



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS
ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA IMPULSAR EL
CRECIMIENTO ECONOMICO DE LA EMPRESA
REPRESENTACIONES Y SERVICIOS HJ EIRL. SAN
IGNACIO 2016.

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PUBLICO

Autor(es)

Bach. Córdova Caucha, Nancy Marilú

Bach. Morales Calle, Liliana Janet

Asesor (a)

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique

Línea de Investigación

Finanzas

Pimentel – Perú 2018

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO
ECONOMICO DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES Y SERVICIOS
HJ EIRL. SAN IGANCIO 2016.

Aprobación del proyecto

Asesor Especialista

Asesor Metodológico

Presidente de Jurado de Tesis

Secretario del Jurado de Tesis

Vocal del Jurado de Tesis

Dedicatoria

A Dios y a nuestros padres por habernos guiado y formado en un hogar aunque humilde; con mucho amor, valores, buenos hábitos y apoyarnos económicamente para poder cumplir con nuestras metas y objetivos trazados.

A nuestros esposos por habernos apoyando incondicionalmente, por ser la fuente de inspiración para seguir estudiando y así lograr cumplir con nuestras metas que es terminar la carrera de contabilidad.

A nuestros hijos, que son nuestra fuerza para seguir luchando para brindarles lo mejor y que mañana más tarde a pesar de las adversidades ellos nos tomen como ejemplo y sean buenos profesionales.

Las autoras

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por habernos regalado el don de la vida y darnos salud, a nuestros padres y familiares quienes fueron los primeros en brindarnos su apoyo ético y económico para lograr nuestros objetivos trazados.

A nuestro asesor el Lic. Wilmer Enrique Vidaurre García, que con su profesionalismo y paciencia que nos dedico fue posible concluir con nuestra investigación.

A todos nuestros compañeros de estudio que nos acompañaron y juntos desarrollamos esta tesis paso a paso, no mencionamos a cada uno de ellos porque todos saben que los llevamos en nuestros corazones, por ser buenas personas y brindarnos su amistad.

Las autoras

RESUMEN

El trabajo de investigación denominado “Estrategias Financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. Tuvo como objetivo general determinar la influencia de Estrategias Financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

En las conclusiones se comprobó el cumplimiento de los objetivos trazados para ello se confirma que la aplicación de estrategias financieras apoyo a mejorar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

El primer objetivo específico es: Identificar la problemática económica de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. A través de ello se pudo evidenciar con la ayuda de los estados financieros que la empresa cada años sus ganancias eran menores a comparación con años anteriores.

El segundo objetivo específico es: Se elaboró estrategias financieras a través de ello conociendo la problemática de la empresa para el mejoramiento económico.

Se propuso ampliar el mercado y capacitar al personal.

El tercer objetivo específico es: Aplicar las estrategias financieras, a través de esto se pudo aplicar las estrategias propuestas. Se presentó una solicitud al ministerio de transporte y comunicaciones (MTC); para ampliar el mercado a nivel provincial y distrital, también se capacito al personal de la empresa para mejorar la atención a las necesidades de nuestros clientes.

El cuarto objetivo específico es: Se evaluó los resultados de la aplicación de estrategias financieras de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL.

A través de este objetivo se pudo obtener resultados positivos; los ingresos hasta la fecha se han incrementado, entonces se comprobó que si es positivo aplicar las estrategias financieras a favor de la empresa.

El tipo de estudio es aplicado con una población conformada por Directivos y Empleados de la empresa y una muestra de 15 televidentes y siete trabajadores de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

La Prueba T Student. Es altamente significativa lo que concluye con eficacia de lo propuesto, la conclusión resultante es que al aplicar estrategias financieras el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL., se incrementó en un 20% anual.

Palabras clave: Estrategias, financiamiento, economico

ABSTRACT

The research work called "Financial Strategies to boost the economic growth of the company Representations and Services HJ EIRL. Its general objective was to determine the influence of Financial Strategies to boost the economic growth of the company Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

In the conclusions was verified the fulfillment of the objectives outlined for it is confirmed that the implementation of financial strategies support to improve the economic growth of the company Representations and Services HJ EIRL. San Ignacio 2016.

The first specific objective is: Identify the economic problems of the company Representations and Services HJ EIRL. Through this it was evidenced with the help of the financial statements that the company each year its earnings were lower compared to previous years.

The second specific objective is: Financial strategies were developed through this knowing the problems of the company for economic improvement. It was proposed to expand the market and train staff.

The third specific objective is: To apply the financial strategies, through this the strategies could be applied. An application was submitted to the Ministry of Transport and Communications (MTC); To expand the market at the provincial and district level, we also trained the company's staff to improve the attention to the needs of our customers.

The fourth specific objective is: We evaluated the results of the application of financial strategies of the company Representations and Services HJ EIRL.

Through this objective it was possible to obtain positive results; Revenues to date have increased, then it was found that if it is positive to apply the financial strategies in favor of the company.

The type of study is applied with a population made up of executives and employees of the company and a sample of 15 viewers and seven employees of the company

Representations and Services HJ EIRL. San Ignacio 2016.

The Student T Test. It is highly significant that concludes with efficiency of the proposed, the resulting conclusion is that when applying financial strategies the economic growth of the company Representations and Services HJ EIRL.,

Increased by 20% per year.

Key words: Estrategic, financiamiento, economic

INDICE

Dedicatoria	03
Agradecimiento.....	04
Resumen.....	05
Abstract.....	07
Capítulo I: Introducción	08
1.1 Realidad Problematica	09
1.2 Formulación del Problema.....	13
1.3 Justificación e importancia.....	13
1.4 Objetivos.....	14
Capitulo II. Marco Teórico.....	15
2.1 Antecedentes de Investigación.....	16
2.2 Bases teóricas.....	20
2.3 Referentes Teóricos.....	23
Capitulo III. Marco Metodológico.....	41
3.1 Tipo y Diseño de la investigación.....	42
3.2 Población y muestra.....	43
3.3 Hipótesis.....	44
3.4 Variables.....	45
3.5 Operacionalización.....	47
3.6 Métodos y técnicas.....	50
3.7 Análisis estadístico.....	52

3.8 Criterios Éticos.....	54
3.9 Criterios de rigor científico.....	54
Capitulo IV. Análisis e interpretación de los resultados.....	55
4.1 Resultados en tablas y figuras.....	56
4.1.1 Resultados de tablas y figuras Pre test.....	56
4.1.2 Resultados en tablas y figuras Pos test.....	76
4.2 Discusión de los resultados.....	97
Capitulo V. Propuesta de la investigación	98
5.1 Objetivos.....	100
5.1.1 Objetivo General.....	100
5.2 Diagnostico situacional.....	100
5.2.1 Misión.....	100
5.2.2 Visión.....	100
5.2.3 Valores.....	101
5.3 Metodología.....	101
5.4 Medios y materiales.....	102
5.4.1 Materiales.....	102
5.4.2 Medios.....	102
5.5 Sistema de evaluación.....	102
5.6 Cronograma de actividades.....	102
5.7 Descripción de actividades.....	103
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	104
6.1 Conclusiones.....	105

6.2 Recomendaciones.....107

Referencias Bibliográficas.....108

Anexos.....108

INDICE DE TABLAS

PRE TEST

Tabla N°1. Distribución de trabajadores y clientes según sexo.

Tabla N°2. Las empresas deben contar con una misión y metas corporativas para su crecimiento económico.

Tabla N°3. Los diagnósticos por cada área se deben realizar periódicamente.

Tabla N°4. La empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente.

Tabla N°5. Una empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado.

Tabla N°6. Uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad.

Tabla N°7. En una empresa es importante contar con liquidez.

Tabla N°8. El buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa.

Tabla N°9. No es relevante la información exacta en la empresa.

Tabla N°10. La información de la empresa debe de revisarse constantemente.

Tabla N°11. Los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada **Tabla**

N°12. Los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada.

Tabla N°13. Los indicadores de gestión deben ser priorizados

Tabla N°14. No es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa.

Tabla N°15. El balance general refleja la situación económica financiera de toda organización.

Tabla N°16. Es importante contar con recurso humano calificado

Tabla N°17. El capital que cuenta la empresa debe circular para generar ingresos.

Tabla N°18. El uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización.

Tabla N°19. Para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual su empresa.

Tabla N°20. La falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes.

Tabla N°21. Usted cree que la empresa debería mejorar su imagen institucional.

POST TEST

Tabla N°22. Las empresas deben contar con una misión y metas corporativas para su crecimiento económico.

Tabla N°23. Los diagnósticos por cada área se deben realizar periódicamente.

Tabla N°24. La empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente.

Tabla N°25. Una empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado.

Tabla N°26. Uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad.

Tabla N°27. En una empresa es importante contar con liquidez.

Tabla N°28. El buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa.

Tabla N°29. No es relevante la información exacta en la empresa.

Tabla N°30. La información de la empresa debe de revisarse constantemente.

Tabla N°31. Los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada **Tabla**

N°32. Los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación

determinada.

Tabla N°33. Los indicadores de gestión deben ser priorizados.

Tabla N°34. No es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa.

Tabla N°35. El balance general refleja la situación económica financiera de toda organización.

Tabla N°36. Es importante contar con recurso humano calificado

Tabla N°37. El capital que cuenta la empresa debe circular para generar ingresos.

Tabla N°38. El uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización.

Tabla N°39. Para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual su empresa.

Tabla N°40. La falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes.

Tabla N°41. Usted cree que la empresa debería mejorar su imagen institucional.

Tabla N°42. Prueba T para medias de dos muestras emparejadas.

INDICE DE FIGURAS

Figura N°1. Porcentaje de clientes y trabajadores según su sexo

Figura N°2. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 1.

Figura N°3. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 2.

Figura N°4. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 3.

Figura N°5. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 4.

Figura N°6. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 5.

Figura N°7. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 6.

Figura N°8. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 7.

Figura N°9. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 8.

- Figura N°10.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 9.
- Figura N°11.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 10.
- Figura N°12.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 11.
- Figura N°13.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 12.
- Figura N°14.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 13.
- Figura N°15.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 14.
- Figura N°16.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 15.
- Figura N°17.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 16.
- Figura N°18.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 17.
- Figura N°19.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 18.
- Figura N°20.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 19.
- Figura N°21.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 20.

POSTEST

- Figura N°22.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 1.
- Figura N°23.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 2.
- Figura N°24.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 3.
- Figura N°25.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 4.
- Figura N°26.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 5.
- Figura N°27.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 6.
- Figura N°28.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 7.
- Figura N°29.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 8.
- Figura N°30.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 9.
- Figura N°31.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 10.
- Figura N°32.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 11.
- Figura N°33.** Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 12.

Figura N°34. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 13.

Figura N°35. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 14.

Figura N°36. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 15.

Figura N°37. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 16.

Figura N°38. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 17.

Figura N°39. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 18.

Figura N°40. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 19.

Figura N°41. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 20.

Figura N°42. Anexos: Conductor del noticiero edición central.

Figura N°43. Anexos: Equipo de trabajo debidamente identificados.

Figura N°44. Anexos: Equipo de trabajo debidamente identificados.

Figura N°45. Anexos: Capacitando al personal para el mejoramiento de servicio al cliente.

Figura N°46. Anexos: Capacitando al personal.

Figura N°47. Anexos: Refrigerio a los trabajadores.

Figura N°48. Anexos: Compartiendo el refrigerio.

Figura N°49. Anexos: Aplicando encuesta después de la capacitación.

Figura N°50. Anexos: Aplicando encuesta después de la capacitación.

Capitulo I. Introducción.

1.1 Realidad Problemática.

Franco, M, (2012), en su trabajo de grado titulado “Factores determinantes del dinamismo de las PYME en Colombia”, presentado para optar al título de Doctor en la Universidad Autónoma de Barcelona, tuvo como propósito principal, analizar los factores que determinan el dinamismo de las PYME en Colombia, distinguiendo los factores internos (propios de la empresa) de los externos

(relativos al entorno) y utilizando como marco teórico de referencia la Teoría de Recursos y Capacidades, y la Teoría Institucional. Específicamente, se analizan las regiones colombianas de Cundinamarca y del Valle del Cauca, consideradas dos de las áreas más representativas a nivel empresarial en el país. En cuanto a la metodología, la parte empírica está compuesta por dos fases. En la primera, se lleva a cabo una investigación de tipo cuantitativo, a partir de una muestra representativa de empresas ubicadas en las regiones mencionadas y pertenecientes a diversos sectores de la economía, aplicando como técnica estadística una regresión logística. En la segunda, se realiza una investigación de tipo cualitativo profundizando en el estudio de ocho casos de PYME colombianas.

Los resultados más relevantes del estudio permiten identificar los factores internos (recursos y capacidades) y los factores externos (instituciones) que condicionan el dinamismo de las PYME en Colombia. Así, los factores que influyen positivamente en el dinamismo empresarial son por un lado, los recursos relativos a la tecnología, el posicionamiento de marca, la habilidad del empresario para solucionar conflictos, su flexibilidad para adaptarse a nuevas escenarios y su formación empresarial; y por otro, las capacidades en el área

administrativa. En cuanto a las instituciones formales, resulta positivo el poder de negociación en el sector económico, y con respecto a las instituciones informales, el apoyo de los amigos y la aceptación y apoyo por parte de la comunidad. Además, los resultados pueden ser muy útiles para el diseño de políticas gubernamentales de fomento y apoyo a este sector empresarial tan relevante como motor de desarrollo económico y social.

Este estudio contribuye, con la presente investigación tanto en el avance del estudio de los factores más relevantes en el dinamismo de las PYME. La utilización de la Teoría de Recursos y Capacidades en esta investigación permite la identificación y el análisis de los factores internos que influyen en el dinamismo empresarial y financiero, puesto que sus conceptos claves muestran la importancia que representa el que las empresas posean recursos y capacidades estratégicos, y el que los empresarios hagan un uso apropiado de los mismos para lograr una ventaja competitiva en el mercado. Así, la posesión por parte de la empresa de estos y su movilización, tienen un importante impacto sobre el desempeño de la misma y por ende en la rentabilidad del negocio.

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican.

Según Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece,

genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno.

Según Arinaitwe, (2006). Manifiesta que “las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados.”

Sauser, (2005). Nos dice “que las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas.”

Según el MTPE, (2005). En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa.

Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (BarbaSánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007). De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas

consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005). Estas cifras evidencian la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, de forma que se pueda lograr una mayor proporción de empresas consolidadas en el Perú. Sin embargo, a pesar de la importancia y contribución que realizan las MYPES, la literatura actual revela que no se han realizado estudios en el Perú que identifiquen los factores que limitan su crecimiento y desarrollo. En este sentido, el presente estudio analiza tales factores, con el objetivo de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuir las tasas de mortalidad de estas empresas y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo.

La empresa televisora denominada Representaciones y servicios HJ EIRL, es una pequeña empresa dedicada a la televisión local; fue creada el del 2005 en el departamento de San Martín, por motivos personales fue trasladada a la provincia de San Ignacio un 22 de Mayo de 2011 y desde entonces empezó a funcionar como San Ignacio TV; ubicada en el Jr. Porvenir #357 San Ignacio, Departamento de Cajamarca. La empresa lleva 5 años al aire pero sin embargo su economía en vez de ir creciendo va descendiendo, eso se ve reflejado en sus estados financieros y es por ello que se identificará que factor es el que origina tal desbalance económico. Su gerente general el Lic. En administración Ángel Iván Huamán Jiménez manifestó que eran muchas las causas, pero la más importante es la falta de capacitación del personal para que todos estén empapados del tema y puedan dar solución y puedan brindar un servicio de

calidad al cliente. Pero para ello nos proporcionará todo lo necesario para poder ejecutar nuestra investigación.

