razón	
					¿Cuál fue el objetivo de formación de la MYPE?	Razón	
				Planificar - Política - Meta	¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	Likert	
			Hacer	Ejecutar el plan de trabajo establecido determinando método de control.	Organizar - Proceso - Actividades	¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	Likert
		¿Satisface las necesidades del cliente?					
		¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?					
		¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?					
						¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	
			Verificar	Establecer un indicador de medición para comparar los resultados con metas y objetivos.	Evaluar y hacer seguimiento	¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	Likert
						¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	
						¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	
			Actuar	Verificar los resultados, sistematizar y corregir aplicando soluciones inmediatas; establecer nuevo plan de trabajo.	Controlar procedimientos y realizar ajustes	¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	Likert
	¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?						
	¿Qué tipo de publicidad utiliza?						

VARIABLE	Conceptualización de la variable	Dimensiones	Concepto de Dimensiones	Indicador	Ítems	Medición
F I N A N C I A M I E N T O	Conjunto de recursos monetarios utilizados para llevar a cabo una actividad económica y que han sido tomados en calidad de préstamo, complementando los recursos propios. (Gitman & L Zutter, 2012)	Fuente de Financiamiento	Vías que utilizan las empresas para obtener recursos financieros.	Realizar transacciones Financieras	¿En cuántas Entidades tiene financiamiento? ¿En qué tipo de entidades financió?	Nominal
		Préstamo	Activos financieros entre acreedor y prestatario mediante documento establece obligación de devolución del monto, plazo, interés. (BCRP ,2011)	Monto	¿Cuál fue el monto financiado?	
				Facilidad	¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	
				Plazo	¿A qué plazo financió su préstamo?	
				Destino	¿Cuál fue el destino del financiamiento?	
				Contribución	¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	
		Seguro todo riesgo	Contrato con empresa de seguros que compromete indemnización por determinado daño a cambio de una prima. (BCRP, 2011). Cubre el contenido del negocio contra pérdida ocurrida en forma súbita e imprevista durante la vigencia de la póliza (CAJA PIURA 2018).	Asegurar Inversión y Financiamiento	¿Tomó seguro contra todo riesgo?	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento utilizado es un cuestionario estructurado con 27 preguntas. La validez del instrumento se realizó a través del criterio de juicio de tres jueces expertos quienes determinaron que el cuestionario, una vez levantadas las observaciones, era pertinente para su aplicación en la presente investigación.

La estructuración del cuestionario es la siguiente:

- | | |
|---|--------------|
| - Datos de los microempresarios | 3 preguntas |
| - Datos de las MYPE | 5 preguntas |
| - Características de la Gestión de la Calidad | 11 preguntas |
| - Características del Financiamiento | 8 |

4.5. Plan de análisis.

Al obtener la recopilación de los datos recogidos por medio del instrumento que es el cuestionario, mediante la técnica de la encuesta; se tabuló la información de manera clara y ordenada, en tablas y gráficos y empleando la estadística descriptiva calculando las frecuencias y porcentajes, utilizando el programa Microsoft EXCEL.

- Se definieron las variables con la finalidad de redactar la pregunta que se adecue a la investigación.
- Se determinó la población y la muestra con la finalidad de obtener la unidad de análisis del presente trabajo.
- Se procedió a aplicar el instrumento seleccionado, en este caso el cuestionario para obtener la información requerida.
- Se analizaron detalladamente los resultados con la finalidad de determinar el cumplimiento de los objetivos general y específicos de la presente tesis.

4.6. Matriz de Consistencia

Cuadro 8: Matriz de Consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PROPÓSITO DE LOS OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO Y/O PROCEDIMIENTO		
<p>¿CUALES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE CALZADO DEL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN-PUNO 2019?</p>	<p>General:</p>	<p>Variable 1: Gestión de Calidad</p>	<p>Población: De un total de 67 MYPE, del sector comercio – rubro venta de calzado del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román-Puno 2019.</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario estructurado</p>		
	<p>Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y el Financiamiento en las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román-Puno 2019.</p>					<p>Variable 2: Financiamiento</p>	<p>Muestra: No probabilística dirigida de 30 MYPE.</p> <p>Criterios:</p> <p>Inclusión: Tienen financiamiento.</p> <p>Exclusión: No tienen financiamiento. (Hernández, Fernández et al, 2014)</p>
	<p>Específicos:</p>	<p>Describir las características de la Gestión de Calidad de las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca-provincia de San Román, Puno, 2019.</p>	<p>Describir las características del Financiamiento de las MYPE del sector comercio- rubro venta de calzado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca - provincia de San Román – Puno, 2019.</p>				

4.7. Principios éticos

4.7.1. Código de ética.

Derecho de Autor: Se ha tomado como referencia a diferentes autores como base, antecedentes y comparación de esta investigación respetando sus afirmaciones y procediendo de acuerdo a las normas vigentes. Las citas bibliográficas han sido referidas utilizando el programa MENDELEY.

Protección de las personas: En ningún momento se ha puesto en riesgo su seguridad personal ni la de sus negocios.

Beneficencia: La investigación está enfocada en objetivos que determinarán un beneficio para los participantes.

Justicia: Se ha procedido con absoluta equidad y el respeto que se merecen los microempresarios participantes.

Integridad científica: De acuerdo a las normas de ética y deontología, se ha procedido informando a los participantes que ésta investigación no implica riesgos, daños o conflicto de intereses potenciales y que los resultados serán de su conocimiento para que puedan beneficiarse y realizar los ajustes que correspondan para mejorar su actividad comercial.

Consentimiento informado y expreso: La participación ha sido voluntaria al aceptar dar respuesta al cuestionario con la finalidad de contribuir con el autor de ésta investigación sin pretensiones de retribuciones económicas.

Confidencialidad: Se respeta la confianza y confidencialidad de la información proporcionada por los encuestados, los cuales permanecerán en el anonimato.

Se ha procedido con Honestidad: Se considera este principio ético, porque la aplicación de las encuestas es en forma consciente para la viabilidad en la obtención de los datos.

En todo momento de la investigación se ha procedido con rigurosa responsabilidad científica y profesional ante la sociedad, concordando con el Código de Ética para la Investigación de la (ULADECH, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

PERFIL DEL MICROEMPRESARIO

Tabla 1:
Edad de Microempresarios

Edad (Años)	Frecuencia	%
18 – 54	16	53
55 a más	14	47
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

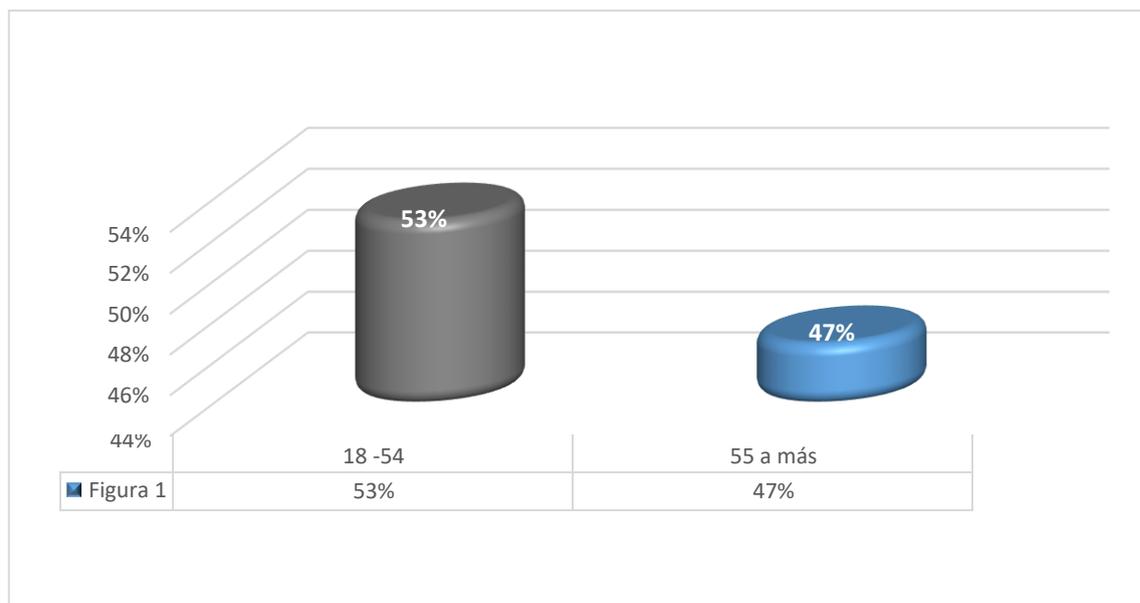


Figura 1: *Edad de los microempresarios*

Fuente: Tabla No. 1- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” encuestados, el 53% (16) tiene entre 18 y 54 años de edad y el 47% más de 55 años (14).

Tabla 2:
Género de Microempresarios

Género	Frecuencia	%
Femenino	20	67
Masculino	10	33
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

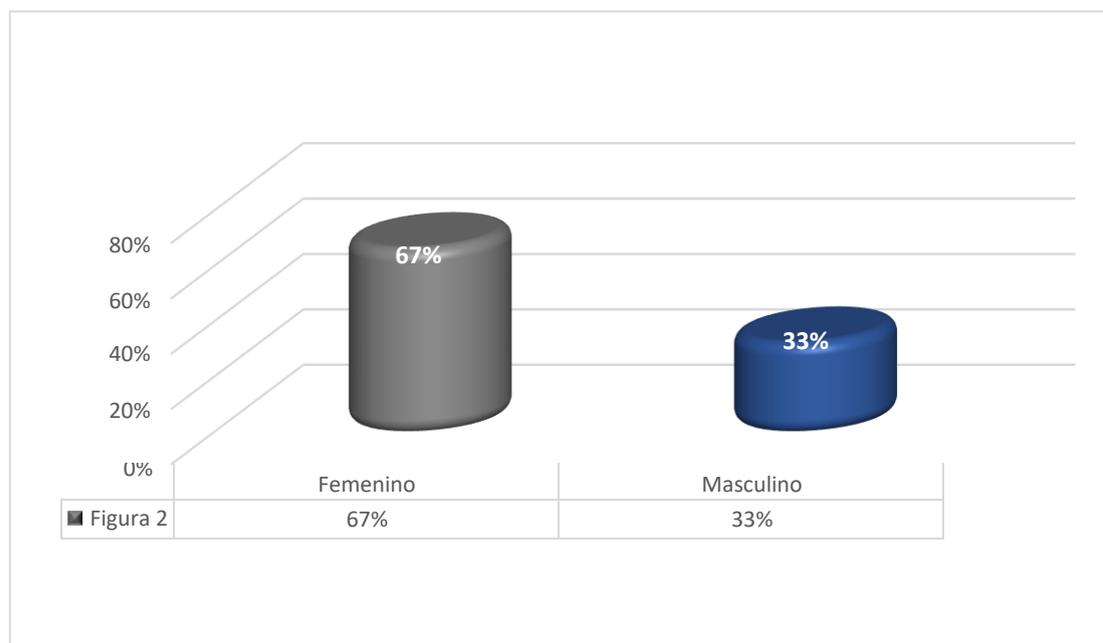


Figura 2: *Género de los Microempresarios*

Fuente: Tabla No. 2 - Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total encuestado, destaca que, el 67% (20) son del género femenino y solamente 33% (10) son del género masculino.

Tabla 3:
Grado de Instrucción de Microempresarios

Grado de Instrucción	Frecuencia	%
Sin instrucción	0	0
Primaria	2	6
Secundaria	20	67
Superior	8	27
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

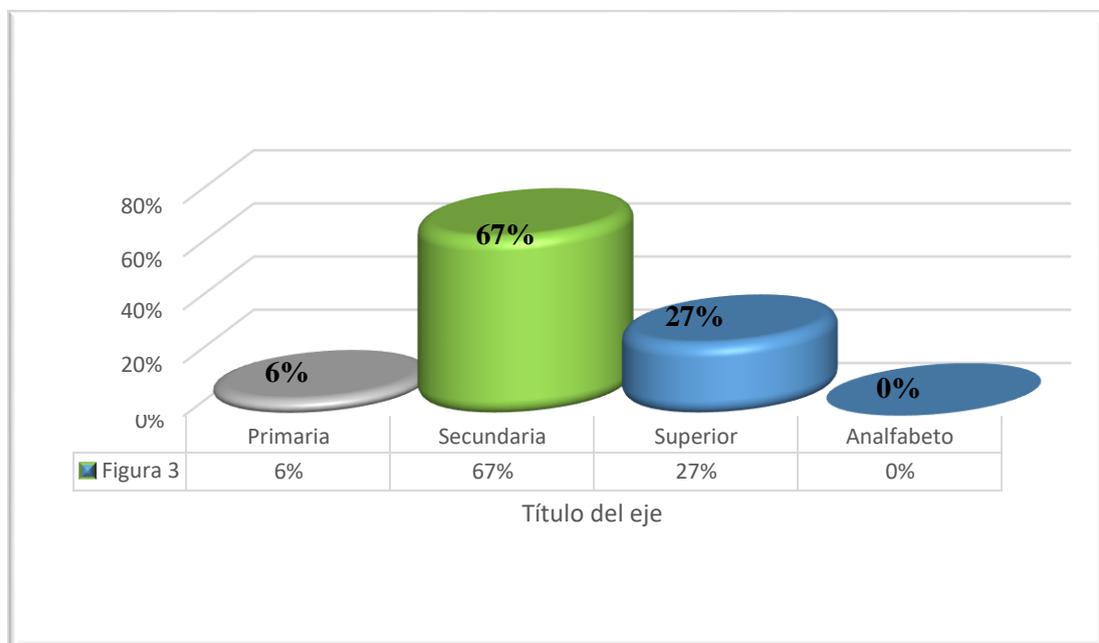


Figura 3: Grado de Instrucción de los microempresarios

Fuente: Tabla No. 3- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: De acuerdo a la tabla y figura 3, se observa que de 30 encuestados, el 67% (20) tienen secundaria; 27% (8) han cursado estudios superiores; 6% (2) tienen estudios de primaria y es importante destacar que no hay analfabetos.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:

Tabla 4:
Situación del local

Situación	Frecuencia	%
Propio	30	100
Alquilado	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019



Figura 4: *Situación del local*

Fuente: Tabla No.4- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: El total de microempresarios (30) que hacen el 100% son propietarios de sus locales y ninguno, 0% tiene local alquilado.