1.2 Trabajos Previos.

Una vez seleccionado el tema de toda investigación es preciso una revisión bibliográfica lo más extensa posible para lo cual se acude principalmente a monografías, revistas e informes, ya que por medio de ellos se obtiene una idea clara y completa del estado actual del conocimiento en el campo a investigar y le permiten al investigador estar al tanto de los avances. En concordancia con lo anteriormente expuesto, Tamayo (1994:45) señala que “La investigación es un proceso, que mediante la explicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento”. En este caso, está constituida por la presentación de trabajos que hacen referencia al problema investigado y que permiten una visión completa de las formulaciones teóricas. Para profundizar el tema de estudio se realizó una revisión de trabajos de investigación relacionados con este tema a fin de ampliar y precisar los intentos que se han hecho para resolver el problema que se investiga: Nancy, F. (2015). En su tesis titulada “Estrategias Financieras Aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las Pyme del sector comercio del Municipio Santiago de Mariño del Estado Aragua” en la universidad de Carabobo – Venezuela. Describe en sus conclusiones. A partir del análisis e interpretación de los resultados hechos, al evaluar las estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las PYME del sector comercio del Municipio Santiago Mariño del Estado de Aragua se precede a emitir las siguientes conclusiones:

Con respecto, al marco conceptual no se incorpora como herramienta del proceso de planificación financiera. En este aspecto, es el gerente quien está obligado a participar activamente en la alineación de los conceptos administrativos, para articular el plan de gestión estructuradamente es decir que exista relación entre visión, misión, objetivos y políticas dando cabida a la aceptación y el compromiso por parte del personal operativo.

Boletín Gobierno Corporativo (2008) “Estrategias financieras para impulsar el crecimiento de la empresa familiar”. México 2008. A pesar que existen diferentes formas en las que los accionistas pueden financiar el crecimiento de sus empresas, la obtención adecuada de recursos económicos en un tema que impacta directamente en el desempeño de sus compañías, por lo que es imprescindible que toda empresa structure su crecimiento alineando su estrategia financiera con la madurez de su negocio lo anterior, con el principal objetivo de no incurrir en riesgos financieros innecesarios que puedan comprometer su futuro.

Franco, M, (2012), en su trabajo de grado titulado “Factores determinantes del dinamismo de las PYME en Colombia”, presentado para optar al título de Doctor en la Universidad Autónoma de Barcelona, tuvo como propósito principal, analizar los factores que determinan el dinamismo de las PYME en Colombia, distinguiendo los factores internos (propios de la empresa) de los externos (relativos al entorno) y utilizando como marco teórico de referencia la Teoría de Recursos y Capacidades, y la Teoría Institucional. Específicamente, se analizan las regiones colombianas de Cundinamarca y del Valle del Cauca, consideradas

dos de las áreas más representativas a nivel empresarial en el país. En cuanto a la metodología, la parte empírica está compuesta por dos fases. En la primera, se lleva a cabo una investigación de tipo cuantitativo, a partir de una muestra representativa de empresas ubicadas en las regiones mencionadas y pertenecientes a diversos sectores de la economía, aplicando como técnica estadística una regresión logística. En la segunda, se realiza una investigación de tipo cualitativo profundizando en el estudio de ocho casos de PYME colombianas. Reinerio C. (2013) de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para optar el título de Licenciado en administración averiguo a través de su investigación “Las mypes y la gestión de calidad en el sector construcción del distrito de Chimbote” a lo cual llega a las conclusiones siguientes: En el continente europeo el término de Micro, pequeña y mediana empresa es utilizado por la nomenclatura Pyme y específicamente está en función de sus efectivos y de su volumen de negocio o de su balance general anual. En efecto, los 23 millones de PYME que tiene la Unión Europea representan un 99 % del total de las empresas y aportan hasta un 80 % del empleo en determinados sectores industriales, como el textil. La principal acción que se desenvuelven en su entorno es el factor de crecimiento y de creación de empleo en la unión europea característicos por poseer en planilla menos 10 trabajadores.

Pino, R. (2008.) según su investigación que realizo menciona notablemente acerca de la relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional. Informa que la gestión de la calidad es un concepto que mejora el desempeño operacional de las organizaciones con relación a las prácticas de la calidad total. Su

investigación se extiende a las siete ciudades del Perú que analizo el compromiso gerencial, el enfoque al cliente, administración de la calidad del proveedor, etc. con lo cual obtuvo que la relación de las prácticas y el desempeño varía entre las empresas productoras de servicios y las productoras de bienes, así como entre las pymes y grandes empresas.

López J. (2010). Hoy en día las empresas se desarrollan en un ambiente de constantes cambios, es por eso la importancia de analizar los diferentes factores que se manifiestan alrededor de ellas. Es interesante conocer estos cambios debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva. Una ventaja que se tiene al ser pequeña empresa es la flexibilidad, la cierta simplicidad y las relaciones personales que pueden llegar a ser una ventaja competitiva con base a una administración adecuada. Lo anterior nos puede hacer reflexionar en que no solo las grandes empresas tienen todas las ventajas de mercado, y cabe recalcar que muchas empresas pequeñas no tienen éxito debido a que no son capaces de competir con los grandes competidores.

Es así como, el autor luego de haber obtenido los datos presenta las siguientes conclusiones: La empresa no cuenta con políticas financieras que permitan ejecutar eficientemente los procesos administrativos y operativos, la gerencia de administración y finanzas carece de indicadores de gestión que le permitan evaluar oportunamente los procesos financieros de manera de tomar medidas correctivas cuando exista desviación en los objetivos propuestos, debido al mal manejo del flujo de efectivo la empresa no cumple a tiempo con sus obligaciones, lo que ha detenido la relación con sus proveedores claves. Al

mismo tiempo la dirección no es coherente, producto de la falta de coordinación e integración con las diferentes áreas, debe señalarse que los mecanismos de control son deficientes ya que no permiten determinar el grado de cumplimiento de los objetivos, los informes de gestión no permiten evaluar el desempeño administrativo y financiero de la empresa.

1.3 Teorías relacionadas al tema.

En esta parte del presente trabajo de investigación se expondrá la fundamentación teórica, que constituye el basamento técnico que sustenta la misma; es decir, se presentan las bases teóricas que sirvieron de apoyo y que permitieron referenciar y nutrir el contenido de ésta investigación con sus aportes, conocimientos y conclusiones previas. En este particular, Arias, F.

(2006) establece: “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar y explicar el problema planteado”.

Teoría del pensamiento estratégico de Mintzberg

El concepto o definición de estrategia ha estado ligado a la dirección de operaciones militares destinadas a lograr objetivos preestablecidos. En este caso se le relaciona, con un conjunto de decisiones y criterios por los cuales una organización se orienta hacia la obtención de determinados objetivos

Estrategia en la empresa

Según Mintzberg, Q. (1997), manifiesta que en el campo de la administración una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas

de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

Este enfoque de Mintzberg enfatiza en la *acción*. Según este punto de vista, la empresa tendría una estrategia, aun cuando no hiciera planes. Asimismo, tendría una estrategia, incluso aunque nadie en la empresa dedique tiempo a establecer objetivos formales, por no hablar de una definición de la misión. Lo único que se requiere es un *patrón* de una serie de actos de la organización. Un patrón implica que los actos de la empresa son congruentes; la congruencia puede ser resultado de la planificación formal o la definición de metas, o no serlo.

Al respecto, Henry Mintzberg expone que la estrategia debe ser vista en cinco definiciones, plan, pauta de acción, patrón, posición y perspectiva.

- a) Estrategia como plan: Abarca el aspecto fundamental de la percepción, cómo se conciben las intenciones en el cerebro humano y qué significan en realidad las intenciones. Entrar en la mente del estratega, para así saber lo que en realidad pretende.
- b) La estrategia como patrón: Permite a los líderes saber cómo intentar establecer direcciones específicas para las organizaciones, y encauzarlas en cursos de acción predeterminados. Se centra en la

acción, debe tomar en cuenta el comportamiento. Introduce la noción de convergencia, el logro de la consistencia en el comportamiento de una organización.

- c) Estrategia como pauta de acción: Lleva al plano de la competencia directa, donde las amenazas y los artificios, y otras maniobras son empleadas para obtener ventajas. Los movimientos de una parte provocan los contra-movimientos de la otra. Sin embargo, la estrategia en sí es un concepto enraizado en la estabilidad de los planes y patrones establecidos.
- d) Estrategia como posición: Considera a las organizaciones en su entorno competitivo; cómo encuentran sus posiciones y cómo las protegen para enfrentar, evitar, o vencer la competencia.
- e) Estrategia como perspectiva: Plantea cuestionamientos en relación a las intenciones y el comportamiento en un contexto colectivo. Postula la temática de cómo se difunden las intenciones en un grupo de personas para que éstas sean compartidas como normas y valores sociales, y cómo inculcan y aprenden los patrones de comportamiento al interior de ese grupo.

Una verdadera estrategia va mucho más allá de tan sólo coordinar planes y programas. Se basan en las fuerzas y debilidades de la organización, los cambios del ambiente y los movimientos de los competidores inteligentes. En la actualidad es de vital importancia que las PYME cuenten con estrategias financieras que le permitan lograr sus objetivos y por ende el desarrollo de la entidad en el mercado local, por ende que la empresa crezca y pueda ser

competitiva con las demás empresas, brindando servicios de calidad y de manera interna, llevar una adecuada administración de los recursos y manejo de las finanzas, economía y contabilidad para la toma de decisiones. Las estrategias financieras de las PYME deberán estar en relación con el objetivo general que se haya decidido; y estas estrategias deberán poder dar una solución a las necesidades que tenga la entidad. Existen diversas estrategias financieras que se pueden poner en acción para poder lograr los objetivos pactados, si se establece una estrategia financiera de forma sistemática se lograra obtener una estabilidad financiera. Es decir, las estrategias financieras ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización.

Referentes teóricos

Los referentes teóricos son el resultado de la etapa en que se reúne información documental para ubicar la investigación dentro del estado actual de los conocimientos, teorías y debates que se encuentran en los medios bibliográficos disponibles sobre el tema en desarrollo. La información recogida para el referente teórico nos proporciona un conocimiento profundo y actualizado del estado del conocimiento y del pensamiento sobre el tema, lo cual le da significado a la investigación y exige revisar en detalle las fuentes de información que pueden resultar útiles en el análisis del tema que se está investigando, a fin de seleccionar aquellas que tengan pertinencia.

Administración Estratégica

Según David, F. (1997) en su libro denominado “Conceptos de Administración Estratégica” manifiesta que: La administración estratégica es el arte y la ciencia

de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos. Ello implica integrar la administración, la mercadotecnia, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas computarizados de información para obtener el éxito de la organización. El autor en este párrafo no dice que la dirección estratégica requiere una buena planificación, para lograrlo se debe formular, implementar y evaluar las decisiones; decidiendo por adelantado que hacer, cuando hacerlo, como hacerlo y quien lo va hacer y el encargado de tomar esas decisiones son los directivos pero la última decisión está a cargo de la alta dirección. Es esta quien establecerá la visión, la misión y la filosofía de la empresa para lograr sus objetivos trazados.

Asimismo nos manifiesta que: En la administración estratégica es importante considerar los algunos términos claves que son:

1. Los estrategas; son las personas responsables en mayor grado de ellos depende el éxito o el fracaso de la organización.
2. Declaración de la misión y metas corporativas: Señala el alcance de las operaciones de una empresa.
3. La adecuación de los factores internos y externos y la matriz FODA para formular estrategias: El autor manifiesta que hay que ajustar los factores internos y externos, esto ayuda a generar buenas estrategias alternativas viables.
4. Análisis del ambiente competitivo externo para identificar las oportunidades y amenazas de la organización.

5. Análisis del ambiente operativo interno para identificar las fortalezas y debilidades.
6. Los objetivos a largo plazo: Según el autor nos dice que los objetivos a largo plazo es más de un año y son esenciales para el éxito de la organización.
7. Las políticas: Es el medio que se usara para alcanzar los objetivos a corto plazo; también permiten la consistencia y la coordinación entre los departamentos de la organización.

Análisis interno

Jones, G. y Hill, C. (2005), establecen que en el análisis interno “Se deben considerar todos los aspectos que se manejan en la organización, recursos humanos, recursos físicos, recursos financieros, recursos técnicos y tecnológicos, riesgos, etc.” El autor nos menciona que este es un punto clave porque de acuerdo a ello la organización deben responder a las siguientes preguntas: ¿Qué aspectos me diferencian de la competencia?, ¿En qué la supero?, ¿En cuáles estamos igualados?, ¿En cuáles me supera?, Al responder este tipo de preguntas se conocerán las fortalezas y debilidades.

Por otro lado David, F. (1997) en su libro denominado “Conceptos de Administración Estratégica” nos menciona que “las fortalezas y debilidades son actividades propias de la empresa por ende se pueden controlar; las actividades de la gerencia general, finanzas y contabilidad investigación y desarrollo, mercadotecnia, producción y operaciones”.

Análisis Externo

Jones, G. y Hill, C. (2005) Exponen que en el análisis externo “Se busca identificar factores que afecten al negocio (llámese producto, unidad estratégica de negocios, línea de productos, etc.), de manera positiva o negativa, con el fin de potenciarlos o minimizarlos de acuerdo con su efecto”.

Según los autores nos dicen que el análisis externo son las amenazas y las oportunidades; estos factores están fuera del control de una organización y por consiguiente para alcanzar el éxito resulta esencial detectar, vigilar y evaluar las oportunidades y amenazas.

Según Porter M. (1998). Para completar el análisis de los factores externos, plantea un modelo para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo, por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competitividad. Desarrolla el modelo del diamante de competitividad que relaciona las cuatro fuentes de ventajas competitivas que se derivan de la ubicación de las empresas, sectores y sus interrelaciones.

Al respecto, Porter, M. (1998) facilita la metodología, ofreciendo un esquema que denomina rivalidad extendida, el cual incluye agentes de mercado que la

teoría económica tradicional no concibe, tales como:

- a) Competidores potenciales, que significan amenazas de ingresos para participar de las ganancias del mercado.
- b) Proveedores, que intentan ejercer su poder negociador aumentando precios de insumos, dando menor calidad u ofreciendo un mal servicio.
- c) Compradores, que tratan de bajar el precio y presionan para que se

mejore la calidad y el servicio.

- d) Productos sustitutos que intentan desplazar del mercado a los competidores originales, para manejar altas rentabilidades.
- e) Competidores del sector, que intentarán ganar una participación cada vez mayor del mercado.

Definición de finanzas

Según Gitman, L. (2012) la define como: El arte y la ciencia de administrar el dinero. A nivel personal, las finanzas afectan las decisiones individuales de cuánto dinero gastar de los ingresos, cuánto ahorrar y cómo invertir los ahorros. En el contexto de una empresa, las finanzas implican el mismo tipo de decisiones: cómo incrementar el dinero de los inversionistas, cómo invertir el dinero para obtener una utilidad, y de qué modo conviene reinvertir las ganancias de la empresa o distribuirlas entre los inversionistas.

Las finanzas estudian múltiples aspectos y elementos relacionados con todo el proceso de la obtención y administración del dinero o capital, buscan mejorar las fuentes de las que se obtiene dinero y busca optimizar su utilización, que se puede derivar en su gasto o inversión. Asimismo, las finanzas contienen un conjunto de principios, técnicas y procedimientos, que se utilizan para transformar la información reflejada en los estados financieros de una empresa, en información procesada, utilizable para la toma de decisiones. Por lo que se puede decir que, el componente financiero, al igual que en el resto de las funciones empresariales, es una característica deseable para todo tipo de organización; en el caso de las PYME, se plantea en esta investigación que a medida que se logre un mayor uso y coordinación de las herramientas de

gestión financiera puede lograrse un mejor desempeño, traducido en resultados superiores a nivel de inversiones y acceso a fuentes variadas de financiamiento.

Gestión financiera

Básicamente, la gestión financiera engloba lo concerniente al dinero, a la inversión, administración y posesión del mismo, de manera que este sea manejado adecuadamente para que sea lucrativo; por ello su objetivo se centra en la maximización del valor de la inversión de los propietarios de la empresa.

Al respecto Burk y Lehnman. (2004), plantea que “Uno de los componentes fundamentales del sistema de gestión empresarial es la función financiera, encargada de la obtención y asignación de los recursos necesarios para el desarrollo de las operaciones del negocio, en el corto y largo plazo”.