Tabla 5:
Antigüedad de la MYPE

Antigüedad(Años)	Frecuencia	%
1-5	2	7
5-10	18	60
10 a más	10	33
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

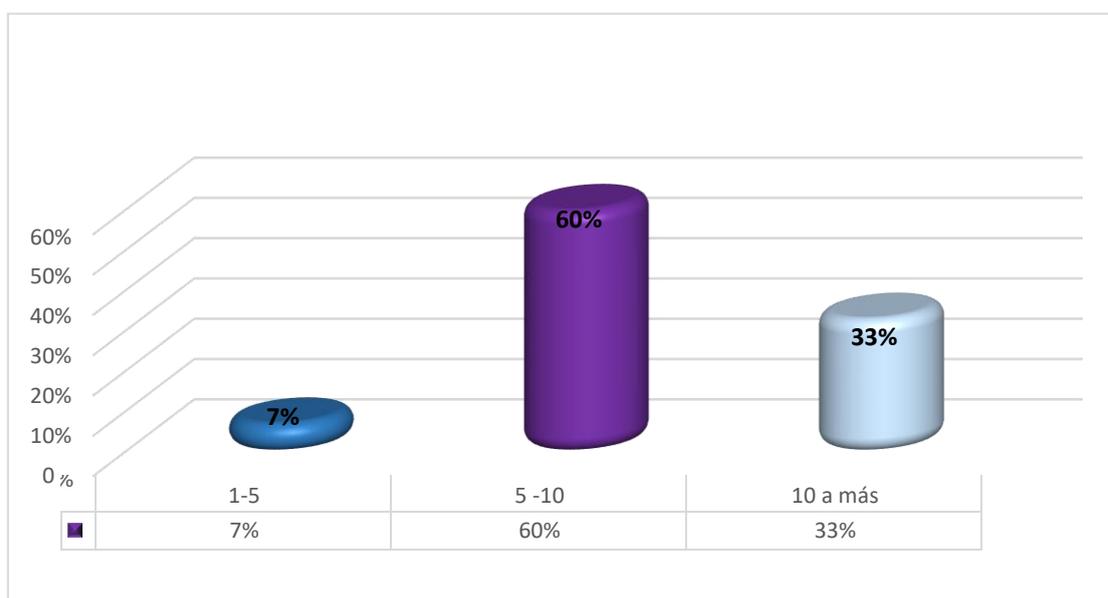


Figura 5: *Antigüedad de la MYPE*

Fuente: Tabla No. 5- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 5, del total de microempresarios encuestados: 60% (18) tiene antigüedad entre 5 a 10 años; 33% (10) tienen más de 10 años y 7% (2) tiene entre 1 a 5 años de antigüedad.

Tabla 6:
Categoría de la MYPE

Categoría	Frecuencia	%
Mayorista	2	7
Minorista	28	93
Fabricante	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

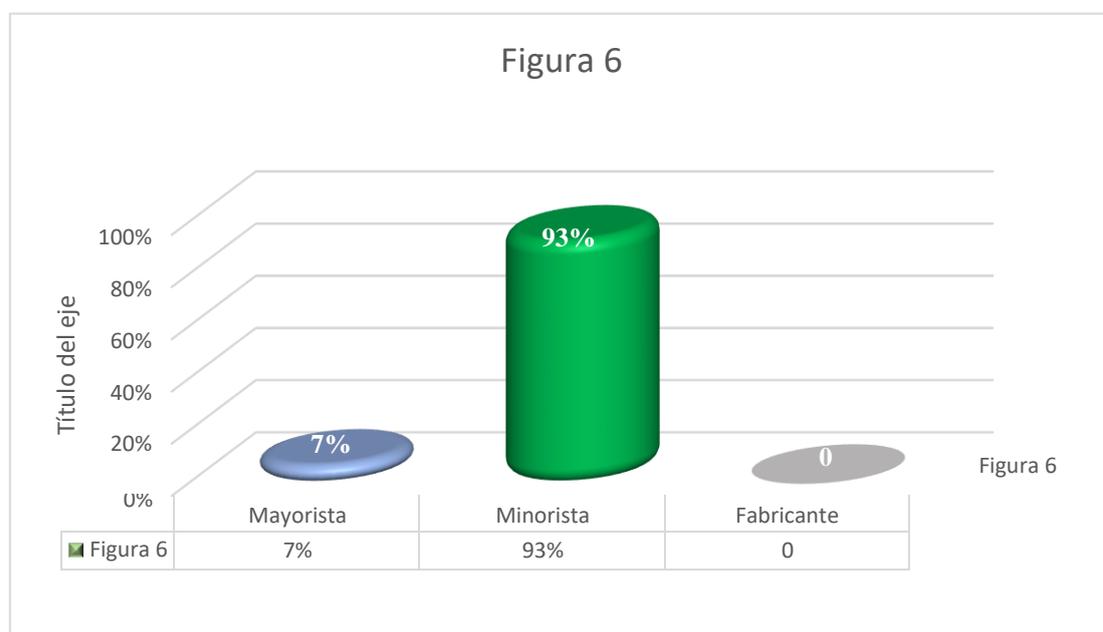


Figura 6: Categoría de la MYPE.

Fuente: Tabla No. 6- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: De los 30 microempresarios encuestados, el 93% (28) tiene categoría de comerciante minorista y solamente el 7% (2) de comerciantes es mayorista; no habiendo ningún fabricante.

Tabla 7:
Cantidad de Trabajadores

Cantidad	Frecuencia	%
1 -4	21	70
5 - 10	9	30
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

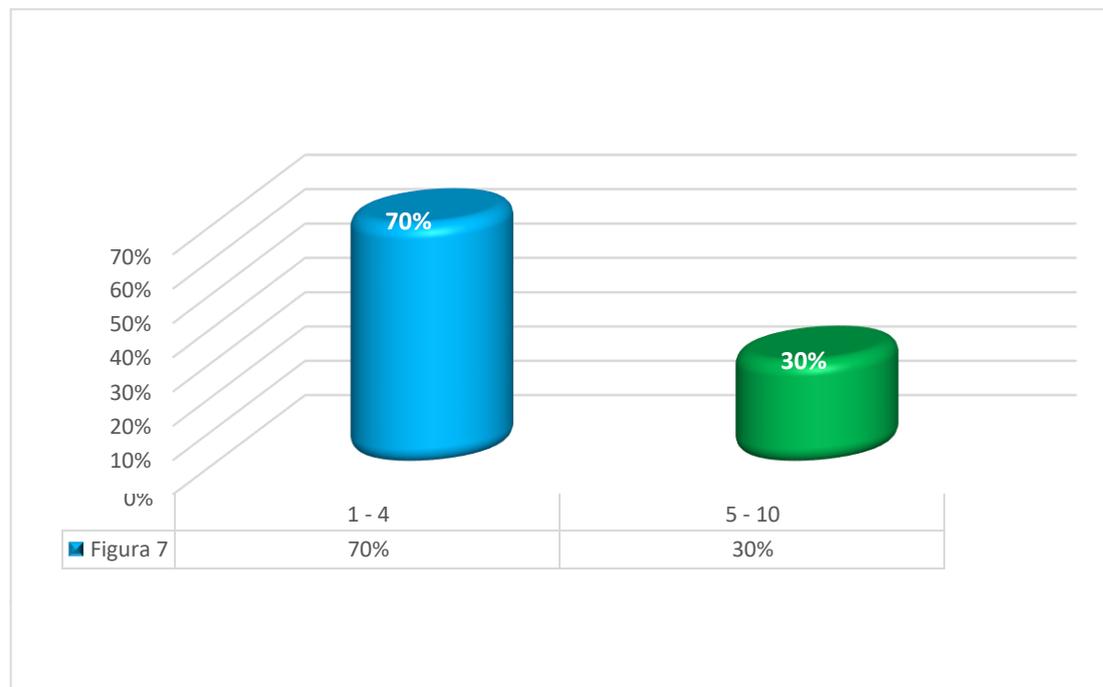


Figura 7: Cantidad de trabajadores.

Fuente: Tabla No. 7- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 7, de los 30 microempresarios encuestados; la mayoría, que hacen el 70% (21) tiene de 1 a 4 trabajadores y el 30% (9) tiene de 5-10 trabajadores.

Tabla 8:
Objetivo de formación de la MYPE

Objetivo	Frecuencia	%
Comercialización	30	100
Producción y Comercialización	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

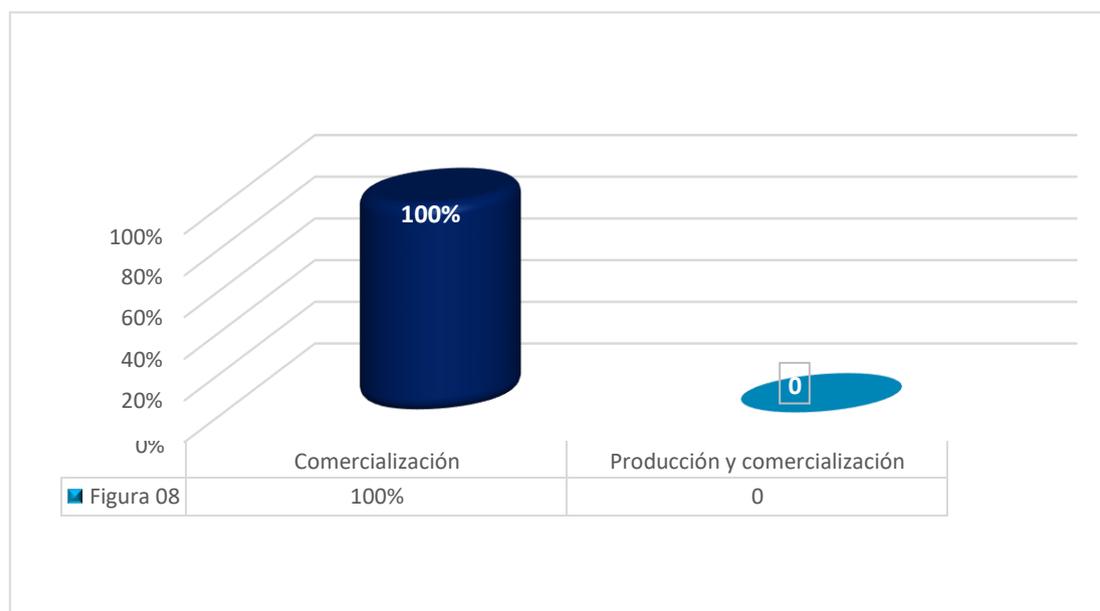


Figura 8: Objetivo de Formación de la MYPE.

Fuente: Tabla No. 8- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: El total de empresario (30) que equivalen al 100% tiene como objetivo de formación de la MYPE el de comercialización y ninguno tiene el objetivo de producir y comercializar.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Tabla 9:
Origen de los productos que ofrece

Origen	Frecuencia	%
Producción local	0	0
Producción nacional	5	17
Importado	25	83
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

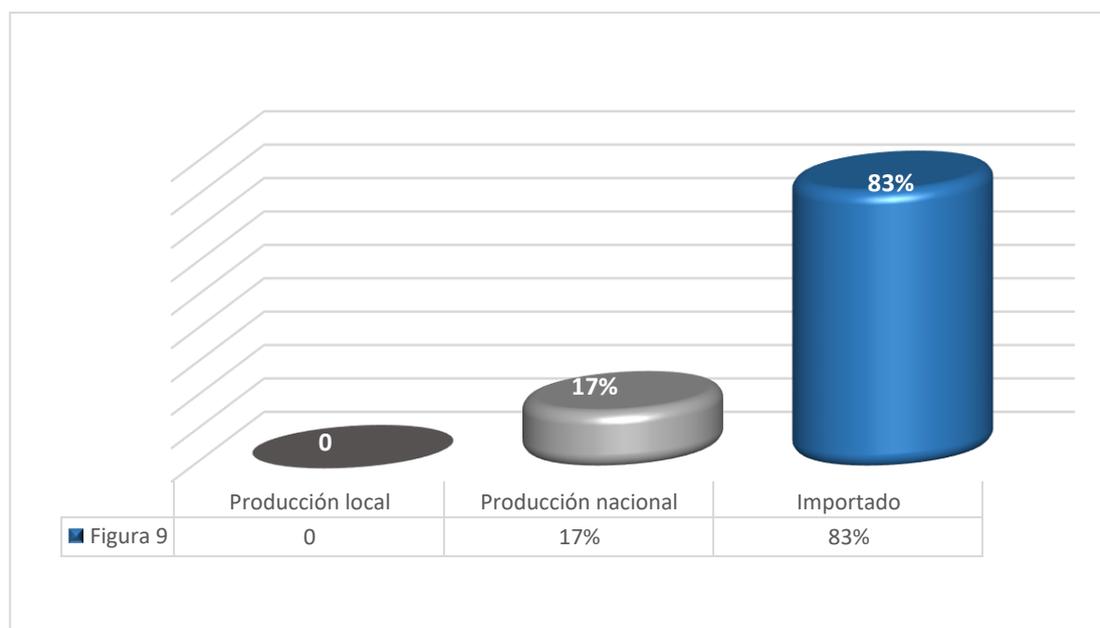


Figura 9: Origen de los productos que ofrece.

Fuente: Tabla No. 9- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Según resultados de la tabla y figura 9, del total de encuestados, 83% (25) microempresarios comercializan mercadería importada; 17% (5) venden productos nacionales y ninguno 0% comercializa productos locales.

Tabla 10:
Satisfacción de necesidades

Satisfacción	Frecuencia	%
Siempre	23	77
Casi siempre	5	17
Algunas veces	2	6
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019



Figura 10: *Satisfacción de necesidades.*

Fuente: Tabla No. 10- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de 30 microempresarios encuestados, el 77% (23) en forma mayoritaria, siempre satisface las necesidades de sus clientes; 17% (5) satisface a sus clientes casi siempre; el 6% (2) satisface a sus clientes algunas veces y 0% casi nunca o nunca.

Tabla 11:
Aplica las políticas establecidas en su MYPE

Aplica	Frecuencia	%
Siempre	24	80
Casi Siempre	6	20
Algunas veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

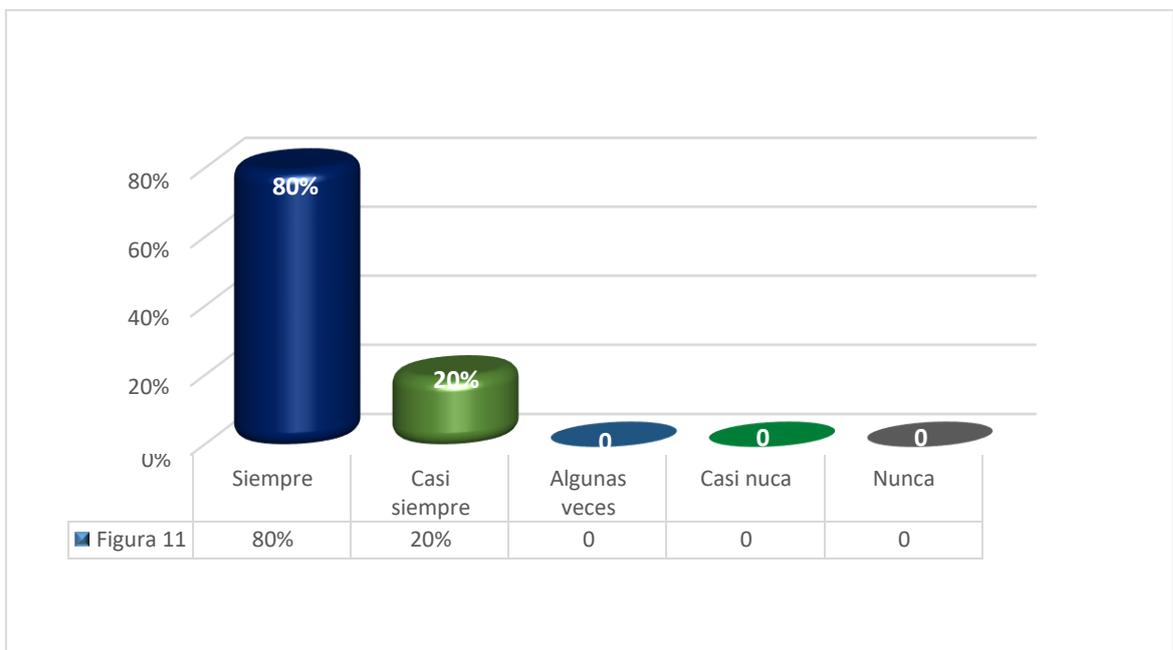


Figura 11: *Aplica las políticas establecidas en su MYPE.*

Fuente: Tabla No. 11- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 11 indican que de los 30 empresarios encuestados, el 80% (24) aplica siempre las políticas establecidas en su micro empresa y el 20% (06) aplica casi siempre; correspondiendo a ningún empresario 0% las opciones: algunas veces, casi nunca y nunca.