Adicionalmente Brealey y Myers, (2005) opinan que: La gestión financiera como un proceso empresarial, que parte de la formulación de la estrategia organizacional, y comprende el diseño de objetivos, selección de estrategias y políticas, ejecución de acciones y aplicación de mecanismos de control relacionados con las decisiones de inversión y financiamiento, considerando sus implicaciones tanto para el corto como para el largo plazo.

Por lo que se puede decir que, la presencia de este componente, al igual que en el resto de las funciones empresariales, es una característica deseable para todo tipo de organización; en el caso de las PYME, se plantea en esta investigación que a medida que se logre un mayor uso y coordinación de las herramientas de gestión financiera puede lograrse un mejor desempeño, traducido en resultados superiores a nivel de inversiones y acceso a fuentes variadas de financiamiento.

Planificación estratégica financiera

La planeación financiera es un elemento de la administración financiera que se puede definir como una técnica o herramienta que realiza una evaluación futura, proyectada o estimada de una empresa en términos de rentabilidad, liquidez y equilibrio estructural, para la toma acertada de decisiones. Según Gitman, L.

(2003) “La planeación financiera estratégica especifica el monto de fondos requeridos, los costos esperados, la estructura de financiación y las fuentes a recurrir, todo esto a nivel corporativo, es decir incluirá todas las unidades de negocios o departamentos”.

La planificación financiera es una herramienta o técnica que aplica el administrador financiero, para la evaluación proyectada, estimada o futura de una empresa., la cual incluye la proyección de las ventas, el ingreso y los activos, tomando como base estrategias alternativas de producción y de mercadotecnia, así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr esas proyecciones. Para la planificación financiera la empresa debe definir lo que espera a futuro y debe tomar en cuenta los factores que influyen en esa proyección, para establecer situación financiera proyectada en el corto o largo plazo, a fin de generar los planes financieros:

- a) A corto plazo comprende la elaboración del presupuesto anual, se conoce como plan financiero táctico, está integrado por todos los presupuestos anuales de producción, ventas, compras, inversiones a corto plazo, salarios, etc., generalmente abarca un año o menos.

- b) A largo plazo es el diseño del plan estratégico que contiene los resultados o proyecciones a mediano y largo plazo (generalmente 3 a 5 años. Por lo que se puede decir que la planificación financiera traduce en términos financieros los objetivos a corto y a largo plazo de la empresa.

Indicadores de Gestión

Francés A. (2001), sostiene que los indicadores “Son variables asociadas a los objetivos, que se utilizan para medir su logro y para la fijación de metas.

Constituyen un elemento central en el control de gestión.”

De hecho, los indicadores son criterios de referencia para vigilar, controlar, hacer seguimiento y evaluar las acciones emprendidas por la organización. De allí, la importancia de que la información proveniente de los indicadores sea confiable, oportuna, íntegra y relevante. Al respecto, Beltrán, J (2003) señala que los indicadores de gestión son, información, es decir, agregan valor, no son sólo datos. Por lo tanto, deben tener los atributos propios de la información como son: exactitud, forma, frecuencia, origen, temporalidad, relevancia,

integridad y oportunidad.

Visto que, los indicadores de gestión miden el cumplimiento de los objetivos de una organización, valorando la conducta de su ámbito interno en este proceso y a fin de que puedan ser tomadas las acciones pertinentes, con base en ésta información, es necesario en todo momento identificar las responsabilidades y las áreas claves asignadas a los individuos en la organización para cumplir con este proceso.

Análisis financiero

Debido a los grandes y apresurados cambios en el entorno empresarial, los gerentes enfrentan la necesidad de poseer conocimientos de alto nivel que les permitan tomar decisiones rápidas y oportunas, ello requiere la aplicación de herramientas útiles para gestionar eficientemente sus empresas y alcanzar los objetivos establecidos. Generalmente en las organizaciones se presentan problemas financieros que resultan difíciles de manejar; enfrentar los costos financieros, el riesgo, baja rentabilidad, conflictos para financiarse con recursos propios y permanentes, toma de decisiones de inversión poco efectivas, control de las operaciones, reparto de dividendos, entre otros.

Para ello, es indispensable que los gerentes de las empresas conozcan los principales indicadores económicos y financieros y su respectiva interpretación, lo cual conlleva a profundizar y a aplicar el análisis financiero como base primordial para una toma de decisiones financieras efectiva. Esto sugiere la necesidad de disponer de fundamentos teóricos acerca de las principales técnicas y herramientas que se utilizan actualmente para alcanzar mayor calidad de la información financiera, mejorar el proceso de toma de decisiones y lograr una gestión financiera eficiente.

Asimismo, Hernández, J. (2005), define el análisis financiero como “una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos” . Este análisis se basa en la interpretación de los sucesos financieros ocurridos en el desarrollo de la actividad empresarial, para lo cual utiliza técnicas que una vez aplicadas llevan a una toma de decisiones acertadas; aunado a que contribuye a examinar la capacidad de endeudamiento

e inversión de la empresa, tomando como punto de inicio la información aportada por los estados financieros. Al respecto, Brigham y Houston, (2006)

señalan que:

“El análisis financiero es un instrumento disponible para la gerencia, que sirve para predecir el efecto que pueden producir algunas decisiones estratégicas en el desempeño futuro de la empresa; decisiones como la venta de una dependencia, variaciones en las políticas de crédito, en las políticas de cobro o de inventario, así como también una expansión de la empresa a otras zonas geográficas”.

En este contexto, los objetivos del análisis financiero están encaminados a analizar las tendencias de las variables financieras involucradas en las operaciones de la empresa; evaluar su situación económica y financiera para determinar el nivel de cumplimiento de los objetivos preestablecidos; verificar la coherencia de la información contable con la realidad de la empresa; identificar los problemas existentes, aplicar los correctivos pertinentes y orientar a la gerencia hacia una planificación financiera eficiente y efectiva.

Los insumos principales para el análisis financiero son el estado de resultado y el balance general del período o períodos que se consideran. Utilizando los datos que se encuentran en estos estados pueden calcularse diferentes razones que permiten la evaluación de determinados aspectos del

funcionamiento de la empresa.

Según Gitman L. (2012). El análisis de razones es el punto de partida para desarrollar la información, las cuales se pueden dividir en cuatro grupos básicos:

razones de liquidez y actividad, razones de endeudamiento, razones de rentabilidad, y razones de cobertura o reserva. Los primeros dos grupos de razones dependen en muy alto grado de los datos que se toman del balance general, en tanto los otros dos grupos dependen en gran parte de los datos que aparecen en el estado de resultado. Como regla general, los insumos necesarios para un buen análisis financiero incluyen, por lo menos, el estado de resultado y el balance general.

Ciertamente, los objetivos del análisis financiero se fundamentan en la medición del nivel de solvencia, liquidez, rentabilidad y, en general, la situación financiera actual de la empresa; por ello, el cumplimiento cabal de estos objetivos está sujeto a la calidad de la información contable y financiera utilizada para su aplicación. De ahí que para el desarrollo del análisis financiero se requiere del cálculo de indicadores o razones financieras, que permiten realizar un diagnóstico de la situación económica y financiera del negocio.

Desde esta perspectiva, en el enfoque de la investigación propuesta, los indicadores financieros como herramienta de control fortalece la gestión de negocios de las PYME, ya que análisis de las razones financieras, utiliza la información obtenida de los Estados Financieros y presenta una perspectiva más amplia de la situación financiera de la empresa. Puede, por ejemplo, precisar la rentabilidad de la empresa, su capacidad para cumplir con sus deudas de corto plazo, establecer hasta qué punto la empresa se está financiando con pasivos y si la gerencia está utilizando sus activos en forma eficaz. En tal sentido, los controles internos, como modelos referenciales, fomentan la eficiencia, reducen el riesgo de pérdida de valores de los activos y

ayudan a garantizar la fiabilidad de los estados financieros y el cumplimiento de las leyes y normas vigentes.

CRECIMIENTO ECONOMICO

Según los autores Larran y Sachs, (2004) El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía. Usualmente se mide como el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) real en un periodo de varios años y décadas. Dicen “Si hay crecimiento económico en un país quiere decir que han mejorado las condiciones de vida del individuo promedio, es por esto que para muchos economistas a resultado de gran interés este tema.

Romer, (2006). Actualmente es común escuchar de crecimiento económico, sin embargo es un concepto relativamente reciente. El crecimiento económico sostenido se ha dado en los últimos ciclos antes el crecimiento fue nulo o muy bajo. La tasa media de crecimiento de los países industrializados durante el siglo XX fue superior a la del siglo XIX, y la de este mayor que la del siglo XVIII. Aunque es importante mencionar que el crecimiento no se ha dado de manera equitativa en todos los países.

Ante estos datos surgen varias preguntas ¿Qué provoco el aumento sostenido del crecimiento económico? ¿Por qué algunos países o regiones se desarrollan más que otros? ¿Las diferencias en crecimientos entre países van a aumentar o disminuir con el tiempo? Estas preguntas fueron abordadas inicialmente entre países, pero actualmente también es una preocupación regional, saber si dentro de un país las regiones tienden a aumentar o disminuir sus diferencias en bienestar y riqueza. Desde hace mucho tiempo los economistas se han cuestionado cuales son las fuentes del crecimiento y han dejado sus

aportaciones que hasta la fecha se usan. Por ejemplo de los economistas clásicos podemos mencionar a Adam Smith, David Ricardo, Thomas Malthus que introdujeron conceptos como la relación entre el progreso tecnológico y la especialización del trabajo y los rendimientos decrecientes y su relación con la acumulación de capital físico.

Aún continúa el debate para determinar cuáles son las fuentes que determinan el crecimiento, cada año surgen nuevas teorías e investigaciones sin embargo se ha podido identificar ciertos factores importantes. La base fundamental es cuanto a teorías de crecimiento económico ha sido el modelo de Solow (1956), conocido también como modelo neoclásico de crecimiento.

IMPORTANCIA DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO

El continuo y rápido crecimiento económico de los países industrializados les ha permitido proporcionar mejores servicios a su población. El crecimiento económico es un objetivo fundamental para los países. Los que no crecen van quedándose en el camino. Las recientes revoluciones del este europeo y de la URSS fueron desencadenadas por el estancamiento económico y un bajo crecimiento con relación a los países occidentales. El mismo es la expansión de PIB o producción potencial de un país. En otras palabras, es cuando la frontera de posibilidades de la producción (FPP) se desplaza hacia fuera. Los economistas miden el crecimiento de la producción per cápita de un país a lo largo de periodos de 10 ó 20 años. Así se obtiene una idea mejor de las tendencias a largo plazo. El crecimiento económico existe cuando las variables macroeconómicas reales toman valores que se ajustan a una tendencia

ascendente.

Las variables macroeconómicas más significativas a este hecho son: el producto nacional bruto (PNB), el ingreso nacional, la inversión, el consumo. Los valores que se consideran al analizar el proceso de crecimiento son: el

producto, el ingreso, la inversión y el consumo por personas en términos reales.

Es cierto que el crecimiento económico, al aumentar la riqueza total de una nación, también mejora las posibilidades de reducir la pobreza y resolver otros problemas sociales. Pero la historia nos presenta varios ejemplos en los que el crecimiento económico no se vio acompañado de un progreso similar en materia de desarrollo humano, sino que se alcanzó a costa de una mayor desigualdad, un desempleo más alto, el debilitamiento de la democracia, la pérdida de la identidad cultural o el consumo excesivo de recursos necesarios para las generaciones futuras. A medida que se van comprendiendo mejor los vínculos entre el crecimiento económico y los problemas sociales y ambientales, los especialistas, entre ellos los economistas, parecen coincidir en que un crecimiento semejante es, inevitablemente, insostenible, es decir, no se puede mantener mucho tiempo. Para ser sostenible, el crecimiento económico debe nutrirse continuamente de los frutos del desarrollo humano, como la mejora de los conocimientos y las aptitudes de los trabajadores, así como de las oportunidades para utilizarlos con eficiencia: más y mejores empleos, mejores condiciones para el florecimiento de nuevas empresas y mayor democracia en todos los niveles de adopción de decisiones. A la inversa, si es lento, el desarrollo humano puede poner fin a un crecimiento económico sostenido. Según el Informe sobre desarrollo humano, 1996, "En el período 1960-1992, de los países que se encontraban en situación de desarrollo desequilibrado con un

desarrollo humano lento y un crecimiento económico rápido, ninguno logró efectuar la transición hacia un círculo virtuoso en que pudieran reforzarse recíprocamente el desarrollo humano y el crecimiento". Puesto que la desaceleración del desarrollo humano se ha visto seguida, invariablemente, de la desaceleración del crecimiento económico, esta modalidad de crecimiento se describe como "sin salida".

DETERMINANTES

La presente sección busca pasar revista a los principales factores propuestos como determinantes del crecimiento, ofreciendo una revisión de los canales de transmisión y los métodos de medición empleados.

De manera similar a Loayza & Soto (2002) se propone un agrupamiento de dichos determinantes con base a las siguientes categorías:

- I. Recursos humanos.
- II. Recursos naturales.
- III. Capital.
- IV. Tecnología.

Recursos humanos:

La literatura sobre crecimiento enfatiza el segundo de los canales, la educación. Lucas (1988) postula que el proceso de adquisición de capital humano se da a través de dos fuentes: la educación formal propiamente dicha y el aprendizaje por la práctica, y que las diferencias entre las tasas de crecimiento de los países son atribuibles a la tasa a la cual las economías acumulan capital humano en el

tiempo.

Por su parte, un segundo enfoque desarrollado por Nelson & Phelps (1966), señala que lo que explica las disparidades entre las tasas de crecimiento de los países es el stock de capital acumulado por cada país. Cabe mencionar que este enfoque da lugar a la presencia de efectos escala, esto es, las economías que poseen una mayor fuerza laboral tienden a crecer más rápidamente.

Muchos economistas creen que la capacitación adecuada de la mano de obra es el elemento más importante del crecimiento económico. Un país podría comprar toda la tecnología, pero si no tiene técnicos cualificados no podrá hacer uso de estos aparatos. La disminución del analfabetismo y la mejora de la salud y la disciplina, aumentan extraordinariamente la productividad.

Recursos Naturales:

De acuerdo con Romer (2006), permite concluir que la presencia de una oferta fija de tierra, una dotación de otros recursos naturales escasa y una producción en continuo crecimiento pueden generar un nivel de contaminación y de destrucción del medioambiente que ponga fin al proceso de crecimiento. El autor nos dice que: Un segundo factor clave es la tierra o más general, los recursos naturales. Los recursos más importantes son: la tierra arable, el petróleo y el gas, los bosques y el agua, y los recursos minerales. Pero, en la actualidad, países que no poseen ningún recurso natural, han prosperado más por el trabajo y el capital. Este es el caso de Japón y Hong Kong.

Capital:

Según los autores Aguilar, Cadavid, Cardona, Carvalho, Jiménez y Upegui (1998) definen el capital como el "conjunto de aportes efectuados al ente

económico, en dinero, en industria con estimación en valor, o en especie valorada en dinero, con el ánimo de proveer recursos para la actividad empresarial que, además, sirvan de garantía para los acreedores. El capital debe registrarse en las cuentas apropiadas, por el monto proyectado, comprometido y pagado, según el caso, en la fecha en la cual se otorgue el documento de constitución o reforma, o se perfeccione el compromiso de efectuar el aporte".

Para Lidon, (1994) el capital es una variable que se compone de las existencias de los activos fijos sobre los cuales la empresa obtiene una retribución marginal, la cual marca la pauta para realizar o no, nuevas inversiones sobre el capital fijo. De igual manera la empresa cuenta con un capital humano, constituido por la capacidad intelectual del personal con el que cuenta la empresa.

Para los autores Krugman y Wells (2006); "el capital son los activos que utilizan las empresas para generar su output y se compone por capital físico (recursos manufacturados, edificios y maquinas) y capital humano (conocimiento que se incorpora en la fuerza laboral)".

Los trabajadores de países de renta alta, al tener mayor capital, son más productivos. Los países que crecen rápidamente, invierten mayor cantidad de recursos en bienes de capital. Hay muchas inversiones que son estables y preparan el terreno para la prosperidad privada. Estas inversiones son capital social fijo y consisten en grandes proyectos de obras públicas.

Tecnología:

Según Quintanilla (2001), las grandes orientaciones o enfoques en las teorías sobre la técnica y la tecnología, pueden ser agrupadas en tres apartados: la orientación instrumental, la cognitiva, y la sistémica. Coincide con Mitcham (1994), sobre las diferentes formas de manifestación de la tecnología: como conocimiento, como actividad (producción, uso), como objetos (artefactos), y como volición.

Hay un cuarto factor de importancia, el cambio tecnológico. Se refiere a los cambios en los procesos de producción o a nuevos productos que permiten obtener una mayor y mejor producción con un menor número de factores.

1.4 Formulación del Problema.

¿Cómo las estrategias financieras influyen en la mejora del crecimiento económico de la empresa Televisora “Representaciones y Servicios HJ EIRL”, San Ignacio 2016?

1.5 Justificación e importancia.

La investigación se justifica por las inquietudes formuladas por las investigadoras las cuales tienen sus fundamentos en los diversos criterios establecidos por autores y considerando el aporte de este tipo de empresas en la generación de empleo, así como su contribución en una mejor distribución del ingreso, es necesario continuar profundizando el estudio de su situación, realizando trabajos de alto impacto y contribuyan a detectar las debilidades que presentan las Pyme. En tal dirección esta investigación ofrece una alternativa diferente de soluciones para quienes invierten su dinero y esperan un rendimiento adecuado, ya que

conocer lo que son las estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa y como su aplicación puede ayudar al desempeño de la empresa, para determinar la mejor manera de manejar una PYME en el sentido económico. En la presente investigación la variable I (Estrategias financieras). En el área de las finanzas la formulación del conjunto apropiado de estrategias resulta fundamental para cualquier negocio ya que toda actividad requiere de la presencia de recursos financieros. Según Galeano V. (2011). Una estrategia financiera se define como la “elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende necesita ser organizada, planeada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado”. Y para la variable II (Crecimiento económico) se realizará de acuerdo a la teoría de Kutznets (1966), quien menciona que el crecimiento económico “es un incremento sostenido del producto per cápita o por trabajador”. Así pues desde este planteamiento sería un aumento del valor de los bienes y servicios producidos por una economía durante un periodo de tiempo.

1.6. Hipótesis

En el siguiente capítulo vamos a explicar lo que es una hipótesis “Una hipótesis es un enunciado o proposición que no se ha probado acerca de un factor o fenómeno que interesa al investigador.” (Malhotra, 2004).

Las estrategias financieras impulsaran el crecimiento económico en la empresa televisora Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Determinar la influencia de estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora Representaciones y

Servicios HJ EIRL, San Ignacio 2016.

1.7.2 Objetivos Específicos

- • Identificar la problemática económica de la empresa televisora.□
- • Elaborar las estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.□
- • Aplicar las estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.□
- • Evaluar los resultados de la aplicación de estrategias financieras de la empresa televisora.□

Capítulo II.

Material y Metodo

2.1 Tipo y diseño de la investigación

2.1.1 Tipo de investigación

Según Tamayo y Tamayo (2003), en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

Teniendo en cuenta las variables en estudio se define que la investigación es de carácter descriptivo – aplicativo ya que mediante la presente investigación se busca determinar la influencia de estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico en la empresa televisora Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016.

2.1.2 Diseño de la Investigación

Kerlinger (1979). "La investigación no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones".

La presente investigación “Estrategias Financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL”; presenta un diseño no experimental ya que no se está manipulando ninguna variable. Solo se busca la(as) mejores estrategias financieras para poder aplicar y así lograr un mejor crecimiento económico para beneficio de la empresa.

2.2 Población y muestra:

Población

Según, Arias, F. (2006) señala que la población accesible o la muestreada, “es la porción finita de población objetivo a la que realmente se tiene acceso y de la cual se extrae una muestra representativa”.

Al respecto Balestrini, M. (2006) desde el punto de vista estadístico, “una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación”.

Nuestra población está conformada por directivos y empleados de la Empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL, constituida por:

01 Gerente

01 Contador externo

02 Conductores de noticiero

02 Reporteros

01 Personal administrativo

Muestra

Según Balestrini, M. (2006) “la muestra se puede definir como una parte representativa de una población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo”.

Para lograr nuestro objetivo del estudio de investigación de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL, se ha tomado en cuenta a 15 de nuestros televidentes y a 6 de nuestros trabajadores.

2.3 Variables, Operacionalización.

En este capítulo vamos hablar de las variables que se relacionan con nuestra investigación. Para esto vamos a explicar el concepto de una variable con respecto a una investigación: Según Malhorta (2004) nos manifiesta que

“Una variable es cualquier característica del objeto de investigación que puede cambiar de valor y expresarse en diferentes categorías.”

Debido a que nuestra investigación es de tipo descriptiva – aplicada, no se establecen variables de medición, más sin embargo sí se determinan variables de investigación las cuales son: dependientes e independientes.

Variable independiente: Estrategias financieras

Definición conceptual

Las estrategias financieras comprenden herramientas o medios a través de los cuales se cumplen las decisiones en vía de maximizar los dividendos, en pro del desarrollo y beneficio organizacional (Gitman, 2007).

Definición operacional

Esta variable se mide a través de los puntajes obtenidos del instrumento diseñado, incluyendo la dimensión de estrategias de financiamiento, con indicadores referidos al aporte de los socios, para ello se aplicaran capacitaciones al personal técnico y directivo de la empresa televisora

Representaciones y Servicios HJ EIRL. De la provincia de San Ignacio.

Variable dependiente: Crecimiento Económico

Definición Conceptual

(Larrain y Sachs, 2004).“El crecimiento económico es el aumento sostenido de un producto en una economía. Usualmente se mide como el aumento del Producto Interno Bruto (PBI) real de un periodo de varios años o décadas”

Definición operacional

Para medir la variable dependiente se ha tenido en cuenta realizar unas preguntas a la población de San Ignacio en la que las respuestas serán nunca, a veces, siempre, casi siempre, casi nunca.

Operalización

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE INDEPENDIENTE	Las estrategias financieras comprenden herramientas o medios a través de los cuales se cumplen las decisiones en	Para medir la variable independiente de Estrategias financieras se consideró utilizar como		Misión y metas corporativas. Análisis del ambiente operativo interno. Análisis del ambiente operativo externo Implementación de las estrategias	TEST ENCUESTA	

Estrategias Financieras	vía de maximizar los dividendos, en pro del desarrollo y beneficio organizacional.	instrumento de evaluación el test conformado por 20 preguntas en la que las respuestas serán nunca, a	Administración Estratégica			
				Rentabilidad		
				Liquidez		

veces, siempre,

casi Gestión

Equilibrio estructural

siempre, casi nunca.

Financiera

Exactitud,

Forma

Frecuencia

Indicadores de
Gestión

Origen

Temporalidad

Relevancia

Oportunidad

Estado de Resultados

Balance General

			Análisis Financiero			
VARIABLE DEPENDIENTE Crecimiento Económico	El crecimiento económico es el aumento sostenido de un producto en una economía. Usualmente se mide como el aumento del Producto Interno Bruto (PBI) real de un periodo de varios años o décadas.	Para medir la variable dependiente se ha tenido en cuenta realizar unas preguntas a la población de San Ignacio en la que las respuestas serán nunca, a veces, siempre, casi siempre, casi nunca.	Determinantes	Recursos Humanos		
				Recursos Naturales		
				Capital		
				Tecnología		

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Métodos

Los métodos empleados en esta investigación son descriptivos, analíticos:

Hernández, Fernández y Baptista, (2003), señala que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

Técnicas

Para esta investigación se empleara la técnica de la observación con la ayuda de la encuesta.

Según Tamayo y Tamayo (2008), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

Instrumentos

En este estudio y para objeto de la investigación, se utiliza un cuestionario como instrumento de investigación el autor Tamayo y Tamayo (2008), señala que “el cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan

principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio”.

Procedimientos para la recolección de datos

Hernandez et al (2002). Dice que: Es necesario que el instrumento o método de recolección cumpla con dos requisitos importantes, los cuales son: confiabilidad y validez, refiriéndose a la primera como el grado en que la aplicación repetida del mismo arroja resultados iguales y la validez al grado en que dicho instrumento mide en realidad la variable que pretende medir. Para nuestra investigación se ha utilizado una encuesta constituida por 20 preguntas y aplicada a algunos de nuestros clientes y trabajadores.

2.5 Procedimiento de Análisis de Datos.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
<p>La pregunta formulada por las investigadoras del proyecto es:</p> <p>¿Cómo las estrategias financieras influyen en la mejora del crecimiento económico de la empresa Televisora “Representaciones y</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar la influencia de estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora Representaciones y Servicios HJ EIRL, San Ignacio 2016.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar la problemática económica de la empresa televisora. • Elaborar las estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora. 		<p>VD:</p> <p>Crecimiento Económico</p>	<p>Descriptiva aplicada</p>	6	Encuesta	<p>Para la confiabilidad se utilizó el SPSS, obteniendo la fiabilidad Alfa Cronbach, un puntaje de 0,697, además se usó el uso del Excel para la interpretación</p>

<p>Servicios HJ EIRL”, San Ignacio 2016?</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Aplicar las estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.□ □ Evaluar los resultados de la aplicación de estrategias financieras de la empresa televisora.□ 		<p>VI: Estrategias financieras</p>			<p>de las ablas o diagramas.</p>
--	--	--	------------------------------------	--	--	----------------------------------

Para realizar el análisis estadístico de la información obtenida sea creído necesario utilizar el software Excel, el que permitió mediante el uso de funciones obtener la constante de ALPHA DE CRONBACH.

2.6 Aspectos éticos

Son la base fundamental para que el trabajo esté bien elaborado:

- • Teniendo en claro cuáles son los objetivos de nuestra investigación□
- • La información del proyecto son reales□
- • Dedicación al trabajo a desarrollar□
- Citar correctamente los textos□

2.7 Criterios de rigor científico

Confiabilidad: Para nuestra investigación de utilizo la constante ALPHA DE CRONBACH y nos arrojó un resultado positivo, en la cual determinamos que los métodos aplicados en nuestra investigación es confiable.

Validez: Para la validez de nuestra investigación será proporcionada por expertos.

**Capitulo IV.
Resultados.**

3.1 Resultados en tablas y figuras

3.1.1 Resultados de tablas y figuras Pre test.

Tabla 1

Distribución de trabajadores según su sexo

Sexo	Frecuencia	
	N	%
Femenino	8	53
		47
Total	15	100

Masculino 7

Fuente: Encuesta aplicada a clientes

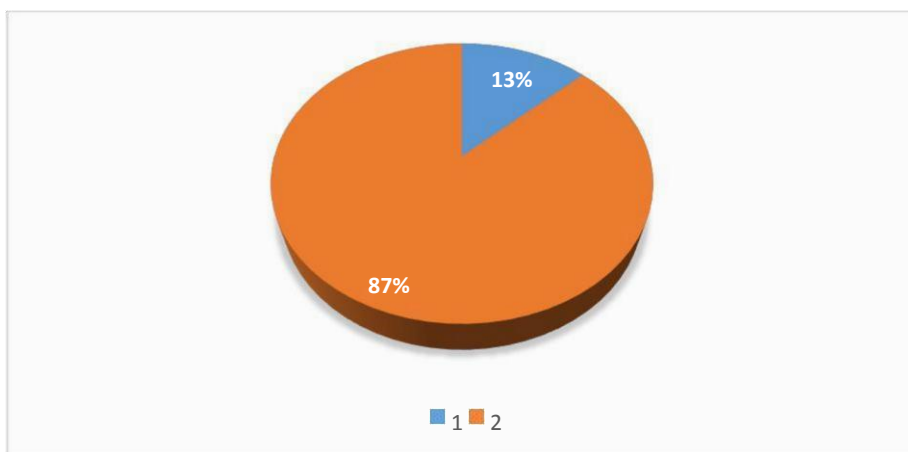


Figura 1. Porcentaje de clientes según su sexo.

Tabla 2

Las empresas deben contar con una misión y metas corporativas para su crecimiento económico

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	7	47
Totalmente de acuerdo	8	53
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos de la encuesta 1

Interpretación: Según la tabla 2, se verifica que el 53% de los encuestados están totalmente en acuerdo con que la empresa debe contar con una misión y metas corporativas. Esto indica que los encuestados aprueban lo propuesto porque influiría para obtener un crecimiento económico.



Figura 2: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 1.

Tabla 3

Los diagnósticos por cada área se deben realizar periódicamente

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	1	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13
De acuerdo	11	73
Totalmente de acuerdo	1	7
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos de la encuesta 2

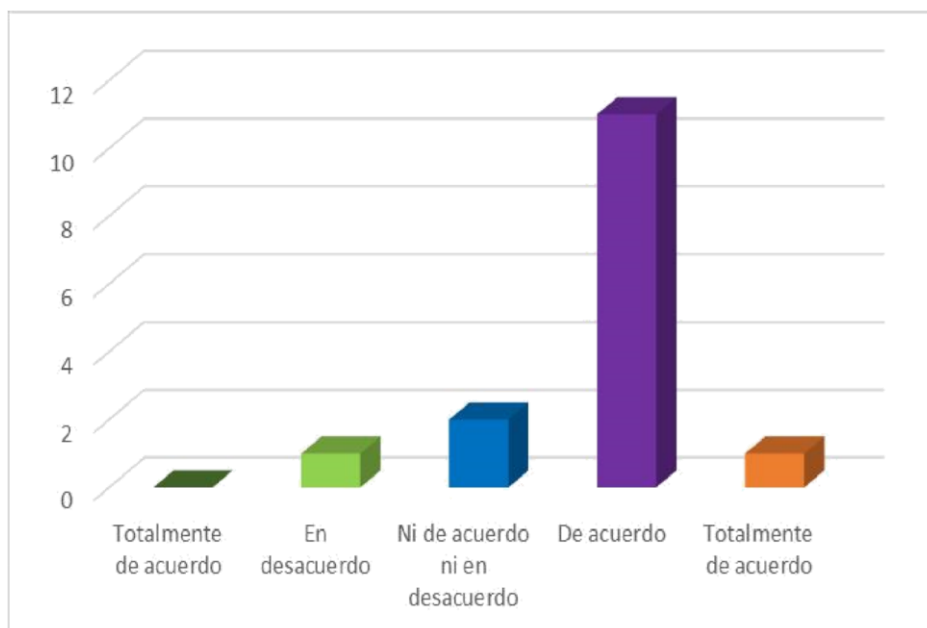


Figura 3: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 2.

Interpretación: Según la tabla 3, se verifica que el 73% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa debe realizar los diagnósticos periódicamente por cada área. Esto nos indica que el encuestado está de acuerdo para el avance de la empresa.