Tabla 12:
Planifica las metas y objetivos de su empresa

Planifica	Frecuencia	%
Siempre	20	67
Casi Siempre	6	20
Algunas veces	4	13
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

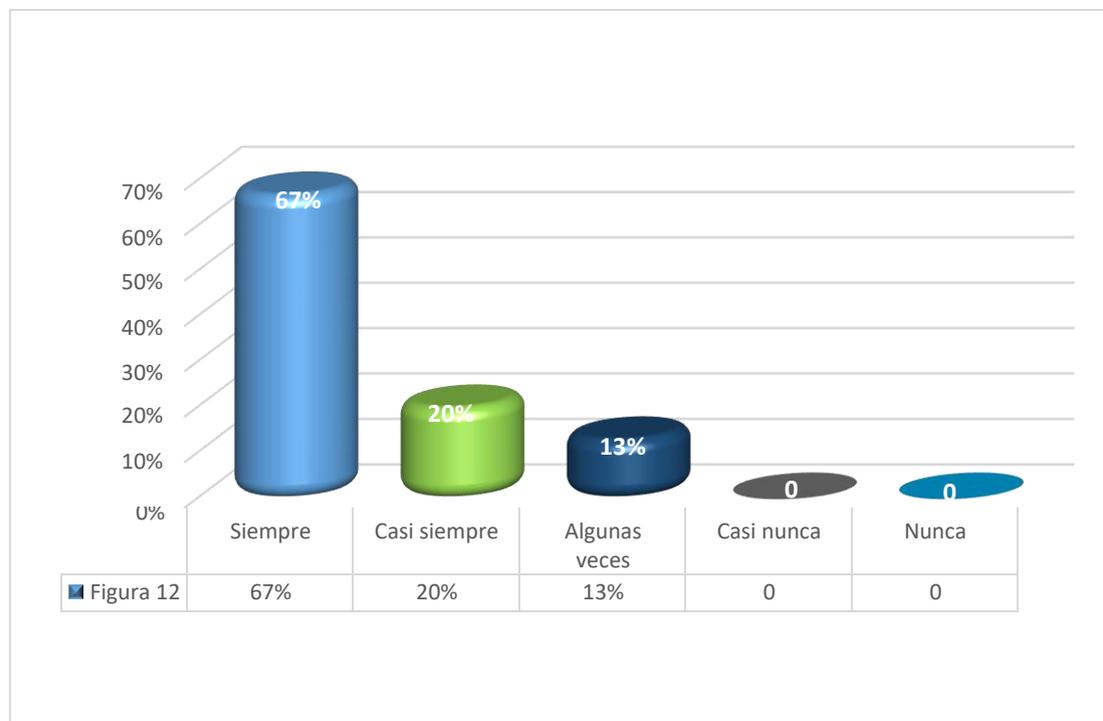


Figura 12: *Planifica las metas y objetivos de su empresa*

Fuente: Tabla No. 12- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de empresarios encuestados, el 67% (20) planifica siempre las metas y objetivos de su empresa; 20% (06) planifica casi siempre y 13% (04) planifica algunas veces las metas y objetivos de su empresa.

Tabla 13:
Organiza estratégicamente su mercadería según campañas

Organiza	Frecuencia	%
Siempre	27	90
Casi Siempre	3	10
Algunas veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019.

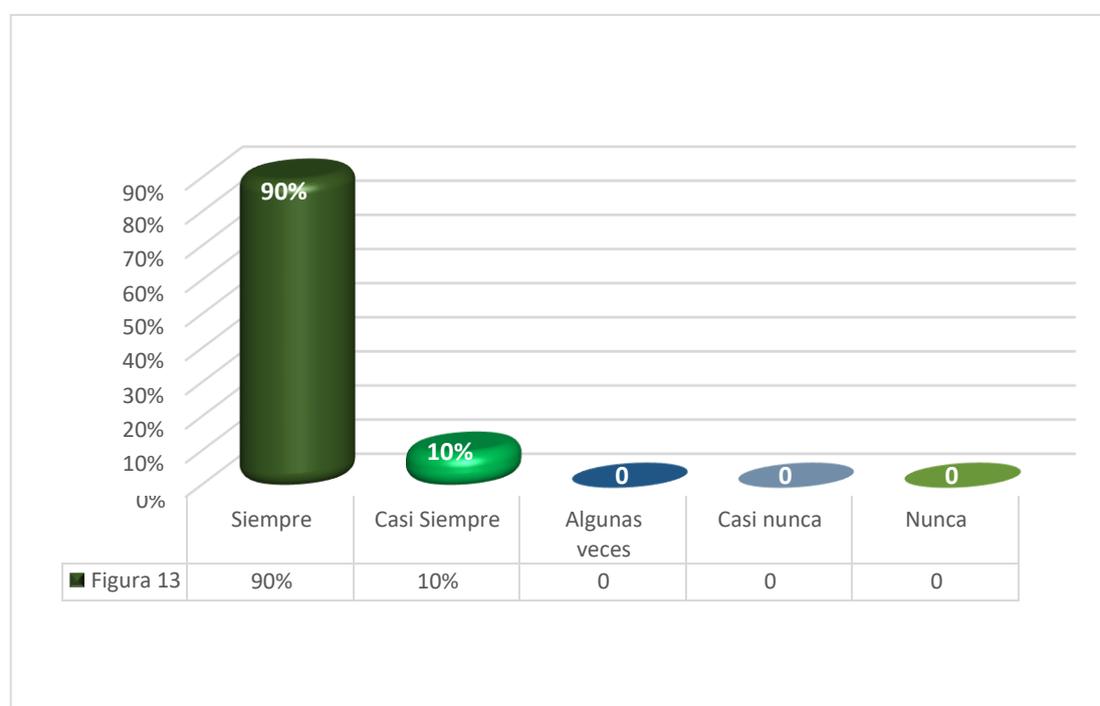


Figura 13: *Organiza estratégicamente su mercadería según campañas*

Fuente: Tabla No. 13- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Según el resultado de la tabla y figura 13, se observa que de los 30 microempresarios encuestados, el 90% (27) siempre organiza estratégicamente su mercadería según campañas; 10% (03) lo hacen casi siempre y 0% ninguno corresponde a las opciones: algunas veces, casi nunca y nunca.

Tabla 14:
Organiza jornada diaria con su personal

Organiza	Frecuencia	%
Siempre	21	70
Casi siempre	6	20
Algunas veces	3	10
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019.

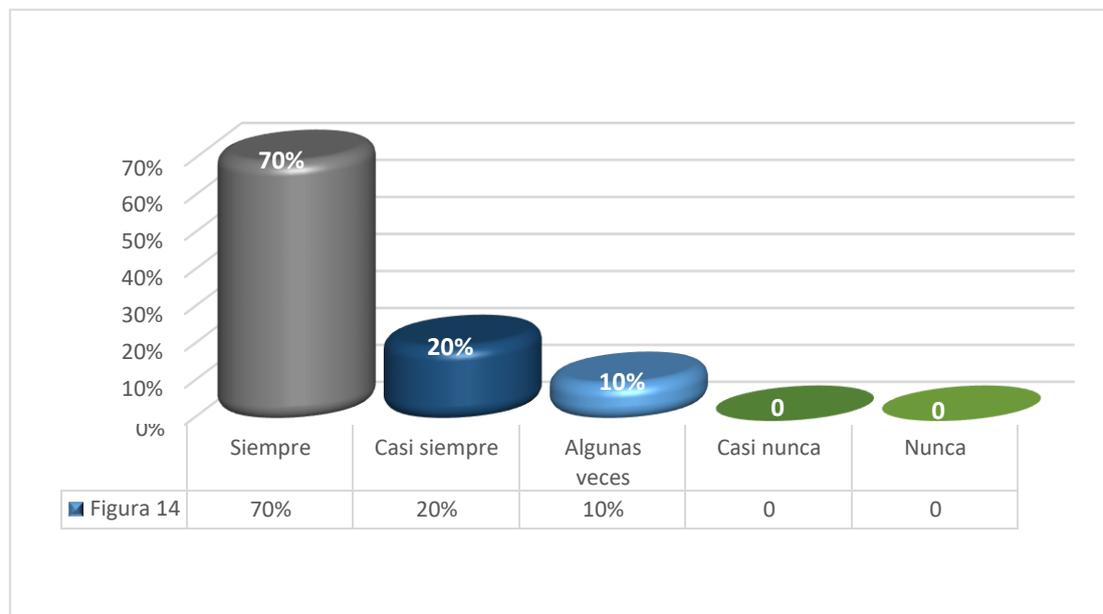


Figura 14: *Organiza jornada diaria con su personal*

Fuente: Tabla No. 14- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: El resultado de la tabla y figura 14 indica que, de los 30 microempresarios encuestados, el 70% (21) siempre organiza de manera estructurada la jornada diaria con su personal; 20%(06) lo hace casi siempre y el 10% (03) lo hace algunas veces; correspondiendo a 0% las opciones de casi nunca y nunca.

Tabla 15:
Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias

Lleva	Frecuencia	%
Siempre	21	70
Casi siempre	6	20
Algunas veces	3	10
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

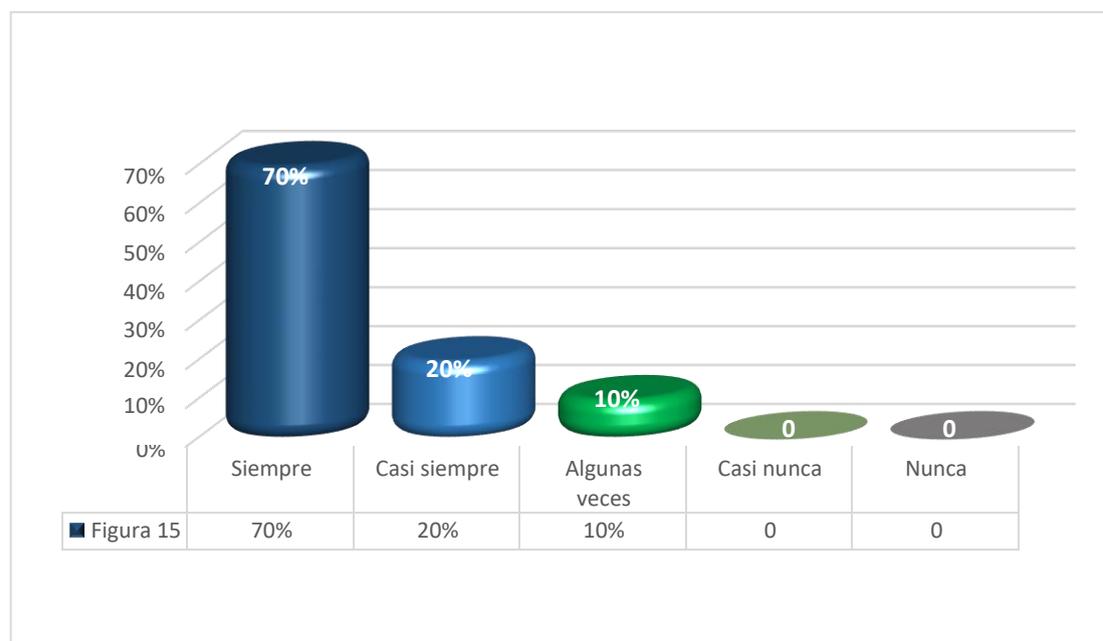


Figura 15: *Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias*

Fuente: Tabla No. 15- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: El resultado de la tabla y figura 15 demuestra que del total de empresarios encuestados, el 70% (21) siempre lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias; 20% (06) llevan casi siempre y 10% (03) llevan algunas veces; correspondiendo a 0% las opciones de casi nunca y nunca.

Tabla 16:
Toma las medidas de solución inmediata

Toma	Frecuencia	%
Siempre	23	77
Casi siempre	6	20
Algunas veces	1	3
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

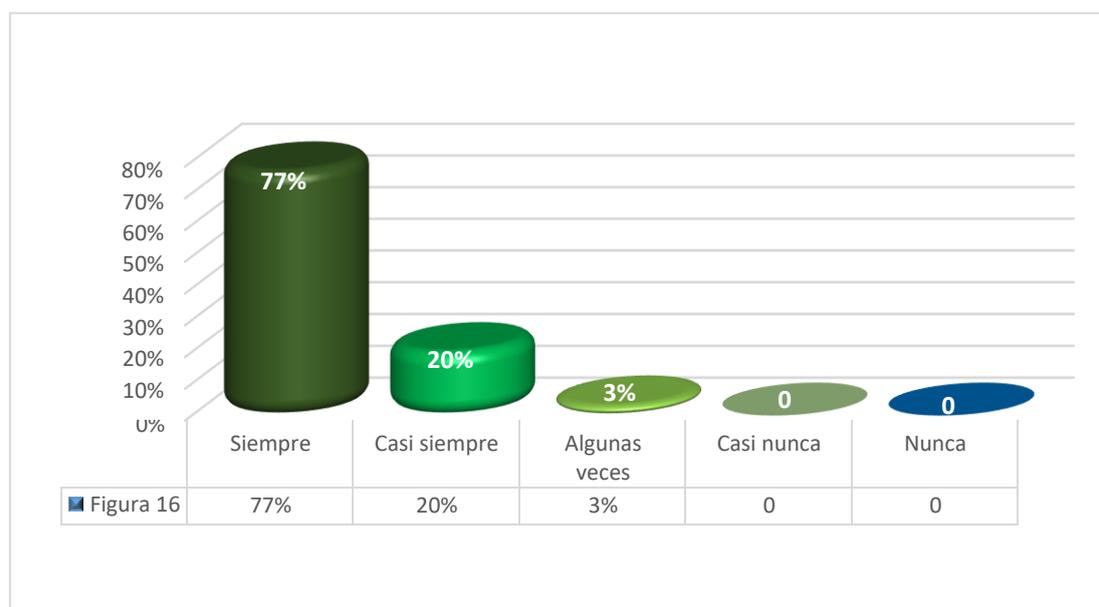


Figura 16: Toma las medidas de solución inmediata

Fuente: Tabla No. 16- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Según el resultado de la tabla y figura 16, de los 30 microempresarios encuestados, el 77% (23) siempre toma medidas de solución inmediata; 20% (06) lo hace casi siempre y 3%(01) lo hace algunas veces; siendo 0% para las opciones casi nunca y nunca.

Tabla 17:
Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua

Evalúa	Frecuencia	%
Siempre	10	34
Casi siempre	10	33
Algunas Veces	6	20
Casi nunca	4	13
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

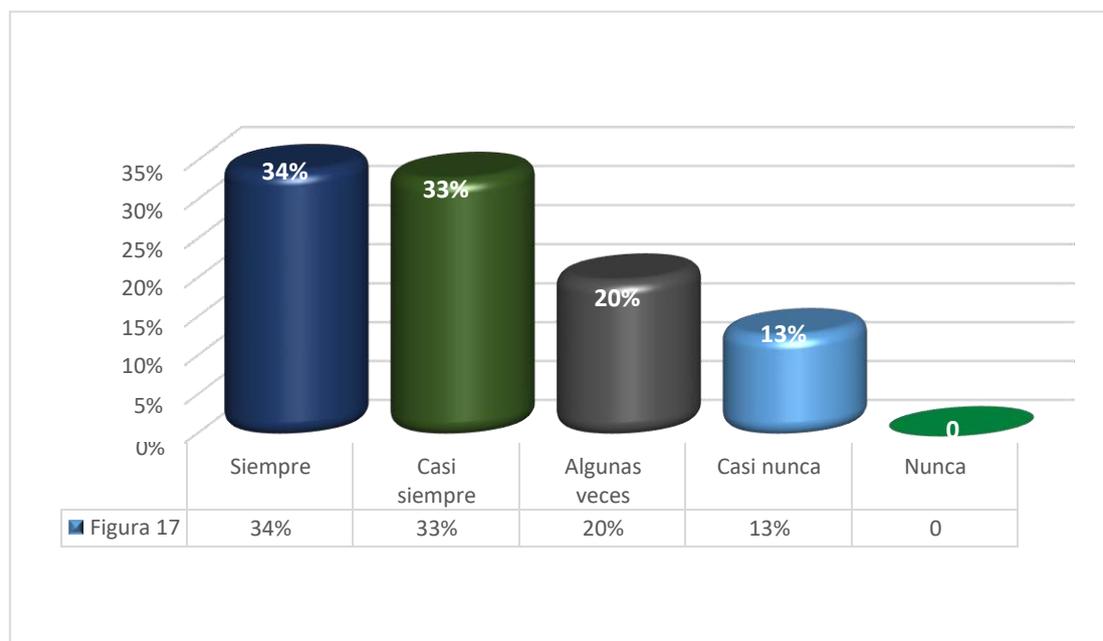


Figura 17: *Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua.*

Fuente: Tabla No. 17- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de microempresarios encuestados, el 34% (10) siempre evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua; 33% (10) evalúa casi siempre; 20% (06) lo hace algunas veces; 13% (04) casi nunca evalúa y 0% corresponde a la opción nunca.

Tabla 18:
Mejor calidad: productos nacionales o importados

Considera	Frecuencia	%
Siempre	23	77
Casi siempre	7	23
Algunas veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

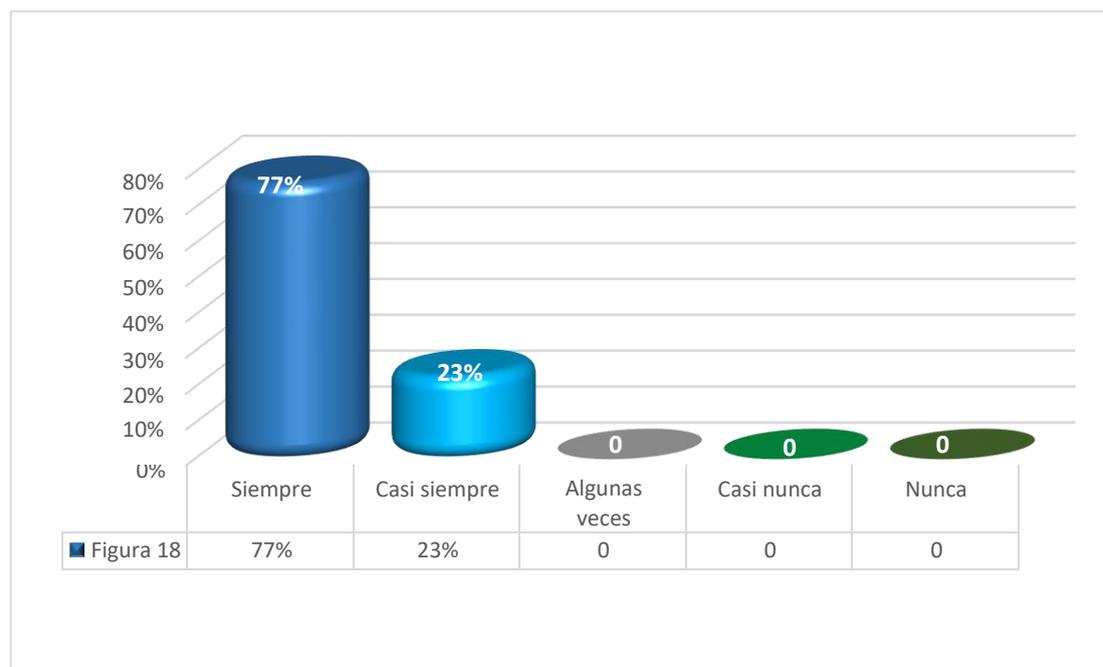


Figura 18: *Mejor Calidad: productos nacionales o importados*

Fuente: Tabla No. 18- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 18 indican que de los 30 micropresarios encuestados, el 77% (23) siempre considera que los productos nacionales son de mejor calidad que los importados y 23% (07) casi siempre considera; siendo el 0% para las opciones de: algunas veces, casi nunca y nunca.

Tabla 19:
Qué tipo de publicidad utiliza

Utiliza	Frecuencia	%
Medios de Comunicación	3	10
Folletos	1	3
Afiches	1	3
Almanaques	8	27
Catalogo virtual	2	7
Redes Sociales	15	50
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

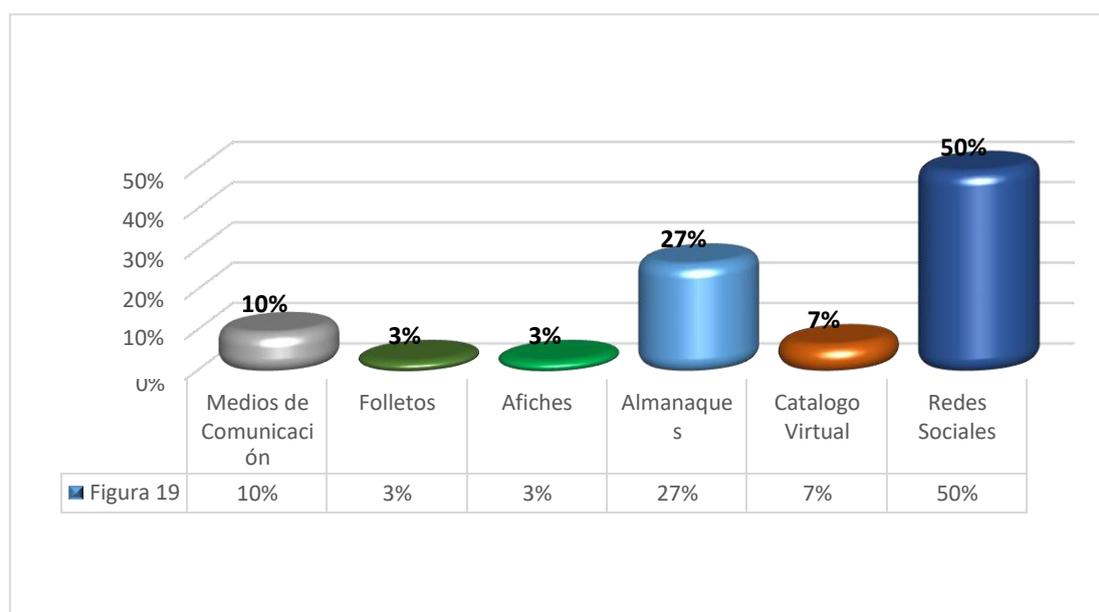


Figura 19: *Que tipo de publicidad utiliza*

Fuente: Tabla No. 19- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Según el resultado de la tabla y figura 19, del total de microempresarios encuestados, el 50% (15) utiliza la tecnología moderna de las redes sociales para su publicidad; 27% (8) usan almanaques; 10% (3) se publicitan por medios de comunicación; 7% (2) usa catálogo virtual; 3% (1) publicidad en folletos y 3% (1) usa publicidad en afiches.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO

Tabla 20:
Número de Entidades

Entidades	Frecuencia	%
1	24	80
2-3	6	20
3-4	0	0
4 a más	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

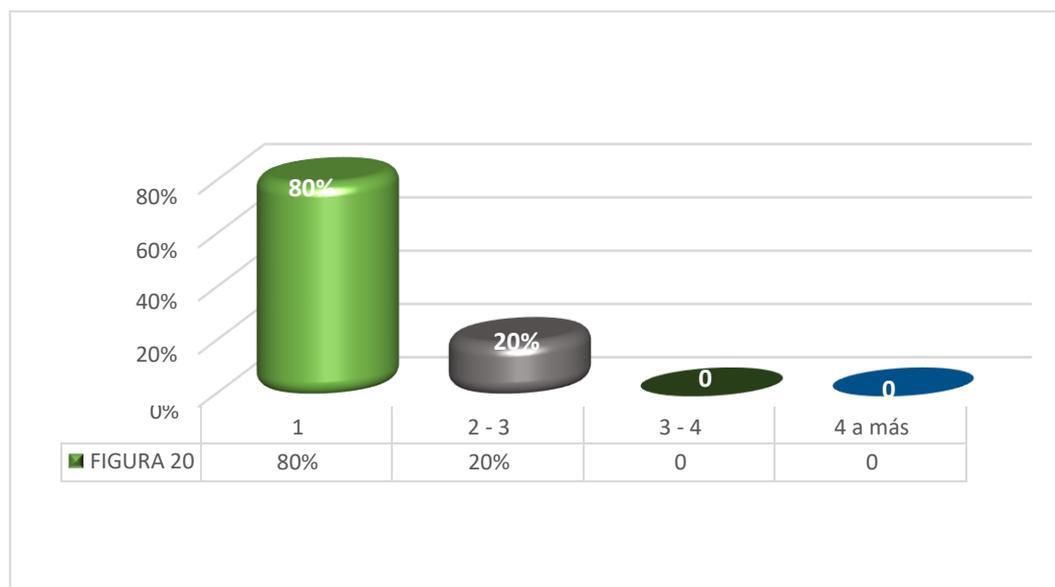


Figura 20: *Número de entidades*

Fuente: Tabla No. 20- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 20 demuestran que de los 30 microempresarios encuestados, el 80% (24) que hace la mayoría, tiene financiamiento en 1 sola entidad y el 20% (6) en 2 a 3 entidades; 0% (ninguno) ha financiado en más de 3 o 4 entidades.

Tabla 21:
Plazos del Financiamiento

Plazo(Meses)	Frecuencia	%
3-6	6	20
6-12	14	47
12-18	6	20
18 a más	4	13
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019.

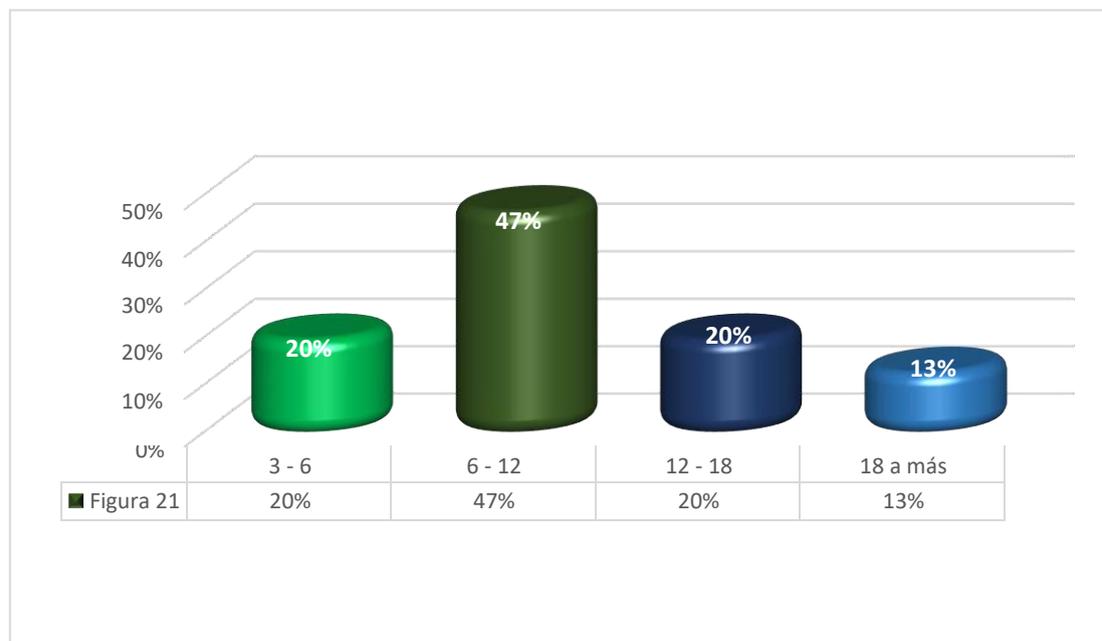


Figura 21: *Plazos del financiamiento*

Fuente: Tabla No. 21- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de microempresarios encuestados, el 47% (14) ha financiado el pago entre 6-12 meses; 20% (6) de 3 a 6 meses, igualmente otro 20% (6) lo hizo en el plazo de 12 a 18 meses y 13% (4) a más de 18 meses.

Tabla 22:
Tipo de Entidad Financiera

Tipo Entidad	Frecuencia	%
Bancos	4	14
Financiera	6	20
EDPYME	2	7
ONG	6	20
Cooperativa	4	13
Caja Municipal	8	27
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

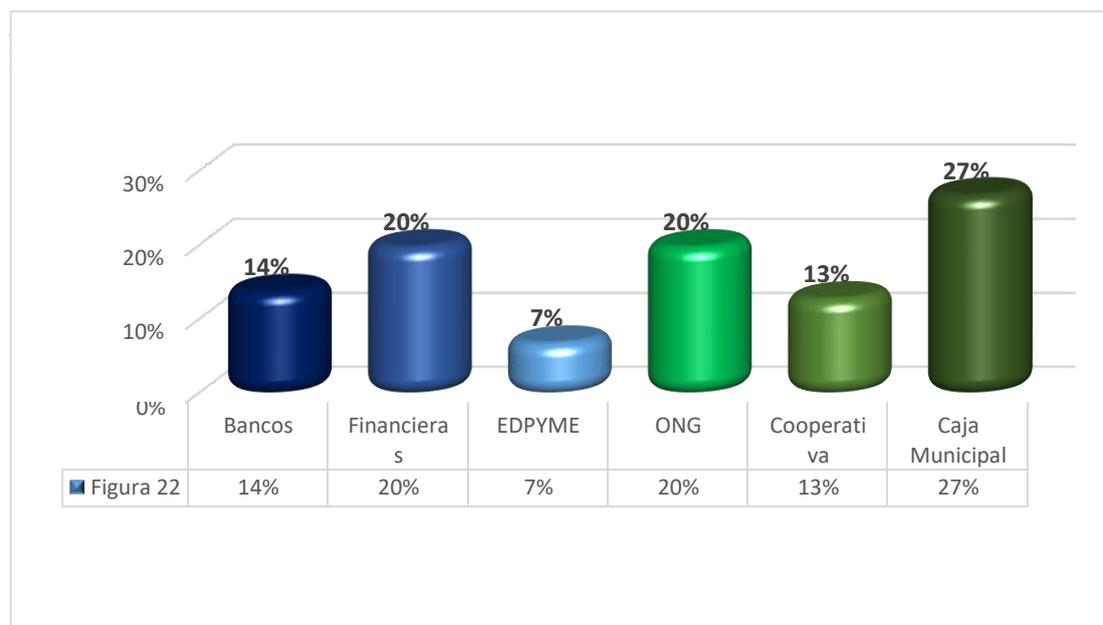


Figura 22: *Tipo de entidad Financiera*

Fuente: Tabla No. 22- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 22 muestran que del los 30 microempresarios encuestados, el 27% (8) se financia en las Cajas Municipales; 20% (6) en Financieras al igual que otro 20% (6) que lo hace en ONGs, el 13% (4) se financia en Cooperativas, igualmente otro 13% (4) recurre a la Banca y un 7% (2) se financia en las EDPYME.