Tabla 4

La empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	27
Totalmente de acuerdo	11	73
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

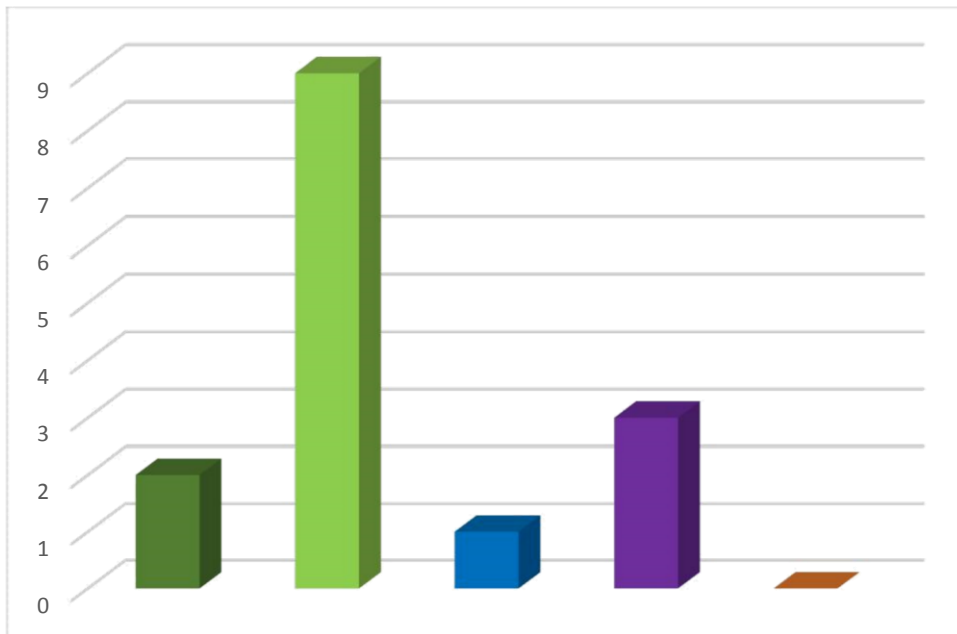


Figura 4: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 3.

Interpretación: Según la tabla 4, se verifica que el 73% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente. Esto indica que los encuestados están de acuerdo que nuestros clientes son fundamentales en la empresa.

Tabla 5

Una empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el

mercado

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	6	40
Totalmente de acuerdo	9	60
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

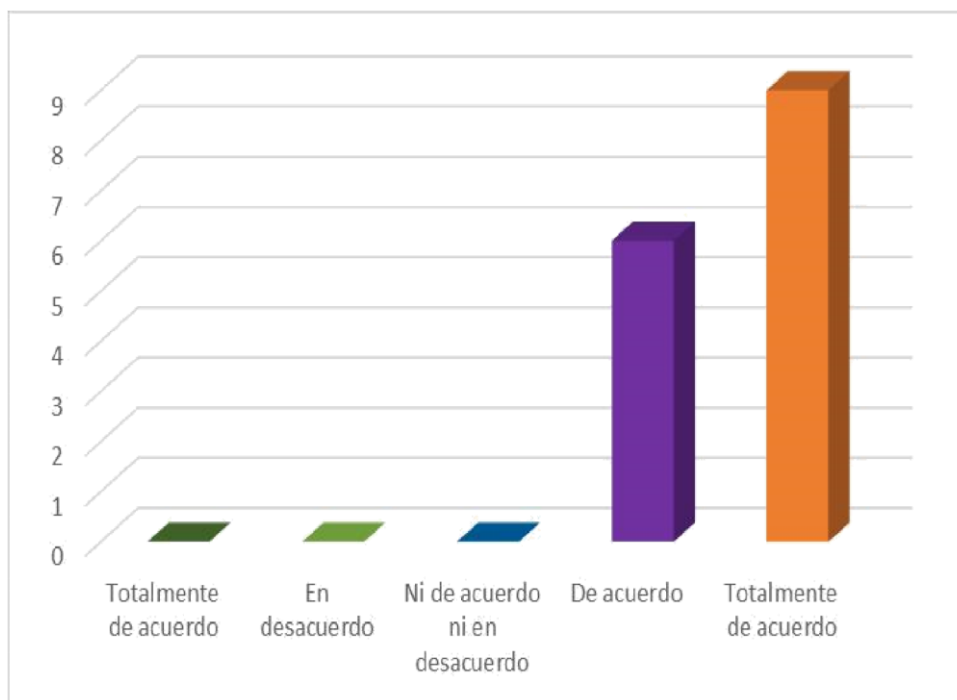


Figura 5: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 4.

Interpretación: Según la tabla 5, se verifica que el 60% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado. Esto indica que los encuestados creen que es necesario aplicar las mejores estrategias para competir el mercado.

Tabla 6

Uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	9	60
Totalmente de acuerdo	6	40
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

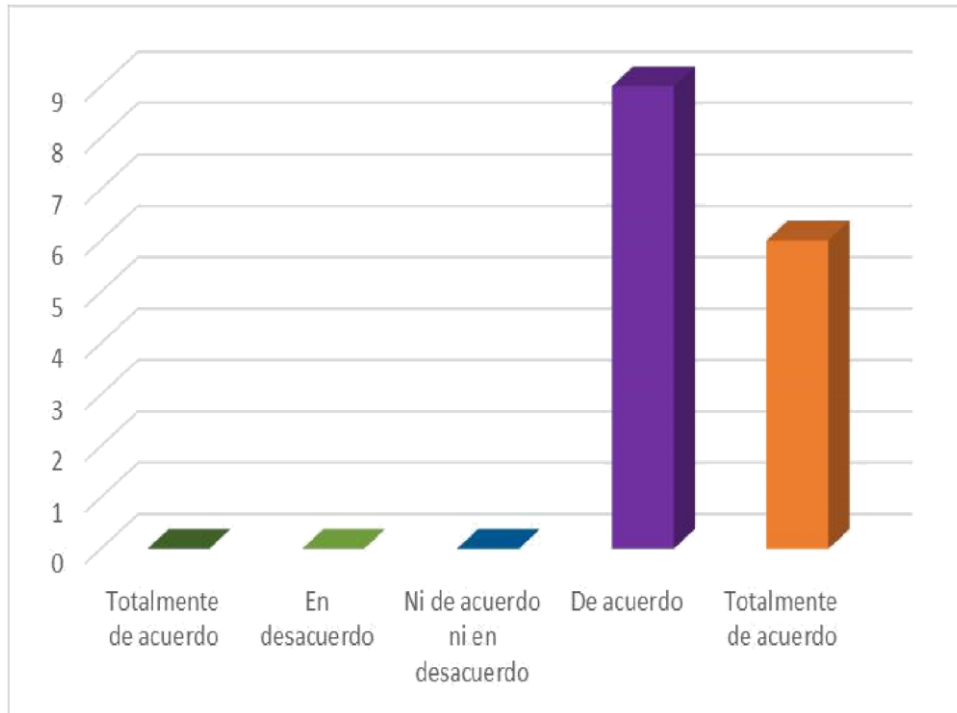


Figura 6: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 5.

Interpretación: Según la tabla 6, se verifica que el 60% de los encuestados están de acuerdo que la empresa debe tener en cuenta que uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad. Para mejoramiento de la empresa y sus trabajadores.

Tabla 7

En una empresa es importante contar con liquidez

Indicador	Frecuencia	
	<u>N</u>	<u>%</u>
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	1	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	10	67

Totalmente de acuerdo 4 27

Total 15

100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

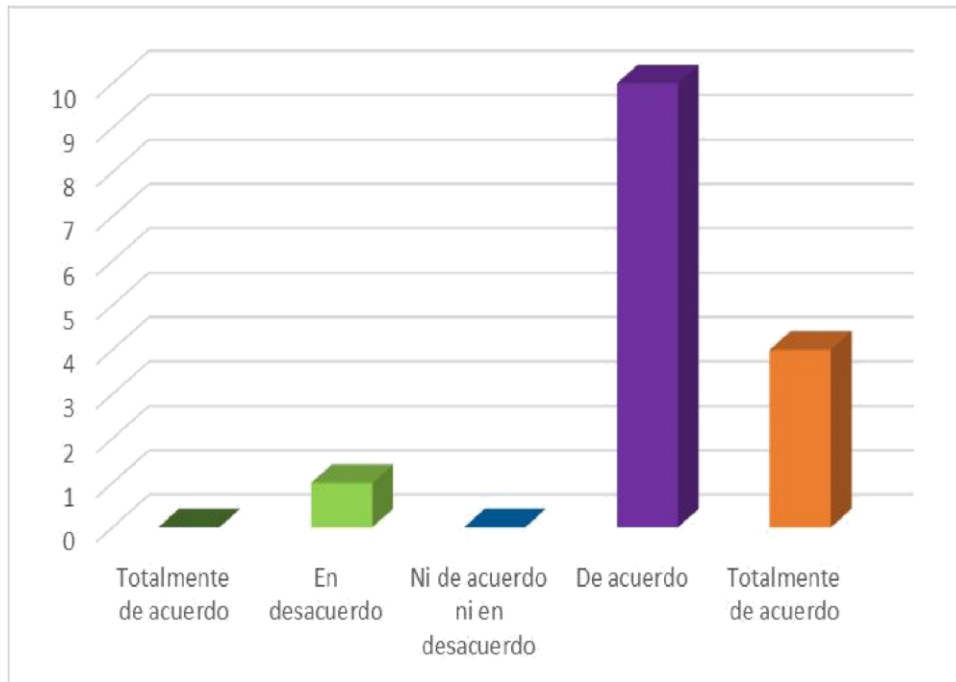


Figura 7: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 6.

Interpretación: Según la tabla 7, se verifica que el 67% de los encuestados están de acuerdo que la empresa debe contar con liquidez, para poder lograr los objetivos plasmados en la empresa.

Tabla 8

El buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa.

Indicador		Frecuencia	
		N	%
Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7
De acuerdo	De acuerdo	7	47

Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	7	47
Total		15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

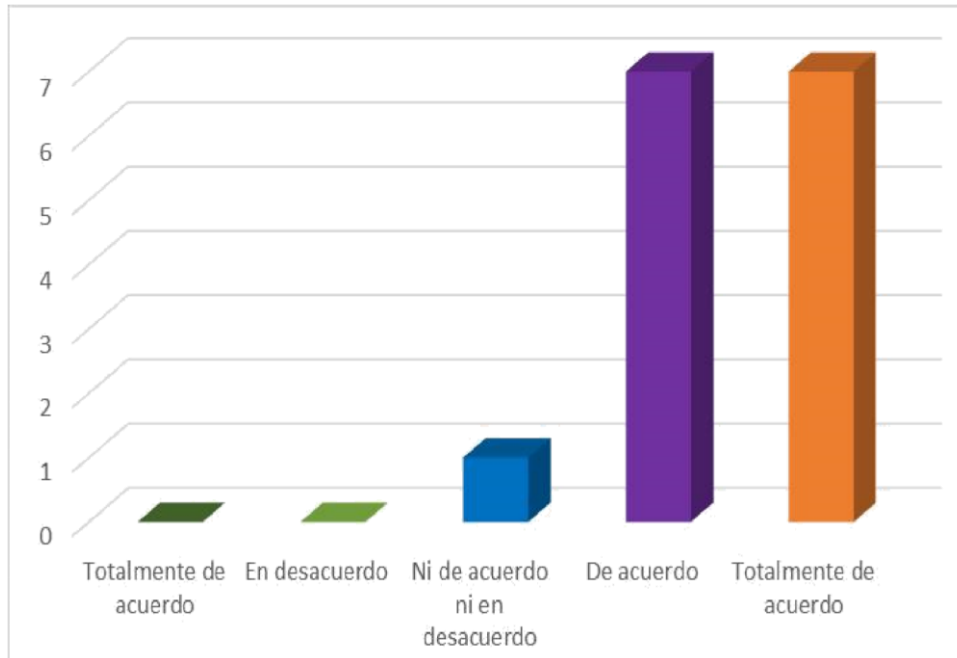


Figura 8: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 7.

Interpretación: Según la tabla 8, se verifica que el 47% de los encuestados están totalmente de acuerdo que el buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa. Quiere decir que los encuestados saben los que es un buen funcionamiento organizacional.

Tabla 9

No es relevante la información exacta en la empresa

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	2	13
En desacuerdo	9	60

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7
De acuerdo	3	20
Totalmente de acuerdo	0	0
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

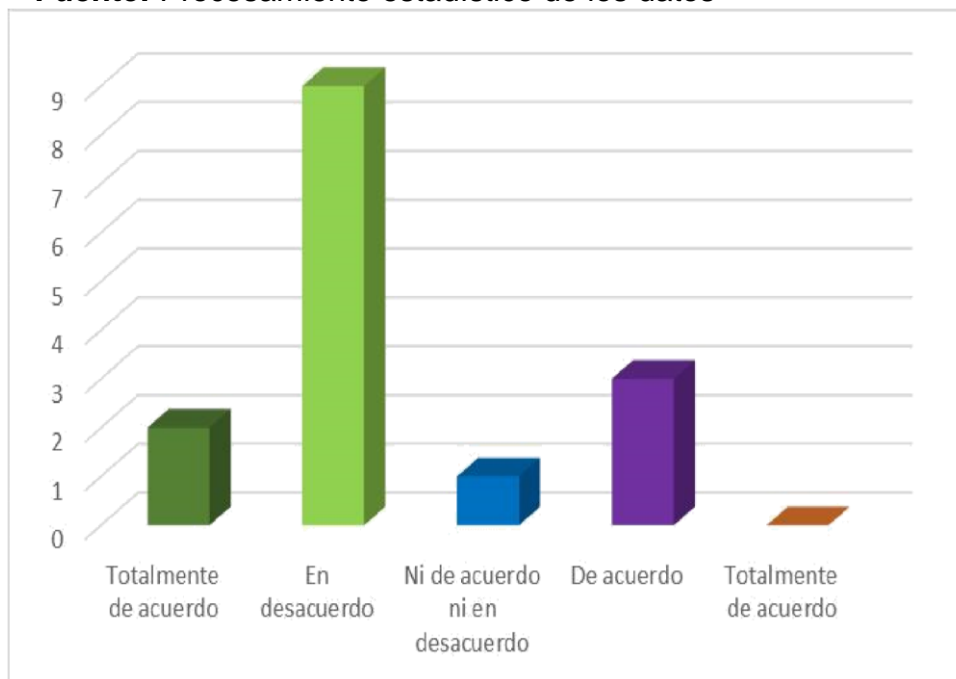


Figura 9: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 8.

Interpretación: Según la tabla 9, se verifica que el 60% de los encuestados están en desacuerdo que no es relevante la información exacta en la empresa. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante contar con la información exacta de la empresa para mejorar la comunicación y el buen funcionamiento en la empresa.

Tabla 10

La información de la empresa debe de revisarse constantemente

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	1	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13
De		

acuerdo	8	53
Totalmente de acuerdo	4	27
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

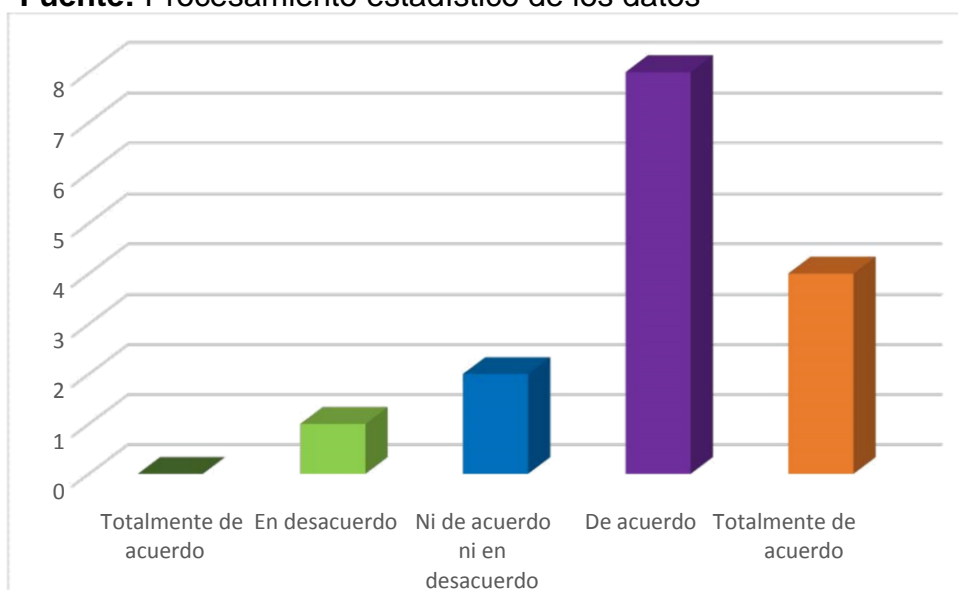


Figura 10: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 9.

Interpretación: Según la tabla 10, se verifica que el 53% de los encuestados están de acuerdo que la información de la empresa debe de revisarse constantemente, para que no halla conflictos dentro de la empresa. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante hacer una verificación constante de los documentos de la empresa.

Tabla 11

Los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada

Indicador	Frecuencia	
	<u>N</u>	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	3	20

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	27
De acuerdo	8	53
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100</u>

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

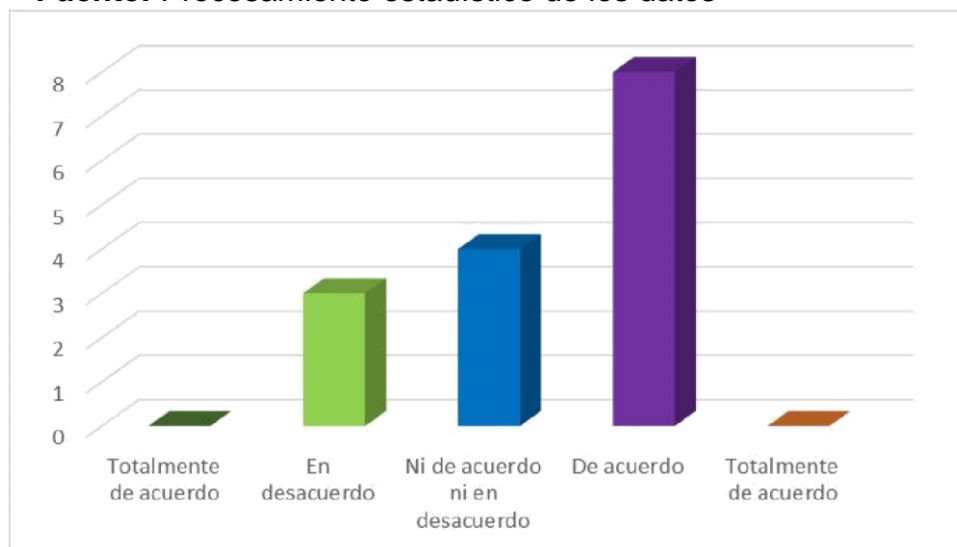


Figura 11: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 10.

Interpretación: Según la tabla 11, se verifica que el 53% de los encuestados están de acuerdo que los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada que la información de la empresa. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante hacer una verificación constante de los documentos de la empresa.

Tabla 12

Los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	1	7

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7
De acuerdo	12	80
Totalmente de acuerdo	1	7
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

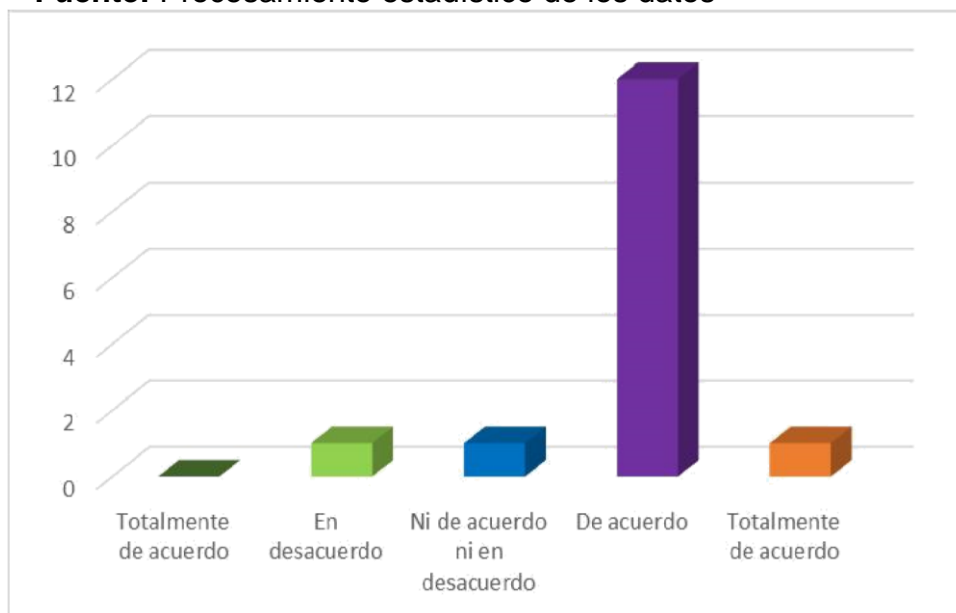


Figura 12: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 11.

Interpretación: Según la tabla 12, se verifica que el 80% de los encuestados están de acuerdo que los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante que los indicadores de gestión debe estar en el momento que se solicita ya sea para un préstamo financiero u otra actividad dentro de la empresa.

Tabla 13

Los indicadores de gestión deben ser priorizados

Indicador	Frecuencia	
	N	%

Totalmente de acuerdo	1	7
En desacuerdo	1	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	27
De acuerdo	6	40
Totalmente de acuerdo	3	20
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

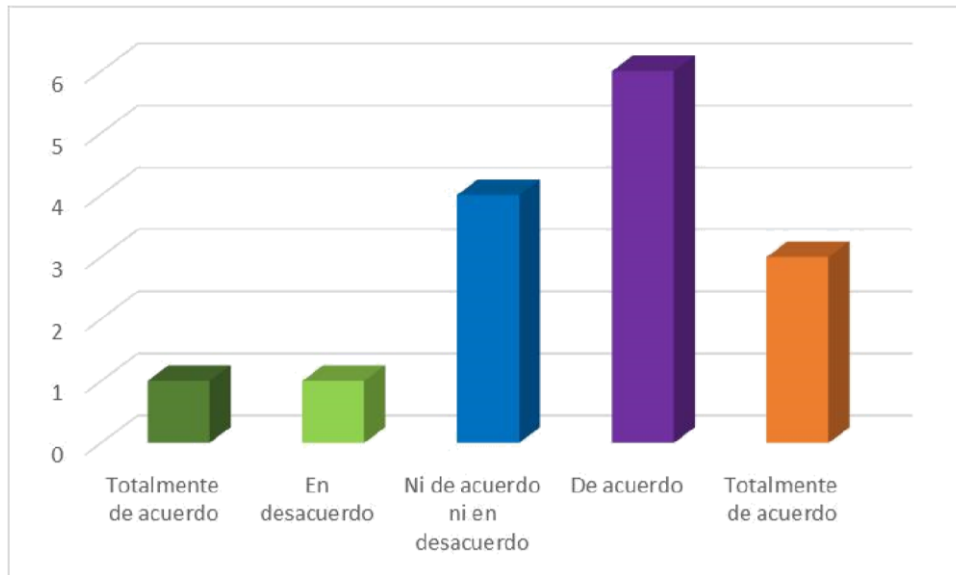


Figura 13: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 12.

Interpretación: Según la tabla 13, se verifica que el 40% de los encuestados están de acuerdo que los indicadores de gestión deben ser priorizados ante una situación determinada. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante que los indicadores de gestión debe estar en el momento que se solicita ya sea para un préstamo financiero u otra actividad dentro de la empresa.

Tabla 14

No es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa.

Frecuencia

Indicador	N	%
Totalmente de acuerdo	4	27
En desacuerdo	8	53
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	1	7
Totalmente de acuerdo	2	13
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

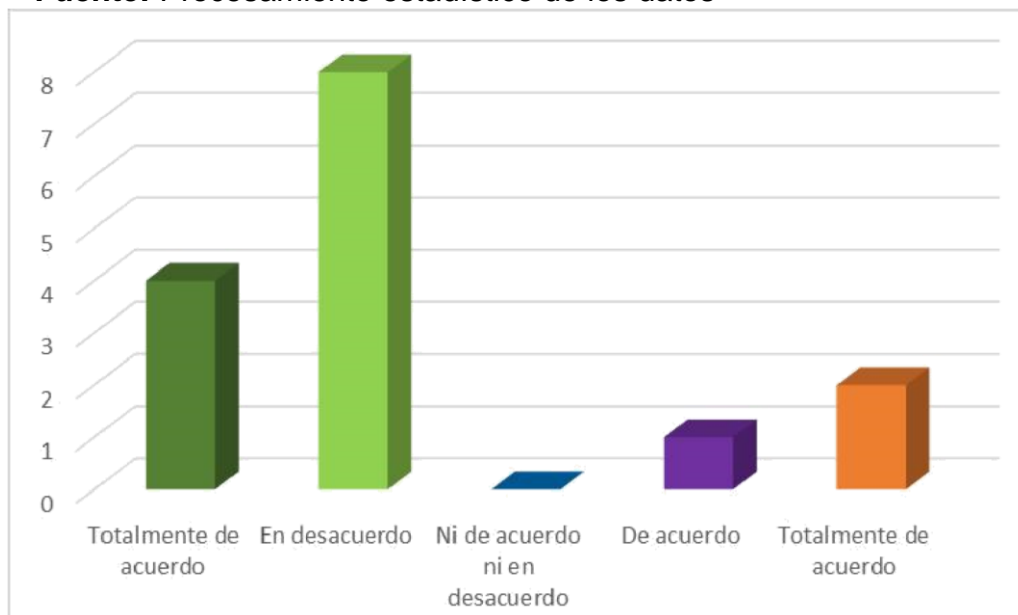


Figura 14.Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 13.

Interpretación: Según la tabla 14, se verifica que el 53% de los encuestados están en desacuerdo que no es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa. Quiere decir que los encuestados entienden que son importantes los resultados financieros dentro de la empresa ya que nos permitirá ver donde está fallando y poder mejorar las actividades de la empresa.

Tabla 15

El balance general refleja la situación económica financiera de toda organización

Indicador	Frecuencia
-----------	------------

		N	%
Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	De acuerdo	9	60
Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	6	40
Total		15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

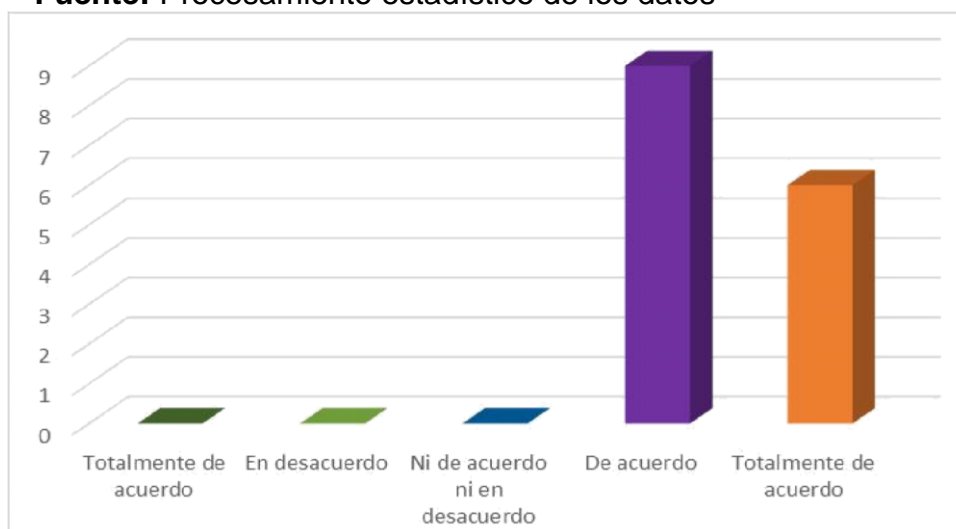


Figura 15: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 14.

Interpretación: Según la tabla 15, se verifica que el 60% de los encuestados están de acuerdo que el balance general refleja la situación económica financiera de toda organización. Quiere decir que los encuestados tienen claro que dentro de toda la documentación que se maneja uno de ellos son los estados de resultado de la empresa donde va reflejar el movimiento económico y situación en la que se encuentra la empresa, si refleja ganancias o pérdidas.

Tabla 16

Es importante contar con recurso humano calificado

Indicador	Frecuencia	
	<u>N</u>	<u>%</u>
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	1	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	3	20
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>11</u>	<u>73</u>
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

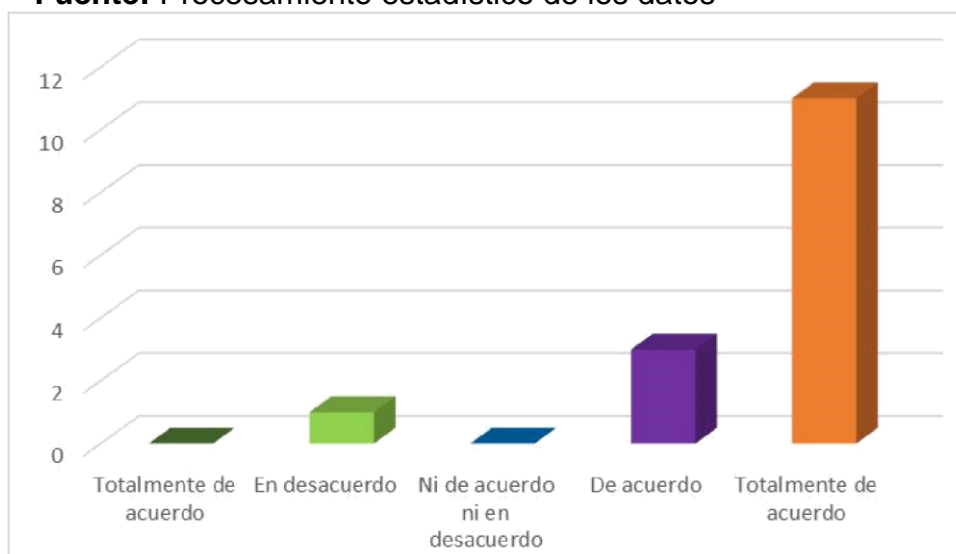


Figura 16: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 15.

Interpretación: Según la tabla 16, se verifica que el 73% de los encuestados están totalmente de acuerdo que es importante contar con recurso humano calificado. Quiere decir que los encuestados tienen entendido que para el buen manejo y funcionamiento en una organización tienen que contar con el personal calificado.

Tabla 17

El capital que cuenta la empresa debe circular para general ingresos

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	9	60
Totalmente de acuerdo	6	40
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

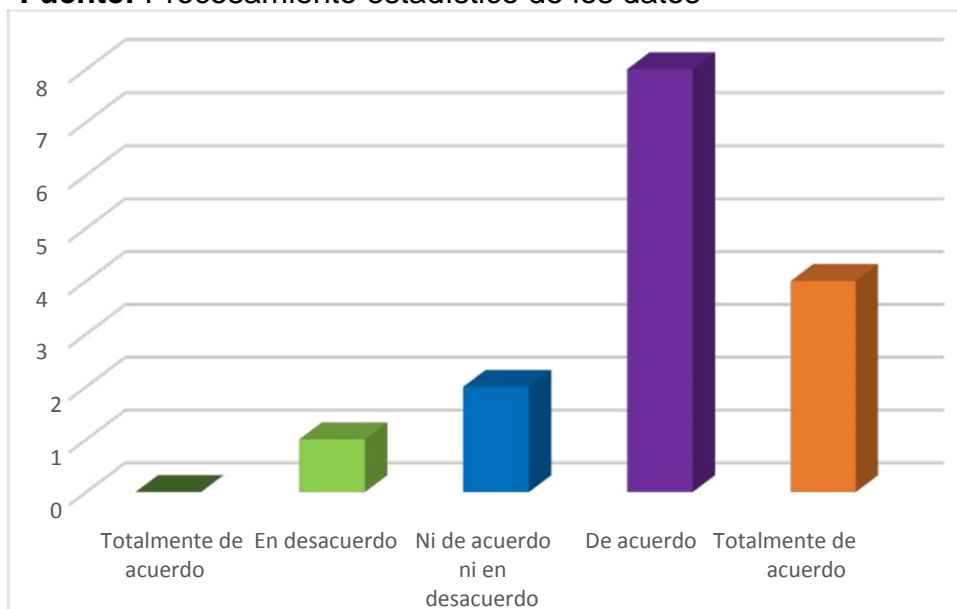


Figura 17: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 16.

Interpretación: Según la tabla 17, se verifica que el 60% de los encuestados están de acuerdo que el capital que cuenta la empresa debe circular para generar ingresos. Quiere decir que los encuestados tienen claro que el capital de la empresa debe estar en constante movimiento económico para generar ingresos en beneficio de la organización.