Tabla 23:
Montos Financiados

Montos S/.	Frecuencia	%
5,000-10,000	20	67
10,000-20,000	10	33
20,000-30,000	0	0
30,000 a más	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

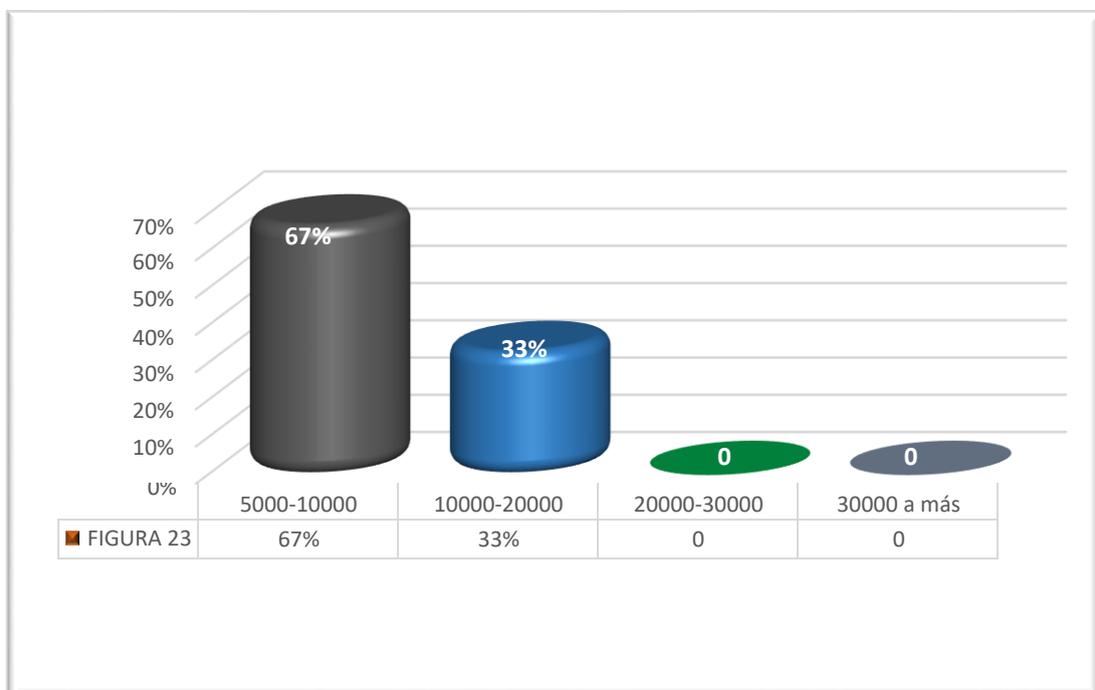


Figura 23: Montos financiados

Fuente: Tabla No. 23- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de 30 microempresarios encuestados, el 67% (20) mayoritariamente ha financiado entre S/. 5,000 a S/. 10,000 y el 33% (10) montos entre S/. 10,000 a S/. 20,000 y 0% (ninguno) montos mayores a S/.20, 000 o S/. 30,000.

Tabla 24:
Facilidad al solicitar crédito

Facilidad	Frecuencia	%
Si	27	90
No	3	10
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

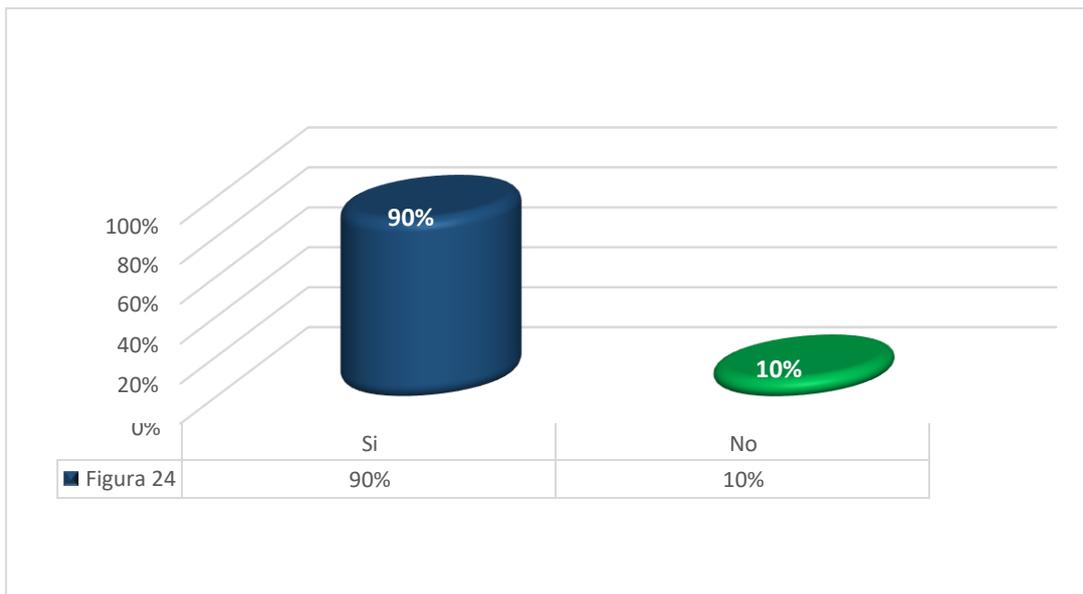


Figura 24: Facilidad al solicitar crédito

Fuente: Tabla No. 24- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Según el resultado de la tabla y figura 24, de los 30 microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” encuestados, el 90% (27) tuvieron facilidades con el financiamiento y únicamente el 10% (3) no tuvieron facilidades.

Tabla 25:
Destino del Financiamiento

Destino	Frecuencia	%
Compra local	0	0
Mejoramiento	4	13
Marketing y Publicidad	0	0
Materia prima	0	0
Capital de trabajo	26	87
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2019

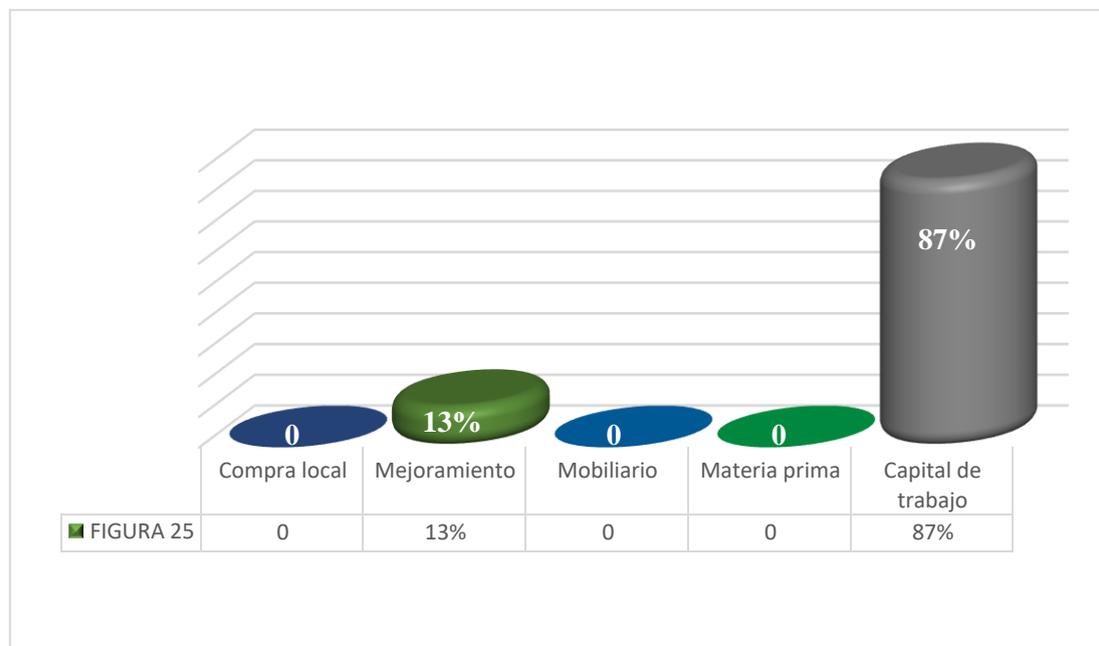


Figura 25: *Destino del financiamiento*

Fuente: Tabla No. 25- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 25 muestran que de los 30 microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” encuestados, el 87% (26) que hacen la mayoría, invirtió en capital de trabajo (stock) y el 13% (4) en mejoramiento de local; 0% en compra de local, mobiliario y materia prima.

Tabla 26:
Seguro todo riesgo

Seguro todo Riesgo	Frecuencia	%
Tomó	0	0
No tomó	30	100
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2017

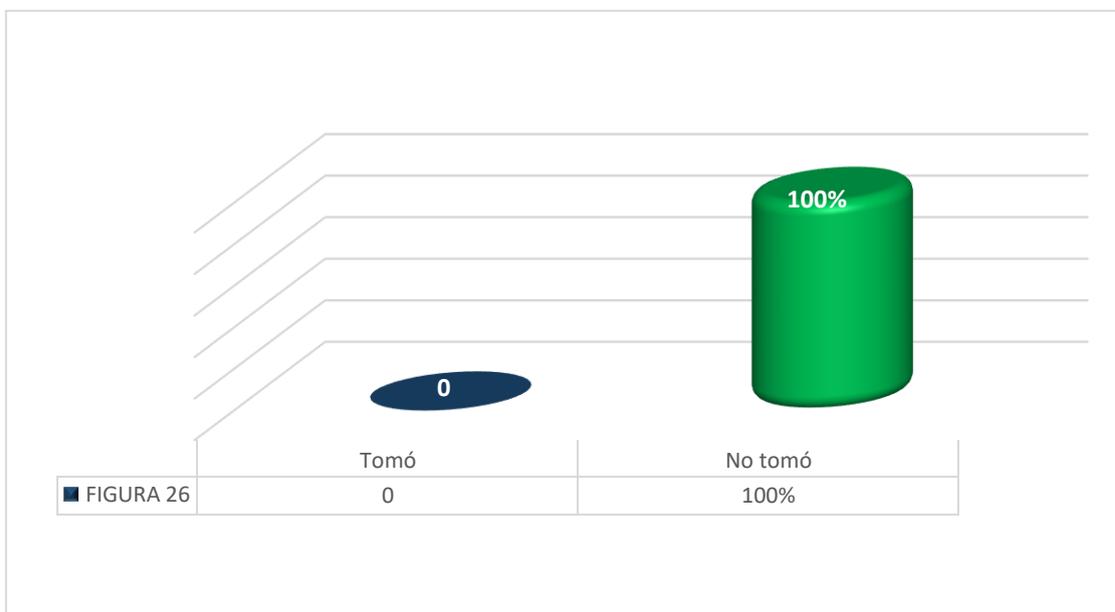


Figura 26: *Seguro todo riesgo*

Fuente: Tabla No.26- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Del total de microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” encuestados, el 100% no tomó el seguro contra todo riesgo para su financiamiento.

Tabla 27:
Contribución del Financiamiento en Gestión de Calidad

Contribución	Frecuencia	%
Si	24	80
No	6	20
Total	30	100

Fuente: Encuesta aplicada año 2017

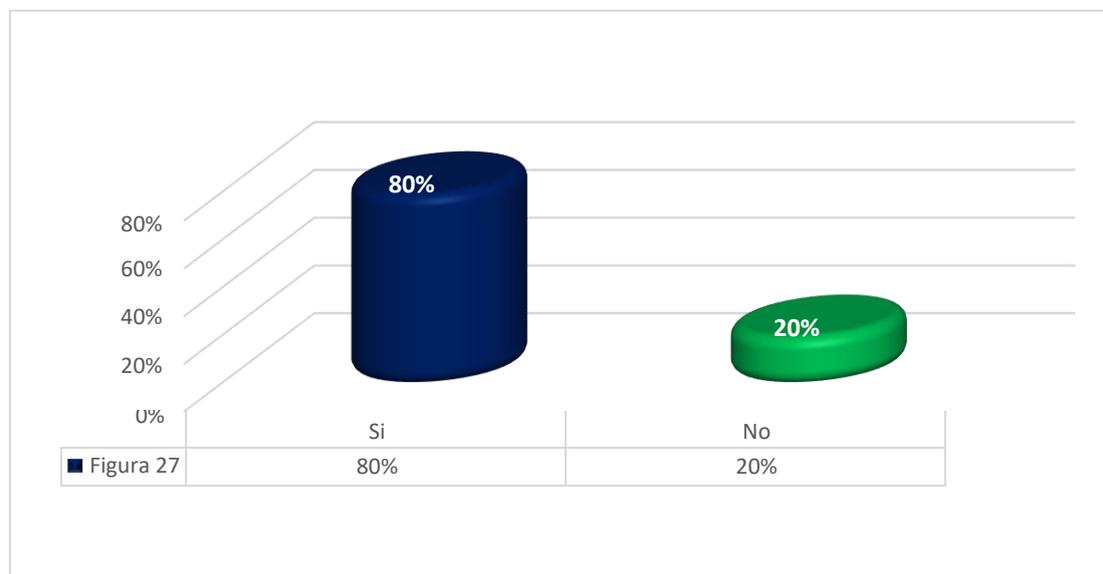


Figura 27: *Contribución del Financiamiento en Gestión de Calidad.*
Fuente: Tabla No.26- Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación de los resultados: Los resultados de la tabla y figura 27 muestran que del total de 30 microempresarios del rubro de calzado del mercado: “Túpac Amaru” encuestados, el 80% (24) considera que el financiamiento sí ha contribuido en la Gestión de Calidad y el 20 % (06) considera que no ha contribuido.

5.2. Análisis y Discusión de los Resultados

Respecto a los microempresarios: 53% tienen entre 18 a 55 años, 67% son mujeres, no hay analfabetos.

Destacan en éstas características que los microempresarios mayormente son personas de mediana edad, que las mujeres lideran con sus emprendimientos y que todos los entrevistados tienen diferentes grados de instrucción, no habiendo analfabetos. Éstos resultados coinciden con lo indicado por la (Fundación WIESE, 2018). Respecto a los hallazgos encontrados sobre las mujeres emprendedoras del Perú que, a pesar de la presencia de estereotipos, Perú es el único país de la región de América Latina donde el 22.5% de mujeres reportan tasas de emprendimiento en fase temprana más altas que los hombres. Por otro lado, el ministerio de Producción del Perú ha sostenido que para el cierre del 2018 el número de micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres alcanzaría los 1.3 millones en el país. El 79.5% de estas MYPE se encuentran en el interior del país, siendo las regiones con mayores emprendimientos femeninos: Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín. Así mismo en la data del ministerio también se indica que la edad promedio de la mujer emprendedora peruana es de 46 años. Por el contrario (Sulca, 2016). En su investigación: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro venta de calzado en el distrito de Juanjuí periodo 2016”, encuentra que el 75% de los microempresarios son de género masculino, pero sí existe similitud en cuanto a la edad de los comerciantes: el 42% son adultos, y en cuanto al grado de instrucción: 67% tienen secundaria completa; en éste aspecto también coinciden los resultados con los de (Rodríguez, 2017) respecto a los empresarios: la mayoría tiene de 31 a 43 años; son de sexo femenino; grado de instrucción secundaria.

Respecto a las MYPE: 100 % son propietarios de sus locales; 60% tienen antigüedad de 5-10 años; 93% son minoristas; 70% tiene de 1 a 4 trabajadores; 100% se formó para comercializar y ninguno para producir y comercializar.

En cuanto a las características de las MYPE, resalta que todos los entrevistados son propietarios de sus locales, teniendo antigüedad mayor a 5 años, condiciones que les permiten contar con mejores opciones como sujetos de créditos, siendo minoristas tienen menos riesgo de pérdidas, emplean mayormente entre 1 a 4 trabajadores y todos formaron la micro empresa para comercializar y ninguno para producir y comercializar, siendo ésta una característica de otros sectores de comercio en la zona. Respecto a la propiedad, éste resultado es similar a las publicaciones registradas por (Radio Pachamama, 2019) de 04.10.2019 y la investigación de (Mamani, V., 2018)...”La otra mitad, donde se ubican las ACOMITAS 3, 4 y 5, fue donada por los anteriores propietarios, por lo que, en la actualidad, los comerciantes ubicados allí pagan un autoavalúo”. Los resultados respecto al origen de formación de las MYPE, las recomendaciones de la OCDE son aplicables a las condiciones encontradas para lograr la mejora de las MYPE... “ Las PYME también serán clave para que los países de la región escapen de la llamada "trampa del ingreso medio" y alcancen economías diversificadas, que agreguen valor y dependan menos de los bienes primarios” en referencia al fácil acceso que tienen los microempresarios de calzado a la enorme producción del cuero como insumo principal.

Respecto a la Gestión de Calidad: el 80% aplica siempre las políticas establecidas en su micro empresa y el 20% aplica casi siempre; el 67% planifica siempre las metas y objetivos de su empresa; el 90% siempre organiza estratégicamente su mercadería según campañas; el 70% siempre organiza de manera estructurada la

jornada diaria con su personal; el 70% siempre lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias; el 77% siempre toma medidas de solución inmediata; el 77% en forma mayoritaria siempre satisface las necesidades de los clientes; el 34% siempre evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua; el 77% siempre considera que los productos nacionales son de mejor calidad que los importados; el 50% utiliza la tecnología moderna de las redes sociales para su publicidad.

Las características de la Gestión de Calidad, demuestran que la mayoría aplica empíricamente, siempre y casi siempre las políticas establecidas por su empresa, planificando sus metas y objetivos anuales, organizan la mercadería para trabajar según campañas de acuerdo al calendario: enero y febrero para las fiestas de carnavales; marzo escolaridad; abril/mayo Día de la Madre; junio Día del Padre; julio desfiles de Fiestas Patrias; agosto matrimonios; setiembre feria de Juliaca por Fiesta Patronal; octubre desfiles por aniversario cívico; noviembre y diciembre campaña de Navidad; mayoritariamente siempre organizan de manera estructurada la jornada diaria con su personal; siempre llevan un control de registro de incidencias y ocurrencias; así mismo toman medidas de solución inmediata y satisfacen las necesidades de los clientes, un menor porcentaje siempre evalúa los resultados obtenidos para lograr una mejora continua, la mayoría siempre considera que los productos nacionales son de mejor calidad que los importados; aunque el origen de su mercadería mayoritariamente es de origen importado, considerando que Puno es la región que destaca a nivel nacional por ser primer productor de ovinos y alpacas y que Juliaca es el centro de acopio; es contradictorio que se deje de lado la producción local y que no se transforme la materia prima dando el valor agregado al recurso cuero. En cuanto a la publicidad la mayoría utiliza las redes sociales integrándose de ésta

manera al dinamismo de la tecnología acorde con la modernidad. Los resultados son ratificados con los hallazgos de (Rodríguez, 2017). en cuanto a la Gestión de Calidad: “La totalidad de los representantes aseguran que están enfocados en el cliente, la mitad casi siempre satisface las necesidades de los clientes; “así mismo indica (Yacupoma, 2018) que encuentra al 100 % que aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPE aplican técnicas modernas para mejorar la gestión de calidad. El 100 % brinda una atención de buena calidad a los clientes. Igualmente (Quispe, 2019). En cuanto a la variable de calidad, destaca que las MYPE están aplicando una gestión de calidad y mejora continua en sus negocios; 82% utiliza la observación como técnica de evaluación. En cuanto a la procedencia de la mercadería los resultados encontrados son coincidentes con lo indicado en el artículo publicado por (La Republica & Contreras, 2017); en cuanto al daño que ha ocasionado la importación de calzado, especialmente de China y Brasil, a tal punto que los productores de cuero prefieren exportarlo a China porque les sale más barato que transformarlo en calzado. Éste resultado podría revertirse siguiendo el ejemplo de las MIPYMES de León. Guanajuato (México) según publicación del 15 de marzo de 2019 en “El Economista” donde destacan que: “El gobierno municipal de León, Guanajuato, firmó un convenio con los integrantes de la industria del calzado, cuyo fin es continuar la estrategia de impulsar a que los nuevos, pequeños y medianos empresarios del sector vendan sus productos en el extranjero”... Luis Ernesto Rojas, director general de la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior de Guanajuato, aseguró que es necesario apoyar a las MIPYMES para que sigan comercializando con otros países, “las empresas de otras naciones, al ver la calidad, el valor agregado de los zapatos y piel de la ciudad de León, invertirán para que aumente la producción”.

Respecto al Financiamiento: 80% financió en sola 1 entidad; 47% entre 6 a 12 meses de plazo; 27% recurre a Cajas Municipales; 67% pidió entre S/. 5,000 a S/.10, 000; el 90% tuvo facilidades para financiar; 87% invirtió en mercadería; 100% no tomó el seguro todo riesgo para asegurar el financiamiento y su inversión; el 80% considera que el financiamiento sí ha contribuido en la Gestión de la Calidad.

La mayoría de los microempresarios financió en 1 sola entidad, denotando conocimiento del riesgo del sobre endeudamiento; recurren a las Cajas Municipales que tienen mayor experiencia en el otorgamiento de créditos a éste segmento del mercado y en dar las facilidades, siendo que dejan de lado la oferta de las EDPYME que canalizan recursos exclusivamente destinados a las MYPE; los montos son razonables y la inversión en mercadería es muy positiva para el crecimiento del emprendimiento; sin embargo es notorio que al no asegurar el financiamiento corren un gran riesgo de perder su capital ante cualquier contingencia y la mayoría considera que el financiamiento ha contribuido en la Gestión de la Calidad.

En cuanto al financiamiento en 1 sola entidad, éste resultado es coincidente con los hallazgos de (Torres & Guerrero, 2017) en su investigación: “Financiamiento utilizado por las Pequeñas y Medianas Empresas Ferreteras” Maracaibo-Venezuela” donde concluye que: éste estudio permite que se concreten acciones para que los empresarios desarrollen una actitud adecuada ante el riesgo que representa la toma de decisiones sobre el proceso de financiamiento. Acerca del financiamiento preferencial en Cajas Municipales, los resultados son similares a los hallazgos de (Varas, 2016) donde la mayoría de microempresarios se financió en Cajas Municipales; 77% utilizó el financiamiento en capital de trabajo, 96% lo hizo a corto plazo, siendo también coincidentes con (Rodríguez, 2017); que encuentra como resultado: 80% financia su

actividad con terceros; la mayoría solicitaron crédito en Cajas municipales a corto plazo; 100% solicitó crédito de hasta 10,000 soles; 100% indican que tuvieron facilidad al solicitar crédito y lo invirtieron en capital de trabajo. En cuanto al resultado del seguro todo riesgo que ningún microempresario lo tomó al acceder al financiamiento, igualmente coincide con la información del (Diario Gestion, 2016) del (15.04.16) En diálogo con Gestion.pe... “Precisó que el segmento corporativo tiene al 100% de empresas que cuenta con un seguro de este tipo; sin embargo, a nivel de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y personas naturales la cobertura es baja, debido a que falta fomentar más una cultura de prevención”.

VI. CONCLUSIONES

- Se han logrado los objetivos propuestos, determinando las características de la Gestión de Calidad y del financiamiento de las MYPE de comercio, rubro venta de calzado del mercado Túpac Amaru de la ciudad Juliaca, Provincia de San Román – Puno, 2019. Los resultado más resaltante son: que las MYPE investigadas aplican mayoritariamente de manera empírica la Gestión de la Calidad y que comercializan en su gran parte productos importados a pesar de reconocer la calidad del producto nacional; lo cual perjudica a la producción local y nacional más aun siendo Puno el mayor productor nacional de cuero de ovino y de alpaca. Con respecto al Financiamiento solamente se endeudan en una entidad, prefieren recurrir a las Cajas Municipales y ninguna MYPE tomó seguro todo riesgo para proteger su inversión y Financiamiento.
- Los hallazgos más importantes en cuanto a los empresarios: mayoritariamente son emprendimientos del género femenino; tienen instrucción en diferentes niveles y no hay analfabetos, lo cual les permite informarse para realizar una mejor gestión de la calidad y también para conocer los beneficios y riesgos del financiamiento.
- En cuanto a las MYPE, todos son propietarios de sus locales, la mayoría son minoristas, tienen entre 5 a 10 años de antigüedad; por lo que se pueden mantener con mayor proyección de desarrollo en el tiempo.
- La gestión de calidad está en proceso avanzado, teniendo un manejo empírico, satisfacen las necesidades de los clientes, planifican sus metas y objetivos, aplican políticas de la empresa, se organizan para el trabajo diario y manejan la mercadería según las campañas; utilizan el registro de incidentes y ocurrencias, tomando las medidas de solución inmediata; se publicitan utilizando tanto redes sociales como

catálogos digitales, innovando de acuerdo a la tecnología moderna. Reconocen que el producto nacional es de mejor calidad que el importado y sin embargo lo comercializan mayoritariamente; teniendo acceso a la materia prima de cueros de ovino y alpaca que pudiera permitirles mayores ganancias con el valor agregado, no aprovechan ésta importante ventaja. Así es cómo el cuero se vende crudo y se procesa y transforma en calzado beneficiando a otras regiones e inclusive al mercado exterior.

- Respecto al Financiamiento: la mayoría accedió a 1 sola entidad denotando que prefieren no correr riesgos, pese a la gran oferta que existe en las entidades financieras de la localidad; tuvieron facilidad en el otorgamiento del crédito, eligieron más a las Cajas Municipales, montos entre S/. 5000 a S/. 10000 y entre corto y mediano plazo invirtiendo en capital de trabajo, lo que demuestra que tienen un límite para evitar mayor costo por intereses; reconocen que el financiamiento ha contribuido en la Gestión de la calidad y sin embargo; no le dan importancia a tomar el seguro todo riesgo al momento de acceder al financiamiento, quedando expuestos ante cualquier contingencia.

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda que los socios de las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca se fortalezcan mediante alianzas estratégicas con los productores locales para que en conjunto puedan articular con los diferentes sectores como: GORE, MINCETUR, PRODUCE y otros para instalar fábricas de calzado ponderando la Gestión de Calidad desde el inicio de la cadena productiva que actualmente se realiza en forma empírica; accediendo al financiamiento que brindan COFIDE y las múltiples entidades Financieras y no Financieras en la Región; aprovechando que Juliaca es el principal centro de acopio a nivel de nacional de cuero de ovino y de alpaca que son el recurso básico para la fabricación del calzado.
- Realizar capacitación desde centro educativos tecnológicos para que las nuevas generaciones puedan acceder fácilmente a un empleo formal mediante el valor agregado a la ingente materia prima que actualmente es aprovechada en otras regiones inclusive exportadas como recurso primario.
- Con la implementación de fábricas productoras de calzado (calidad del cuero nacional), capacitación del recurso humano y la trayectoria que tienen los comerciantes no solamente del Mercado Túpac Amaru, sino también de la ciudad de Juliaca reconocida como la capital del comercio en la macro región Sur, se puede conseguir elevar el nivel de vida de la población y evitar la migración hacia las grandes ciudades contribuyendo al desarrollo y progreso del ámbito regional.

Aspectos Complementarios

Referencias bibliográficas:

- Aching, C. (2006). Fuentes de Financiamiento. Retrieved June 17, 2020, from <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/cag3/2j.htm>
- American Society for Quality. (1974). Sociedad Americana para la Calidad - Wikipedia. Retrieved March 26, 2020, from https://en.wikipedia.org/wiki/American_Society_for_Quality
- Andrade, M. R. (2016). Alternativas de financiamiento para las pymes del Distrito Metropolitano de Quito en el sector financiero formal.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigacion - Introducción a la metodología científica-6ta edición. Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). Editorial Episteme.
- Arteaga, F. I. (2014). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos del distrito de Callería, 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2407>
- Ayala, C. (2019). Industria del calzado integrará a mipymes | El Economista. Retrieved from <https://www.economista.com.mx/estados/Industria-del-calzado-integrara-a-mipymes-20190315-0014.html>
- BANCO PICHINCHA. (2017). Seguro Todo Riesgo: Contra Pérdida o Daño Por Accidentes Naturales | Banco Pichincha. Retrieved November 10, 2018, from <https://www.pichincha.pe/personas/productos-y-servicios/seguros/seguro-todo-riesgo>
- BCR. (2011). Glosario de Términos Económicos. Retrieved May 6, 2020, from <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>
- Caja Piura. (2019). Caja piura - Todo Riesgo Plan Pymes. Retrieved June 20, 2020, from <https://www.cajapiura.pe/seguros/todo-riesgo-plan-pymes>
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2016). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Retrieved March 26, 2020, from <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Choquehuanca, A. (2014). Distritalización: una solución para el desarrollo de Juliaca | Espacio y Desarrollo. Retrieved May 5, 2020, from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/13971>
- Conexión ESAN. (2018, January 29). Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad | Gestión de Proyectos | Apuntes empresariales | ESAN. Retrieved May 6, 2020, from <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Congreso de la Republica del Perú. (2013, July 2). Decreto Ley No 30056. Retrieved April 30, 2020, from <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30056.pdf>
- Copeland Wetson, S. k. (2004). Teoría financiera y política corporativa / Thomas Copeland, J. Fred Weston, Kuldeep Shastri. - Detalles de la versión - Trove. Retrieved March 26, 2020, from