Tabla 18

El uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización

Indicador	Frecuencia	
	<u>N</u>	<u>%</u>
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7
De acuerdo	9	60
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>5</u>	<u>33</u>
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

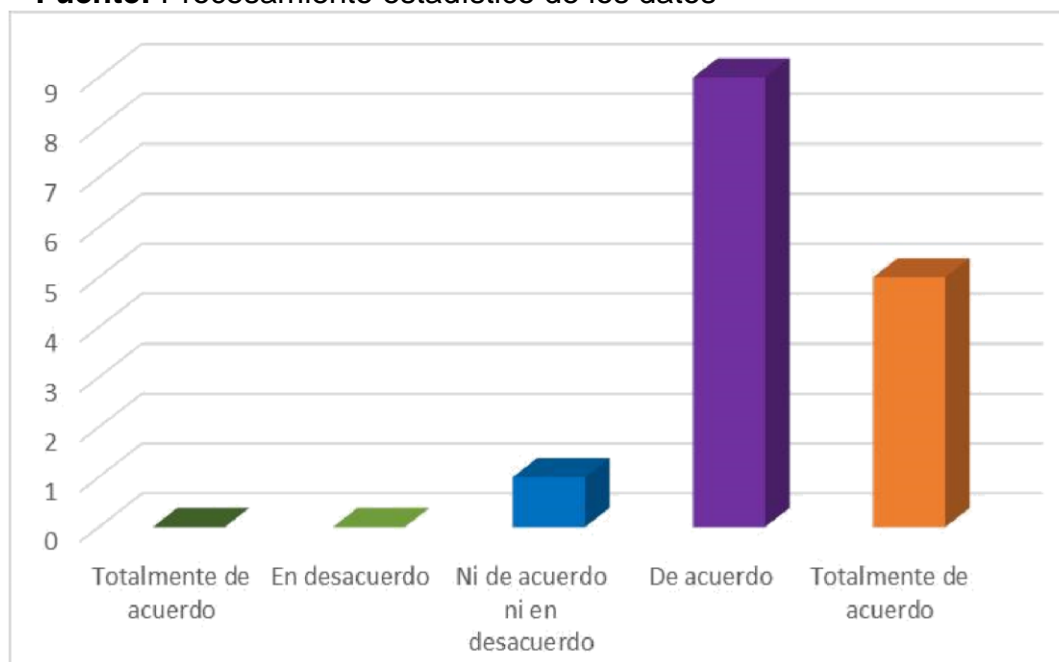


Figura 18: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 17

Interpretación: Según la tabla 17, se verifica que el 60% de los encuestados están de acuerdo que el uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización. Quiere decir que los encuestados tienen claro que estar al día con la tecnología el trabajo realizado en la empresa se hará con eficacia y eficiencia.

Tabla 19

Para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual en su empresa

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	33
De acuerdo	8	53
Totalmente de acuerdo	2	13
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

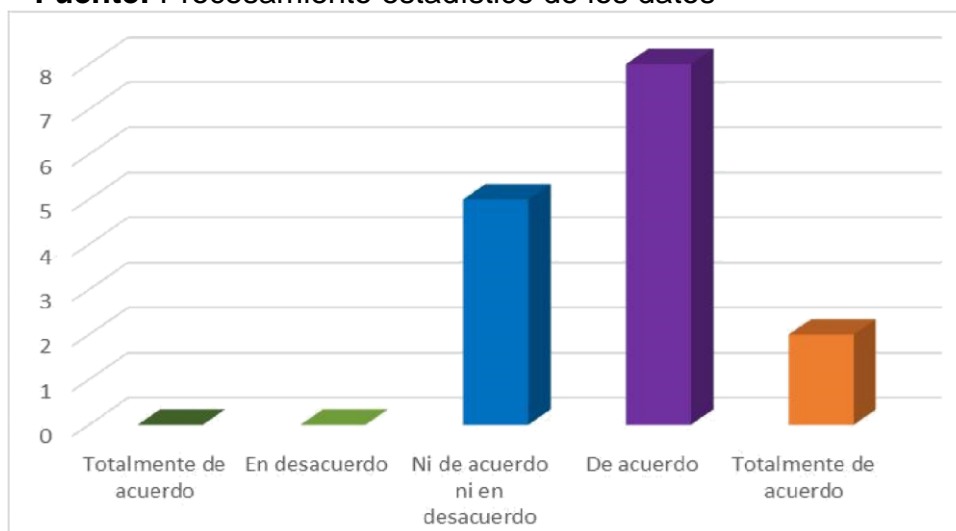


Figura 19: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 18

Interpretación: Según la tabla 19, se verifica que el 53% de los encuestados están

de acuerdo que para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual en su empresa. Quiere decir que los encuestados entienden que si lo planificado durante el año no dio buenos resultados económicos y ven por bien hacer una nueva planificación de trabajo para mejorar el rendimiento económico de la empresa.

Tabla 20

La falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes

Indicador		Frecuencia	
		N	%
Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	En desacuerdo	2	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13
De acuerdo	De acuerdo	6	40
Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	5	33
Total		15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

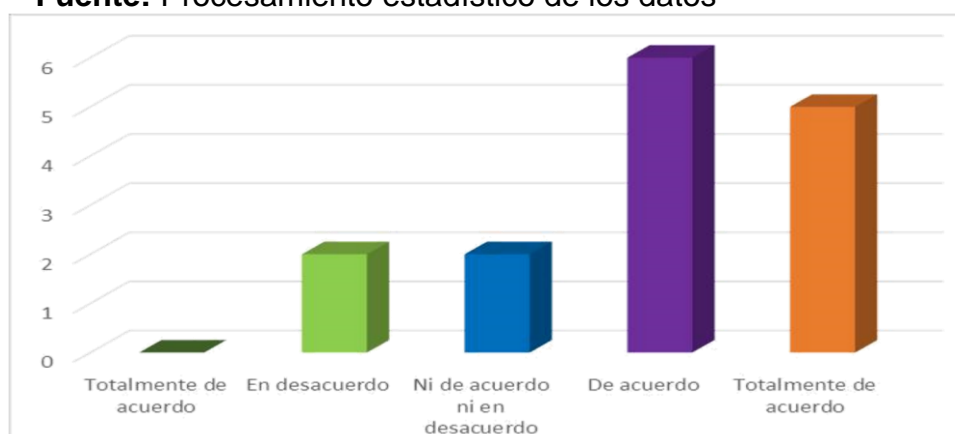


Figura 20: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 19

Interpretación: Según la tabla 20, se verifica que el 40% de los encuestados están de acuerdo que la falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes para mejorar sus ingresos financieros. Quiere decir que los encuestados entienden que si es importante capacitar a su personal para brindar un buen servicio al cliente, pero falta concientizar la importancia de este recurso ya que no son conscientes aun lo importante es capacitar al personal para mejorar sus ingresos financieros de la empresa.

Tabla 21

Usted cree que la empresa debería mejorar su imagen institucional

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente de acuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	27
Totalmente de acuerdo	11	73
Total	15	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

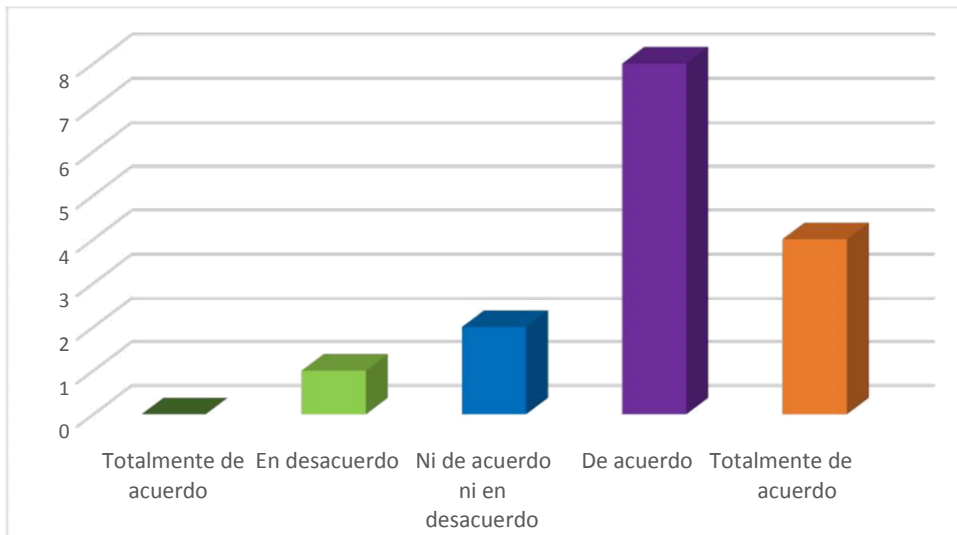


Figura 21: Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 20

Interpretación: Según la tabla 21, se verifica que el 73% de los encuestados están de acuerdo que la empresa debería mejorar su imagen institucional. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que la empresa cuente con una buen imagen para poder captar clientes y generar ingresos.

3.1.2 Resultados en tablas y figuras Pos test.

Tabla 22

Las empresas deben contar con una misión y metas corporativas ara su crecimiento económico.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	3	43
	4	
total	7	100

Totalmente de acuerdo 57

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

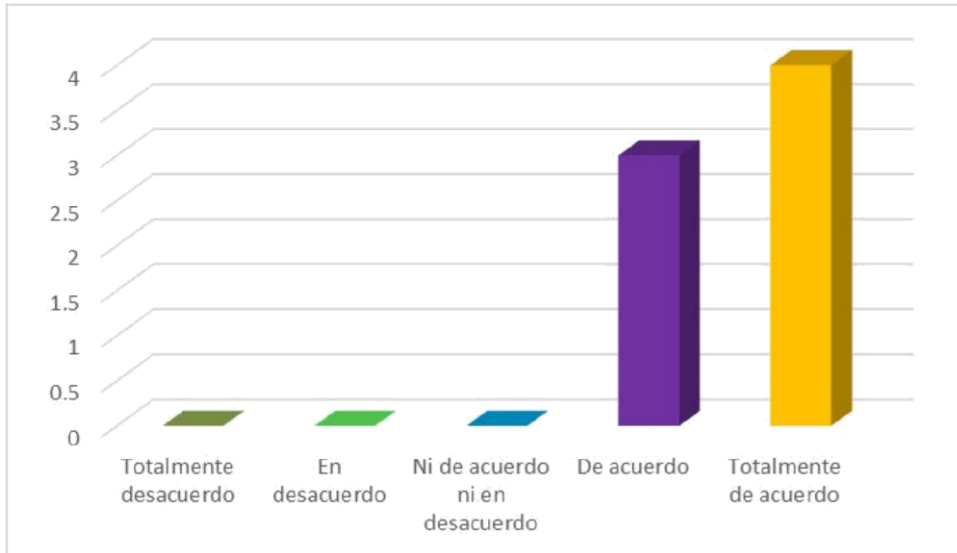


Figura 22. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 1

Interpretación: Según la tabla 22, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la empresa debería contar con una misión y metas corporativas. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que la empresa cuente con una misión y metas corporativas para mejorar su crecimiento económico.

Tabla 23

Los diagnósticos por cada área se deben realizar periódicamente.

Indicador	Frecuencia	
	<u>N</u>	<u>%</u>
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	5	71
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>2</u>	<u>29</u>
<u>total</u>	<u>7</u>	<u>100</u>

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

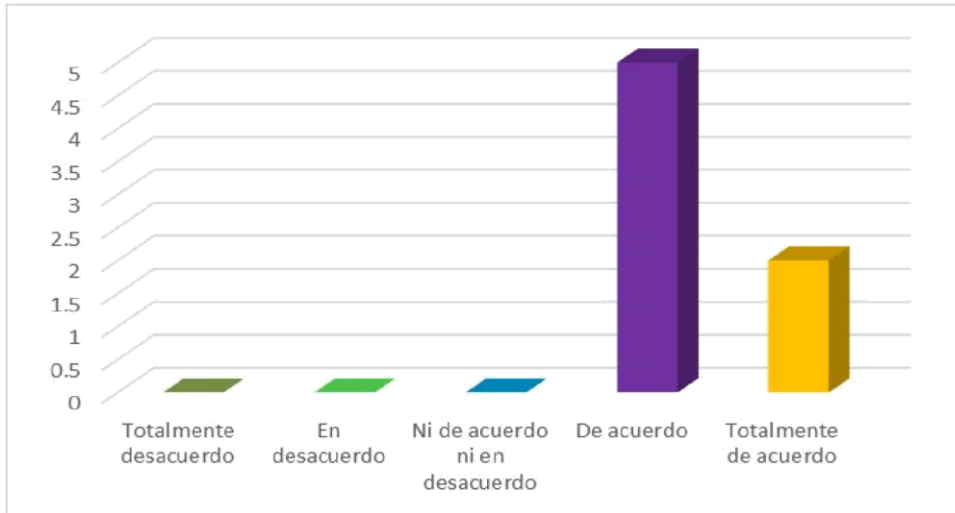


Figura 23. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 2.

Interpretación: Según la tabla 23, se verifica que el 71% de los encuestados están de acuerdo que la empresa debería realizar sus diagnósticos de cada área periódicamente. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que la empresa realice sus diagnósticos por cada área periódicamente.

Tabla 24

La empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	5	71
Totalmente de acuerdo	2	29
total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

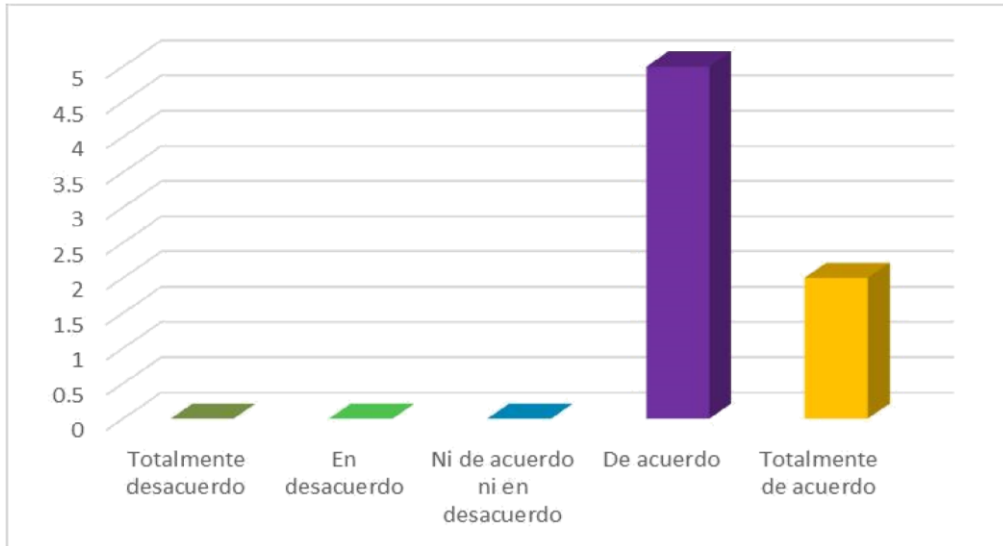


Figura 24. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 3.

Interpretación: Según la tabla 24, se verifica que el 71% de los encuestados están de acuerdo que la empresa debería tener en cuenta las necesidades del cliente. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que la empresa tenga en cuenta las necesidades de sus clientes.