- https://trove.nla.gov.au/work/8669508?q&sort=holdings+desc&_id=1585250047565&versionId=45288786
- Cosavalente, I. (2019). "Perú: Situación actual del sector cuero y calzado." Retrieved June 9, 2020, from <https://citeccal.itp.gob.pe/wp-content/uploads/2019/12/IV-CONGRESO-NACIONAL-DE-CUERO-Y-CALZADO-SITUACION-ACTUAL-DEL-SECTOR-CUERO-Y-CALZADO-BCRP-Trujillo.pdf>
- Cubillo, E. (2014). "*PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INSTALACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CALZADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.*"
- Diario Gestion. (2016). Los millones de motivos para que pymes accedan a un seguro multiriesgo | Tu Dinero | Gestion. Retrieved November 28, 2018, from <https://gestion.pe/tu-dinero/millones-motivos-pymes-accedan-seguro-multiriesgo-145798>
- Diccionario Real Academia Española. (2019). gestionar | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE. Retrieved March 25, 2020, from <https://dle.rae.es/gestionar>
- Dirección General de ganadería. (2019). Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI | Gobierno del Perú. Retrieved June 9, 2020, from <https://www.gob.pe/minagri>
- Dominguez, V. A. (2017). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO COMPRA Y VENTA DE CALZADO DEL MERCADO CENTRAL DE TAMBOGRANDE PIURA, AÑO 2017*. Retrieved from http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1913/FINANCIAMIENTO_COMPETITIVIDAD_DOMINGUEZ_PALACIOS_VICTOR_ABRAHAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Economipedia - Educación financiera, economía y finanzas. (n.d.). Retrieved June 10, 2020, from <https://economipedia.com/>
- Enciclopedia Económica. (2018). Fuentes de financiamiento - ¿Qué son?, características, tipos y ejemplos. Retrieved June 20, 2020, from <https://enciclopediaeconomica.com/fuentes-de-financiamiento/>
- EQUIFAX. (2019). ¿Qué es Infocorp? - Todo lo que necesitas saber | Soluciones Equifax. Retrieved May 1, 2020, from <https://soluciones.equifax.com.pe/e-commerce/ver-si-estoy-en-infocorp>
- Erossa, V. E. (2014). *Proyectos de inversión en ingeniería: Su metodología*: Victoria Eugenia Erossa Martin: Amazon.com.mx: Libros. Retrieved March 26, 2020, from <https://www.amazon.com.mx/Proyectos-inversion-Ingenieria-Investment-Engineering/dp/9681819330>
- Espasa-Calpe. (2019). *Diccionarios de la Real Academia Española* | Real Academia Española. Retrieved March 25, 2020, from <https://www.rae.es/publicaciones/obras-academicas/diccionarios-de-la-real-academia-espanola>
- Fernandez Fernandez, L. (2001). *Financiación: ESTRUCTURA FINANCIERA ÓPTIMA*, por Loreto Fernández, profesora titular de la Universidad de Santiago de Compostela, España. Retrieved March 26, 2020, from <https://ciberconta.unizar.es/leccion/poldiv/100.HTM>
- Fundación Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores. (2017). *La financiación de las*

- micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica. Retrieved June 20, 2020, from [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/\\$FILE/LaFinanciaciónDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/$FILE/LaFinanciaciónDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf)
- Fundación WIESE. (2018, December 26). ¿Cuál es la situación de las mujeres emprendedoras del Perú y el mundo? Retrieved April 30, 2020, from <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/cual-es-la-situacion-de-las-mujeres-emprendedoras-en-el-peru-y-el-mundo/>
- Gestion, D. (2017). Perú produce más de 50 millones de pares de calzado de cuero al año y eso atrae a Brasil | Economía | Gestion. Retrieved October 22, 2018, from <https://gestion.pe/economia/peru-produce-50-millones-pares-calzado-cuero-ano-atrae-brasil-136833>
- Gitman & Zutter. (2012). *Principios de Administración Financiera. 12va. Ed. Development* (Vol. 134).
- Hernández, & Fernández, & B. (2014). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN. Retrieved April 17, 2020, from <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- INEI. (2018). El futuro de las MYPES | Blogs | Gestión. Retrieved April 30, 2020, from <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/>
- Information, I. federation of the national standarizing. (2015). ISO 9000:2015(es), Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario. Retrieved March 26, 2020, from <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO. (2015). ISO 9001: 2015 - SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - Intercert Perú. Retrieved March 26, 2020, from https://intercert.com.pe/iso-9001-2015-sistema-de-gestion-de-la-calidad/?gclid=Cj0KCQjwpfHzBRCiARIsAHHzYzZowPbVgW7MvaHFNm06rLioZsa2x-eb4VARjEM73zYYC_JNucEIWv3AaAmUKEALw_wcB
- Juran, J. (1996). Juran y la calidad por el diseño - Joseph M. Juran - Google Libros. Retrieved June 9, 2020, from <https://books.google.com.pe/books?id=fURB60QH1RYC&printsec=frontcover&dq=isbn:8479782153&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj3624qfbpAhWYF7kGHZvGC2QQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>
- La Republica, D., & Contreras, J. (2017). Productos chinos afectan la industria del calzado | LaRepublica.pe. Retrieved November 28, 2018, from <https://larepublica.pe/economia/1070805-productos-chinos-afectan-la-industria-del-calzado>
- Lopez, J. (2014). Fuentes de financiamiento para las empresas - GestioPolis. Retrieved March 26, 2020, from <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Lozano Flores, I. (2013). Guía de evaluación de créditos pequeña empresa - Monografias.com. Retrieved November 10, 2018, from

- <https://www.monografias.com/trabajos94/guia-evaluacion-creditos-pequena-empresa/guia-evaluacion-creditos-pequena-empresa.shtml>
- Mamani, H. (2018). *UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Mamani, V. (2018). *ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE JULIACA 2016*. Retrieved from http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7227/Mamani_Canaza_Vilma.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=28&zoom=100,129,529
- MINAGRI. (2019). PUNO ES LA REGIÓN CON MAYOR POBLACIÓN Y PRODUCCIÓN EN GANADERÍA OVINA DEL PAÍS – RCR Peru. Retrieved June 9, 2020, from <https://www.rcrperu.com/puno-es-la-region-con-mayor-poblacion-y-produccion-en-ganaderia-ovina-del-pais/>
- Moreno, Peris, & González. (2001). Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: Teoría y estudio de casos /por María D. Moreno Lúzon; Fernando J. Peris B y Tomás González C.JSP Page. Retrieved March 26, 2020, from <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=8961>
- Múnera & Pérez. (2007). Reflexiones para implementar un sistema de gestión de calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria. Retrieved June 9, 2020, from http://www.socioeco.org/bdf_fiche-publication-351_es.html
- Myers, s. (1998). Fundamentos de financiación empresarial. Retrieved March 26, 2020, from [https://www.biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f0\\$002fSD_ILS:260383/ada?qu=PRESTAMOS&ic=true&ps=300](https://www.biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:260383/ada?qu=PRESTAMOS&ic=true&ps=300)
- Noreña, D. (2019, January 8). El futuro de las MYPES | Blogs | Gestión. Retrieved April 30, 2020, from <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/>
- OCDE. (2019, May 6). La OCDE insta a los gobiernos de Latinoamérica a ayudar a sus pymes | Latinoamérica. Retrieved April 30, 2020, from <https://www.expansion.com/latinoamerica/2019/05/06/5ccf634922601d80168b457a.html>
- OMC. (2016). La OMC destacó rol clave de las Pymes. Retrieved October 22, 2018, from <https://diariolaopinion.com.ar/noticia/205457/la-omc-destaco-rol-clave-de-las-pymes>
- Pérez, J. O., Bertoni, M., Sattler, S. A., & et al. (2015). Bases para un modelo de estructura de financiamiento en las pyme latinoamericanas. In *Cuadernos de Contabilidad* (Vol. 16). Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc16-40.bpme>
- PERU-BCRP. (2014). *BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ SUCURSAL PUNO CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PUNO 1*. Retrieved from <http://maps.google.com/?ie=UTF8&ll=-14.421681,->
- Pola Maseda, A. (1994). *GESTION DE LA CALIDAD* . Retrieved May 6, 2020, from <https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-la-calidad/9788426707185/375613>

- PRODUCE. (2013). Decreto Supremo 013-2013-PRODUCE | Blog de Agustina Castillo Gamarra. Retrieved November 11, 2018, from <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/tag/decreto-supremo-013-2013-produce/>
- PRODUCE. (2014). D. S. N° 010-2014-PRODUCE - Crean el Programa Nacional de Diversificación Productiva | EDUCACIONENRED.PE.
- PRODUCE. (2017). Estadística MIPYME. Retrieved June 19, 2020, from <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Pury, L. (2017). Las pymes, incluidas en la negociación del TLCAN. Retrieved October 22, 2018, from <https://expansion.mx/emprendedores/2017/07/19/las-pymes-incluidas-en-la-negociacion-del-tlcan>
- Quispe, Y. (2019). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca año 2018. Retrieved June 9, 2020, from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13937>
- Radio Pachamama. (2019). Comerciantes del mercado Túpac Amaru de Juliaca se movilizaron en defensa de sus puestos de venta. Retrieved May 7, 2020, from <https://www.pachamamaradio.org/rss/3940-comerciantes-del-mercado-tupac-amaru-de-juliaca-se-movilizaron-en-defensa-de-sus-puestos-de-venta>
- Robles, C. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Retrieved from <https://bibliotecauvirtual.files.wordpress.com/2018/12/libro-49-fundamentos-de-administracion-financiera.pdf>
- Rodriguez, R. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO BODEGAS DE LA URBANIZACIÓN LOS GRANADOS DEL DISTRITO DE TRUJILLO, AÑO 2016*.
- Rojas López, M. (2018). Finanzas personales. Cultura financiera - Ediciones de la U. Retrieved May 6, 2020, from <https://edicionesdelau.com/producto/finanzas-personales-cultura-financiera/>
- Santandreu. (2000). *gestión de la financiación empresarial - Libros de derecho, economía y comercio en todocoleccion - 194124771*. (EADA GESTIÓN, Ed.). Retrieved from <https://www.todocoleccion.net/libros-segunda-mano-derecho-economia/gestion-financiacion-empresarial-eliseo-santandreu-martinez-eada-gestion-1989~x194124771>
- SBS. (2017). Home - Portal SBS. Retrieved May 6, 2020, from <https://www.sbs.gob.pe/>
- Seguros MAPFRE. (2019). Seguro Multirriesgo Empresarial para Pymes -MAPFRE Perú. Retrieved June 20, 2020, from <https://www.mapfre.com.pe/negocios/seguro-empresarial/multirriesgo-pymes/>
- Sulca, H. J. (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE CALZADO EN EL DISTRITO DE JUANJUI PERIODO 2016*. Retrieved from http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1021/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_SULCA_VASQUEZ_HEMILLAY_JAZZ_MIN.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- SUNAT. (2018). MYPES. Retrieved April 16, 2020, from

- <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Torres & Guerrero. (2017). *Financiamiento Utilizado Por Las Pequeñas Y Medianas Empresas Ferreteras* - Dialnet. Retrieved June 9, 2020, from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6430961>
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de calidad - Miguel Udaondo Durán* - Google Libros. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hoRIEGdLGxIC&oi=fnd&pg=PR9&dq=tesis+de+g#v=onepage&q&f=false>
- ULADECH. (2019a). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN* versión 002. Retrieved May 5, 2020, from <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- ULADECH. (2019b). *MANUAL DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (MIMI)*. Retrieved from www.graficareal.pe
- Varas, S. J. (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO-ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA, AÑO 2016*.
- Vela & Caro. (2015). *HERRAMIENTAS FINANCIERAS EN LA EVALUACIÓN DEL RIESGO DE CRÉDITO*.
- Westreicher, G. (2018). *Calificación crediticia (Credit scoring) - Qué es, definición y concepto* | Economipedia. Retrieved May 1, 2020, from <https://economipedia.com/definiciones/calificacion-crediticia-credit-scoring.html>
- Yacupoma, C. S. (2018). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarney; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016*. Retrieved April 30, 2020, from https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_055853983b3f851fc799f88af311e631/Cite

Anexos

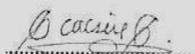
Anexo 1: Validación del instrumento de evaluación (cuestionario)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Gladys Irene Caesire Grimaldos identificada con DNI 02395934, con el Grado de Maestro en Gestión Empresarial por la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, por medio del presente hago constar que:

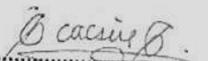
He revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos, encuesta elaborada por la estudiante Br. URIA QUIROZ MARTHA MILAGROS, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE CALZADO DEL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN - PUNO, 2019” que se encuentra realizando. Luego que la alumna procedió a levantar las observaciones realizadas, concluyo que el instrumento es pertinente para optimizar los resultados de la investigación.

Juliaca, marzo de 2019


M.Sc. Gladys Caesire Grimaldos
I.E.S.T.P. TECNOTRONIC
DIRECTORA GENERAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Características de la Gestión de Calidad y del Financiamiento de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Venta de Calzado del Mercado Túpac Amaru de la Ciudad de Juliaca Provincia de San Román - Puno, 2019.									
AUTORA: Martha Milagros Uría Quiroz									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Items	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	PERFIL DEL MICROEMPRESARIO								
1	¿Qué edad tiene el microempresario?	✓			✓		✓		✓
2	¿Genero?	✓			✓		✓		✓
3	¿Qué grado de instrucción tiene usted?	✓			✓		✓		✓
	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:								
4	¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
5	¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	✓			✓		✓		✓
6	¿Qué categoría tiene la MYPE?	✓			✓		✓		✓
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	✓			✓		✓		✓
8	¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
10E	GESTION DE CALIDAD								
9	¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	✓			✓		✓		✓
10	¿Satisface las necesidades del cliente?	✓			✓		✓		✓
11	¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?	✓			✓		✓		✓
12	¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	✓			✓		✓		✓
13	¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?	✓			✓		✓		✓
14	¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	✓			✓		✓		✓
15	¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	✓			✓		✓		✓
16	¿Toma las medidas de solución inmediata?	✓			✓		✓		✓

16	¿Toma las medidas de solución inmediata?	✓			✓				✓
17	¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	✓			✓				✓
18	¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?	✓			✓				✓
19	¿Qué tipo de publicidad utiliza?	✓			✓				✓
20E	FINANCIAMIENTO								
20	¿A qué Plazo Financio su préstamo?	✓			✓				✓
21	¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?	✓			✓				✓
22	¿En qué tipo de entidades financió?	✓			✓				✓
23	¿Cuál fue el monto financiado?	✓			✓				✓
24	¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	✓			✓				✓
25	¿Cuál fue el destino del Financiamiento?	✓			✓				✓
26	¿Tomo seguro todo riesgo?	✓			✓				✓
27	¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	✓			✓				✓


 M.Sc. Gladys Cacire Grimaldos
 I.E.S.T.P. TECNOTRONIC
 DIRECTORA GENERAL



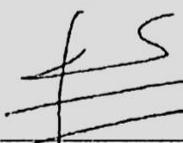
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Aurelio Francisco Alvarez Gallegos, identificado con DNI 29571960, con el Grado de: Doctor en Administración y Maestro en Educación por la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de Juliaca.

Por medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos, encuesta elaborada por la estudiante Br. URIA QUIROZ MARTHA MILAGROS, cursante del Taller de Titulación en Administración, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE CALZADO DEL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN - PUNO, 2019 ” que se encuentra realizando.

Una vez indicadas las observaciones pertinentes, considero que el instrumento de recolección de datos es válido para su aplicación.

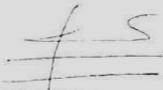
Juliaca, Febrero de 2019



Dr. Aurelio Francisco Alvarez Gallegos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Características de la Gestión de Calidad y del Financiamiento de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Venta de Calzado del Mercado Túpac Amaru de la Ciudad de Juliaca Provincia de San Román - Puno, 2019.									
AUTORA: Martha Milagros Uría Quiroz									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Items	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	PERFIL DEL MICROEMPRESARIO								
1	¿Qué edad tiene el microempresario?	✓			✓				✓
2	¿Genero?	✓			✓				✓
3	¿Qué grado de instrucción tiene usted?	✓			✓				✓
	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:								
4	¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	✓			✓				✓
5	¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	✓			✓				✓
6	¿Qué categoría tiene la MYPE?	✓			✓				✓
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	✓			✓				✓
8	¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?	✓			✓				✓
10E	GESTION DE CALIDAD								
9	¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	✓			✓				✓
10	¿Satisface las necesidades del cliente?	✓			✓				✓
11	¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?	✓			✓				✓
12	¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	✓			✓				✓
13	¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?	✓			✓				✓
14	¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	✓			✓				✓
15	¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	✓			✓				✓

16	¿Toma las medidas de solución inmediata?	✓			✓		✓		✓
17	¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	✓			✓		✓		✓
18	¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?	✓			✓		✓		✓
19	¿Qué tipo de publicidad utiliza?	✓			✓		✓		✓
20E	FINANCIAMIENTO								
20	¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?	✓			✓		✓		✓
21	¿A qué Plazo Financio su préstamo?	✓			✓		✓		✓
22	¿En qué tipo de entidades financió?	✓			✓		✓		✓
23	¿Cuál fue el monto financiado?	✓			✓		✓		✓
24	¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	✓			✓		✓		✓
25	¿Cuál fue el destino del Financiamiento?	✓			✓		✓		✓
26	¿Tomo seguro todo riesgo?	✓			✓		✓		✓
27	¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	✓			✓		✓		✓


 Dr. Aurelio Francisco Alvarez Gallegos
 ADMINISTRADOR
 CLAD 05023

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Lily Dora Núñez de la Torre Caller, identificada con DNI 02370827, con el Grado de: Maestro en Gerencia en Salud por la Universidad Nacional del Callao y posgrado en Finanzas.

Por medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos, encuesta elaborada por la estudiante Br. URÍA QUIROZ MARTHA MILAGROS, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE CALZADO DEL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN - PUNO, 2019” que se encuentra realizando. Luego que la alumna procedió a levantar las observaciones realizadas, concluyo que el instrumento es pertinente para optimizar los resultados de la investigación.

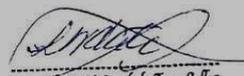
Juliaca, marzo de 2019



Mg. Lily D. Núñez de la Torre Caller
CNP 2196

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Características de la Gestión de Calidad y del Financiamiento de las MYPEs del Sector Comercio - Rubro Venta de Calzado del Mercado Túpac Amaru de la Ciudad de Juliaca Provincia de San Román - Puno, 2019.									
AUTORA: Martha Milagros Uría Quiroz									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Items	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	PERFIL DEL MICROEMPRESARIO								
1	¿Qué edad tiene el microempresario?	✓			✓		✓		✓
2	¿Genero?	✓			✓		✓		✓
3	¿Qué grado de instrucción tiene usted?	✓			✓		✓		✓
	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:								
4	¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
5	¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	✓			✓		✓		✓
6	¿Qué categoría tiene la MYPE?	✓			✓		✓		✓
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	✓			✓		✓		✓
8	¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
10E	GESTION DE CALIDAD								
9	¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	✓			✓		✓		✓
10	¿Satisface las necesidades del cliente?	✓			✓		✓		✓
11	¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?	✓			✓		✓		✓
12	¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	✓			✓		✓		✓
13	¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?	✓			✓		✓		✓
14	¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	✓			✓		✓		✓
15	¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	✓			✓		✓		✓

17	¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	✓			✓		✓		✓
18	¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?	✓			✓		✓		✓
19	¿Qué tipo de publicidad utiliza?	✓			✓		✓		✓
20E	FINANCIAMIENTO								
20	¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?	✓			✓		✓		✓
21	¿A qué Plazo Financio su préstamo?	✓			✓		✓		✓
22	¿En qué tipo de entidades financió?	✓			✓		✓		✓
23	¿Cuál fue el monto financiado?	✓			✓		✓		✓
24	¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	✓			✓		✓		✓
25	¿Cuál fue el destino del Financiamiento?	✓			✓		✓		✓
26	¿Tomo seguro todo riesgo?	✓			✓		✓		✓
27	¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Lily D. Núñez de la Torre Calles
 CNEP 2136

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,920	27

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
1. ¿Qué edad tiene el microempresario?	1,4667	,50742	30
2. ¿Genero?	1,3333	,47946	30
3. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?	3,2000	,55086	30
4. ¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	1,0000	,00000	30
5. ¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	2,2667	,58329	30
6. ¿Qué categoría tiene la MYPE?	1,9333	,25371	30
7. ¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	1,3000	,46609	30
8. ¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?	1,0000	,00000	30
9. ¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	2,8333	,37905	30
10. ¿Satisface las necesidades del cliente?	1,3000	,59596	30

11. ¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?	1,2000	,40684	30
12. ¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	1,4667	,73030	30
13. ¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?	1,1000	,30513	30
14. ¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	1,2667	,52083	30
15. ¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	1,4000	,67466	30
16. ¿Toma las medidas de solución inmediata?	1,2667	,52083	30
17. ¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	2,1333	1,04166	30
18. ¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?	1,2333	,43018	30
19. ¿Qué tipo de publicidad utiliza?	4,6667	1,66782	30
20. ¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?	1,2000	,40684	30
21. ¿A qué Plazo Financio su préstamo?	2,2667	,94443	30
22. ¿En qué tipo de entidades financió?	3,8000	1,82700	30
23. ¿Cuál fue el monto financiado?	1,3333	,47946	30
24. ¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	1,1000	,30513	30
25. ¿Cuál fue el destino del Financiamiento?	4,6000	1,03724	30

26. ¿Tomo seguro todo riesgo?	2,0000	,00000	30
27. ¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	1,2000	,40684	30

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Qué edad tiene el microempresario?	49,4000	115,007	,497	,918
2. ¿Genero?	49,5333	118,947	,143	,922
3. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?	47,6667	110,575	,845	,914
4. ¿Cuál es la situación del local de la MYPE?	49,8667	120,671	,000	,922
5. ¿Qué antigüedad tiene la MYPE?	48,6000	110,662	,788	,914
6. ¿Qué categoría tiene la MYPE?	48,9333	118,823	,323	,921
7. ¿Qué cantidad de trabajadores tiene?	49,5667	112,530	,801	,915
8. ¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?	49,8667	120,671	,000	,922
9. ¿Qué origen tiene los productos que ofrece?	48,0333	118,102	,294	,921
10. ¿Satisface las necesidades del cliente?	49,5667	122,875	-,194	,927
11. ¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?	49,6667	118,851	,187	,921
12. ¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?	49,4000	109,559	,692	,915

13. ¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?	49,7667	117,013	,540	,919
14. ¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?	49,6000	112,386	,726	,916
15. ¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?	49,4667	109,499	,759	,914
16. ¿Toma las medidas de solución inmediata?	49,6000	113,214	,648	,917
17. ¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?	48,7333	101,168	,879	,910
18. ¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?	49,6333	114,792	,618	,917
19. ¿Qué tipo de publicidad utiliza?	46,2000	91,821	,816	,916
20. ¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?	49,6667	114,368	,705	,917
21. ¿A qué Plazo Financio su préstamo?	48,6000	101,697	,949	,909
22. ¿En qué tipo de entidades financió?	47,0667	85,995	,925	,915
23. ¿Cuál fue el monto financiado?	49,5333	111,844	,848	,915
24. ¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?	49,7667	117,013	,540	,919
25. ¿Cuál fue el destino del Financiamiento?	46,2667	107,375	,569	,918
26. ¿Tomo seguro todo riesgo?	48,8667	120,671	,000	,922
27. ¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?	49,6667	114,368	,705	,917

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales
de las MYPE del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **“Características de la gestión de calidad y el financiamiento de las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román – Puno, 2019”**.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración.

Encuestadora: **Fecha** /.... /....

DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPE:

1. ¿Qué edad tiene el microempresario?
 - a) 18 - 54
 - b) 55 - a mas
2. ¿Genero?
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?

- a) Sin Instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:

- 4. ¿Cuál es la situación del local de la MYPE?
 - a) Propio
 - b) Alquilado
- 5. ¿Qué antigüedad tiene la MYPE?
 - a) 1 - 4 años
 - b) 5 - 10 años
 - c) Más de 10 años
- 6. ¿Qué categoría tiene la MYPE?
 - a) Mayorista
 - b) Minorista
- 7. ¿Qué cantidad de trabajadores tiene?
 - a) 1 - 4
 - b) 5 - 10
- 8. ¿Cuáles fue el objetivo de formación de la MYPE?
 - a) Comercialización
 - b) Producción y comercialización

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

- 9. ¿Qué origen tiene los productos que ofrece?
 - a) Producción Local
 - b) Producción Nacional
 - c) Importado

- 10. ¿Satisface las necesidades del cliente?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

- 11. ¿Aplica las políticas establecidas en su micro empresa?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre

- c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
12. ¿Planifica las metas y objetivo anuales de su empresa?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
13. ¿Organiza estratégicamente su mercadería según campañas?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
14. ¿Organiza de una manera estructurada la jornada diaria con su personal?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
15. ¿Lleva un control de registro de incidencias y ocurrencias?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
16. ¿Toma las medidas de solución inmediata?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
17. ¿Evalúa los resultados obtenidos para una mejora continua?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre

- c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
18. ¿Considera Ud. que los productos importados son de mejor calidad que los nacionales?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
19. ¿Qué tipo de publicidad utiliza?
- a) Medios de comunicación:
 - b) Folletos
 - c) Afiches
 - d) Almanagues
 - e) Catálogo Virtuales
 - f) Redes Sociales

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE:

20. ¿En cuántas Entidades tiene financiamiento?
- a) 1
 - b) 2 -3
 - c) 4 a más
21. ¿A qué Plazo Financio su préstamo?
- a) 3 - 6
 - b) 6 – 12
 - c) 12 – 18
 - d) 18 a mas
22. ¿En qué tipo de entidades financió?
- a) Bancos
 - b) Financiera
 - c) EDPYME
 - d) ONG
 - e) Cooperativa
 - f) Caja Municipal

23. ¿Cuál fue el monto financiado?
- a) 5,000-10,000
 - b) 10,000-20,000
 - c) 20,000-30,000
 - d) 30,000 a más (...)
24. ¿Tuvo facilidades al solicitar crédito?
- a) Si
 - b) No
25. ¿Cuál fue el destino del Financiamiento?
- a) Compra local
 - b) Mejoramiento
 - c) Marketing y Publicidad
 - d) Materia Prima
 - e) Stock
26. ¿Tomo seguro todo riesgo?
- a) Tomo
 - b) No Tomo
27. ¿El financiamiento obtenido ha contribuido en el proceso de la Gestión de la Calidad?
- a) Sí
 - b) No

Juliaca, Febrero del 2019

FICHA DE EVALUACIÓN DE TESIS

NOMBRE DEL GRADUANDO : MARTHA MILAGROS URÍA QUIROZ

TÍTULO DE INFORME: CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE CALZADO DEL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, PROVINCIA DE SAN ROMÁN – PUNO, 2019

PORCENTAJE DE TURNITIN: 15%

FECHA: Juliaca 15 de Junio

CORREO CORPORATIVO: milagrosuq@gmail.com

CELULAR: 931861400

LISTA DE VERIFICACIÓN PARA EL SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO PARA LAS ASIGNATURAS DE TALLERES DE INVESTIGACIÓN Y TESIS, ASÍ COMO DE LOS TALLERES DE TESIS PARA LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO DE PREGRADO, POSGRADO Y SEGUNDA ESPECIALIDAD			
ITEMS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
Carátula según las normas de ULADECH Católica.			
Índice de contenidos con la numeración requerida que incluye títulos y subtítulos de acuerdo a normas APA/VANCOUVER, según corresponda al programa de estudio.	X		
Índice de figuras, tablas y cuadros	X		
Título de la tesis			
El título es conciso e informativo	X		
En el título se entiende claramente el objetivo de la tesis	X		
El título especifica el lugar y tiempo donde se realiza la investigación	X		
Del resumen y abstract:			
Se muestran claramente el planteamiento del problema con objetivos y alcances del estudio.	X		
Metodología	X		
Resultados (descubrimientos)	X		
Conclusiones.	X		
Se han ubicado las palabras claves del estudio.	X		
No excede de 250 palabras redactadas en un solo párrafo y traducidas al inglés	X		

Incluye un máximo de 6 palabras claves ordenadas alfabéticamente y traducidas al inglés	X		
Introducción			
Describe en síntesis el problema, la justificación, la metodología utilizada en la investigación, los principales resultados y las conclusiones.	X		
Citas bibliográficas en caso corresponda	X		
Revisión de literatura/marco teórico			
Incluye antecedentes y marco teórico conceptual que sustentan la investigación.	X		
En los antecedentes incluye título de la fuente, objetivos, metodología, conclusiones y cita referencias locales, nacionales e internacionales.	X		
En el marco teórico considera teorías y conceptos que fundamenten las variables de estudio.	X		
El marco teórico presenta citas bibliográficas suficientes de la(s) variable(s) de estudio.	X		
Usa normas APA/Vancouver para las citas bibliográficas; de acuerdo a lo establecido en cada programa.	X		
Hipótesis (según corresponda)			NO SE FORMULA HIPOTESIS
Indica lo que supone va a encontrarse en la investigación.			
Da respuesta tentativa a la pregunta de investigación.			
Está en correlación con los objetivos específicos.			
Metodología			
Explica el diseño de investigación escogido y lo justifica.	X		
Elije adecuadamente la población y la muestra.	X		
Define y operacionaliza adecuadamente las variables e indicadores.	X		
Describe las técnicas e instrumentos, validadas en la línea de investigación, a utilizar en la recolección de datos.	X		
Explica el plan de análisis que corresponda a la línea de investigación.	X		
Presenta matriz de consistencia.	X		
Precisa los principios éticos en los que se basa su investigación procedente del Código de Ética de la Universidad.	X		
Resultados			
Los cuadros y gráficos estadísticos tienen título y fuente y están debidamente numerados.	X		
Redacción adecuada del análisis de cuadros y/o gráficos estadísticos.	X		
Redacción adecuada de la interpretación de cuadros y/o gráficos estadísticos culminando con una propuesta de conclusión.	X		
Los resultados se enfocan en todos los aspectos considerados en los objetivos de la investigación.	X		
Los resultados presentados se describen y se centran en la contratación de las hipótesis, en caso corresponda.		X	
Describe objetivamente los hallazgos de la investigación, de acuerdo al orden planteado en los objetivos específicos y metodología	X		
Explica los resultados obtenidos teniendo en cuenta el marco empírico y teórico.	X		
Conclusiones			
Se redactan para dar respuesta a los objetivos planteados.	X		
Incluye aportes del investigador.	X		

Incluye valor agregado al usuario final.	X		
Aspectos complementarios			
En caso que se requiera se plantearán las recomendaciones.	X		
Referencias bibliográficas			
Utiliza la norma APA/VANCOUVER según corresponda.	X		
Considera fuentes primarias y secundarias.	X		
El número de citas bibliográficas coincide con el número de referencias bibliográficas	X		
Presentación del trabajo			
Utiliza una correcta ortografía y redacción.	X		
Redacción clara, congruente y fluida.	X		
Aplica el formato establecido en el Manual de Metodología de la Investigación (MIMI).	X		