Tabla 25

Una empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en	14	29
De acuerdo	2	29
Totalmente de acuerdo	4	57
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

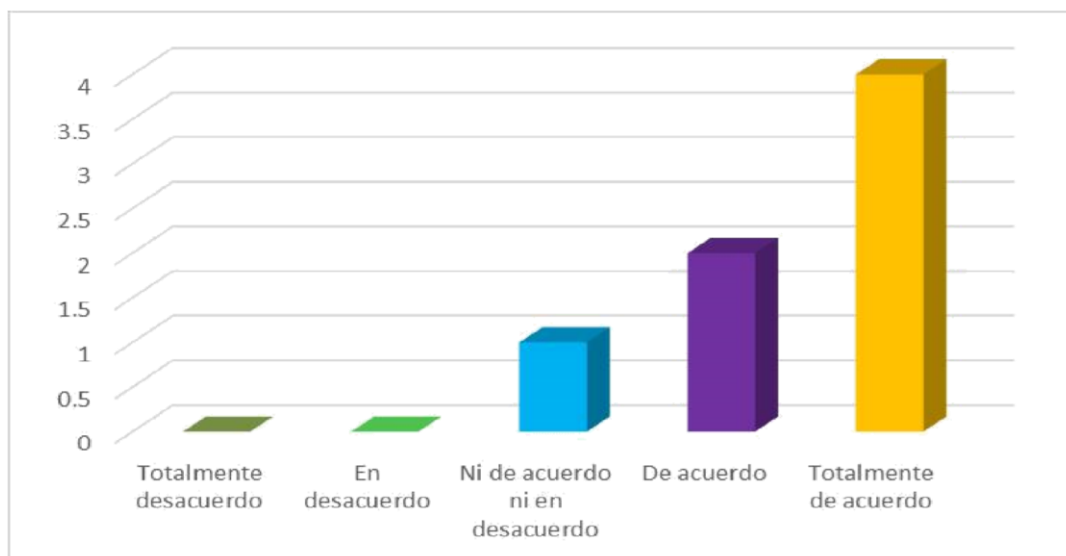


Figura 25. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 4.

Interpretación: Según la tabla 25, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo que una empresa debería implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que para tener un posicionamiento en el mercado hay que implementar buenas estrategias.

Tabla 26

Uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	14
De acuerdo	2	29
Totalmente de acuerdo	4	57

Total	7	100
-------	---	-----

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

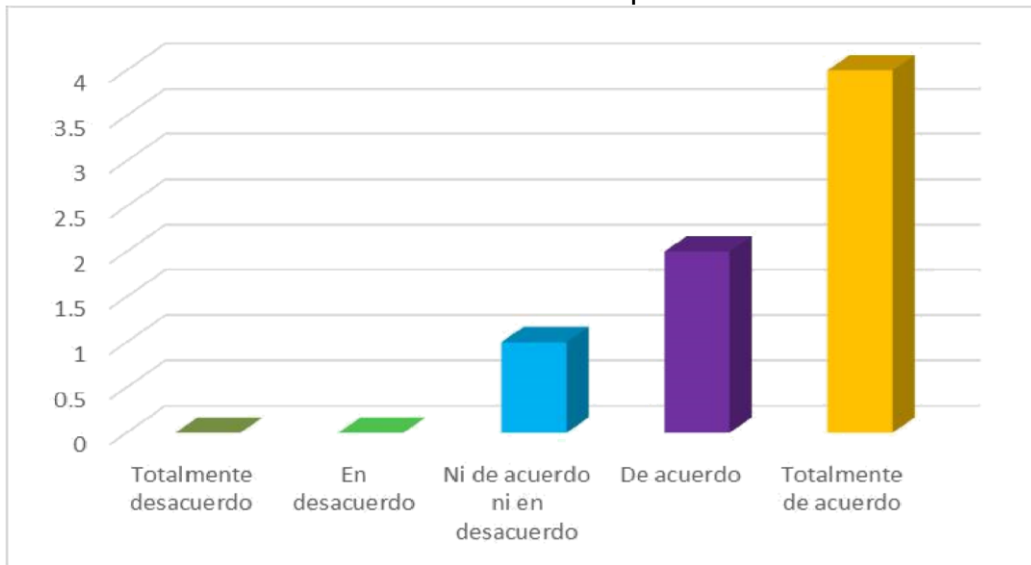


Figura 26. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 5.

Interpretación: Según la tabla 26, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo que uno de los objetivos es tener rentabilidad. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que una empresa tenga rentabilidad para cumplir con uno de sus objetivos.

Tabla 27

En una empresa es importante contar con liquidez.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	14
De acuerdo	4	57
Totalmente de acuerdo	2	29
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

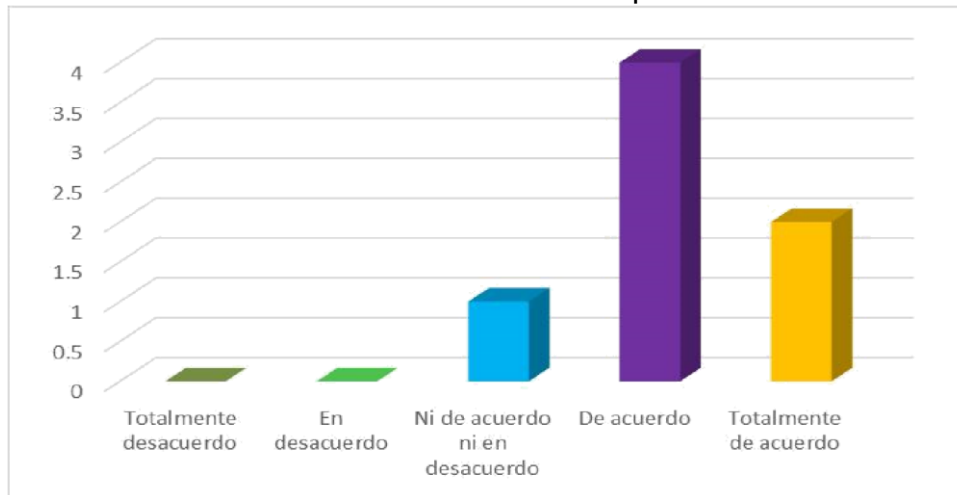


Figura 27. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 6.

Interpretación: Según la tabla 27, se verifica que el 57% de los encuestados están de acuerdo con que es importante que toda empresa debe contar con liquidez.

Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que toda empresa cuente con liquidez.

Tabla 28

El buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	3	43
Totalmente de acuerdo	4	57
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

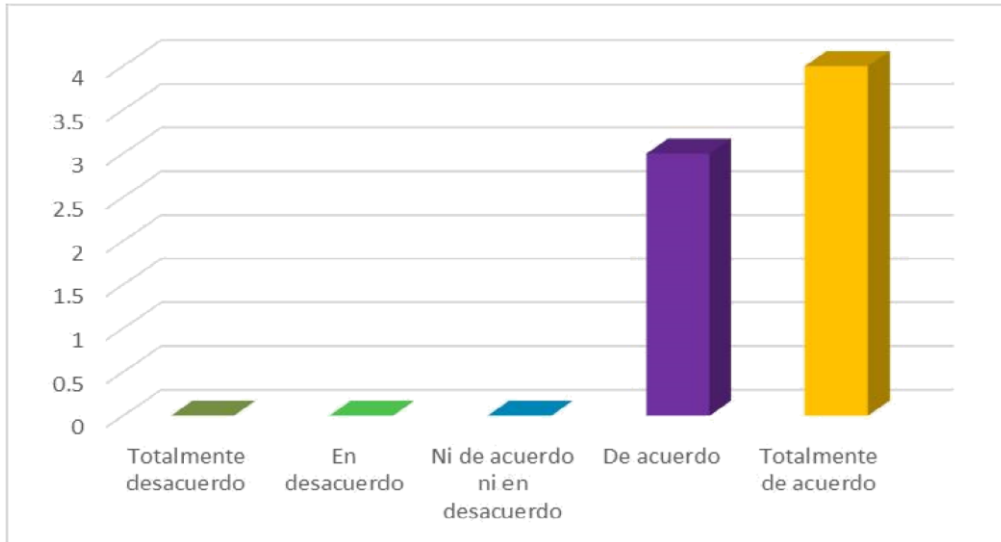


Figura 28. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 7.

Interpretación: Según la tabla 28, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante el buen funcionamiento organizacional para la toma de decisiones.

Tabla 29

No es relevante la información exacta de la empresa.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	1	14
En desacuerdo	5	71
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	1	14
Totalmente de acuerdo	0	0
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

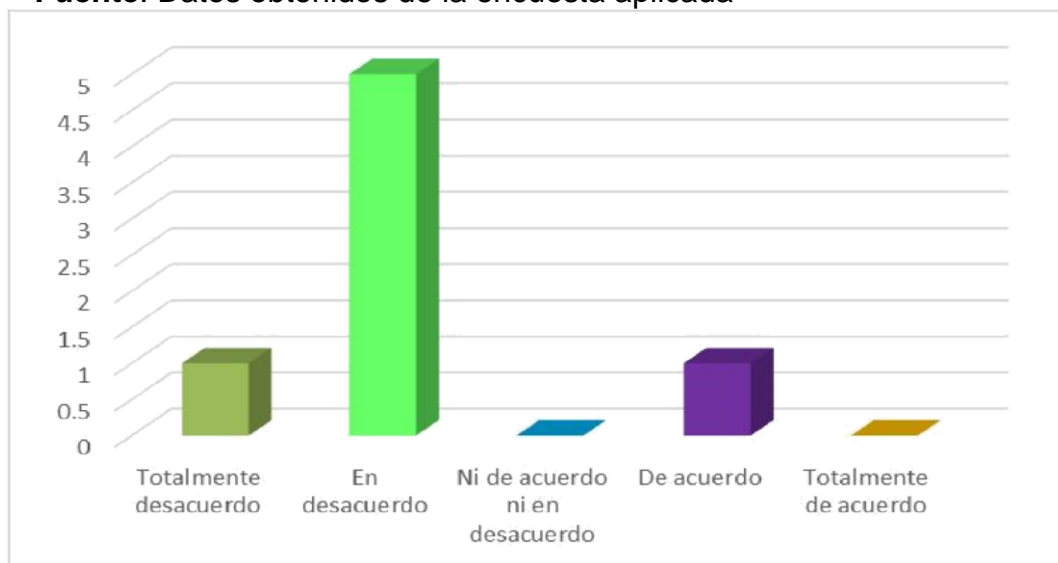


Figura 29. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 8.

Interpretación: Según la tabla 29, se verifica que el 71% de los encuestados están en desacuerdo con que no es relevante la información exacta en la empresa. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es relevante la información de la empresa.

Tabla 30 La información de la empresa debe de revisarse constantemente.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	57
Totalmente de acuerdo	3	43
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

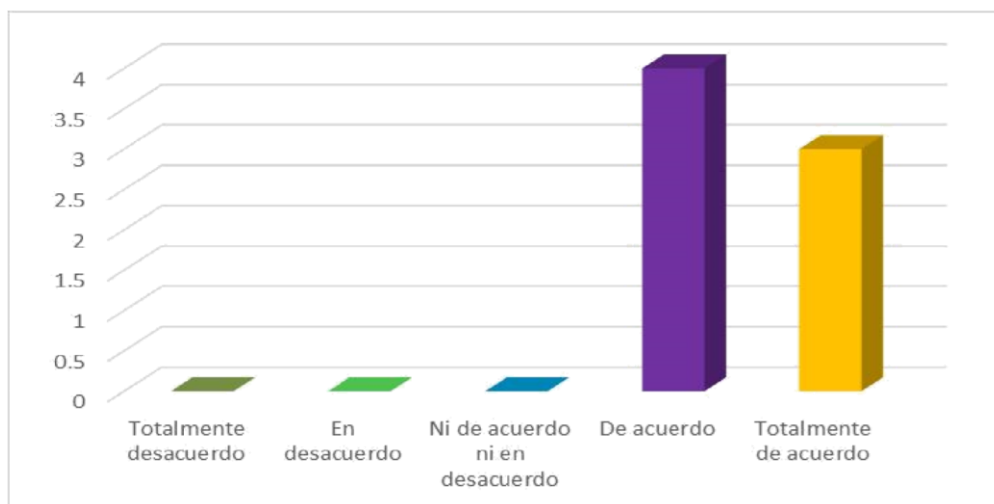


Figura 30. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 9.

Interpretación: Según la tabla 30, se verifica que el 57% de los encuestados están de acuerdo con que hay que revisar constantemente la información de una empresa. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante revisar contantemente la información de la empresa.

Tabla 31

Los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	14
De acuerdo	5	71
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>1</u>	<u>14</u>
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>100</u>

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

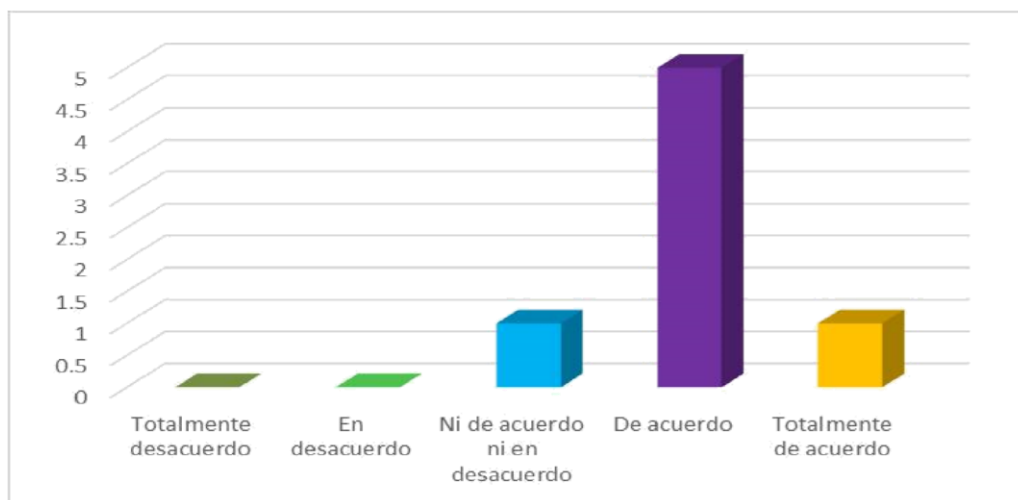


Figura 31. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 10.

Interpretación: Según la tabla 31, se verifica que el 71% de los encuestados están de acuerdo con que los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que cada cierto tiempo hay que plantear nuevos indicadores de gestión para la buena marcha de la empresa.

Tabla 32

Los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	14
De acuerdo	5	71
Totalmente de acuerdo	2	29
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

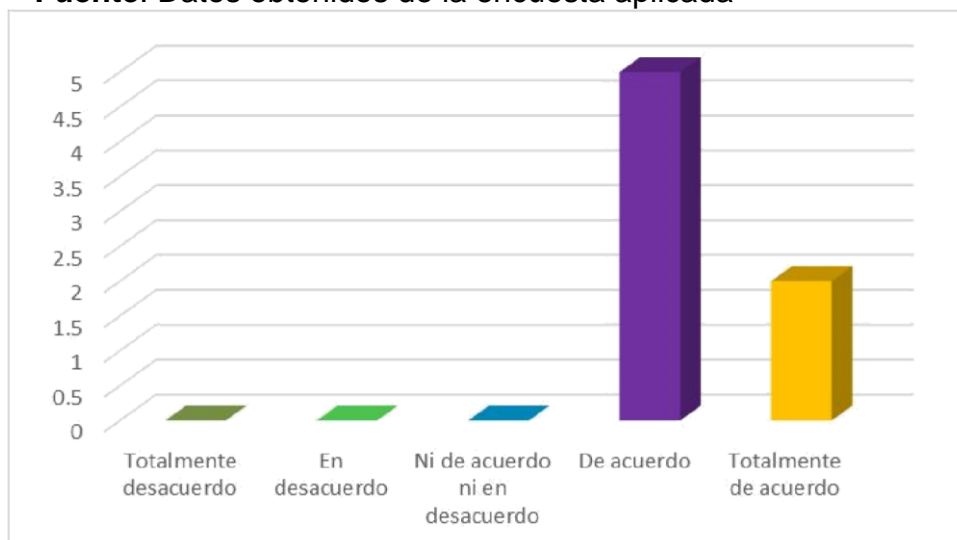


Figura 32. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 11.

Interpretación: Según la tabla 32, se verifica que el 71% de los encuestados están de acuerdo con que los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante con que los indicadores de gestión deben ser oportunos ante cualquier situación determinada.

Tabla 33

Los indicadores de gestión deben ser priorizados.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	5	71
Totalmente de acuerdo	2	29
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

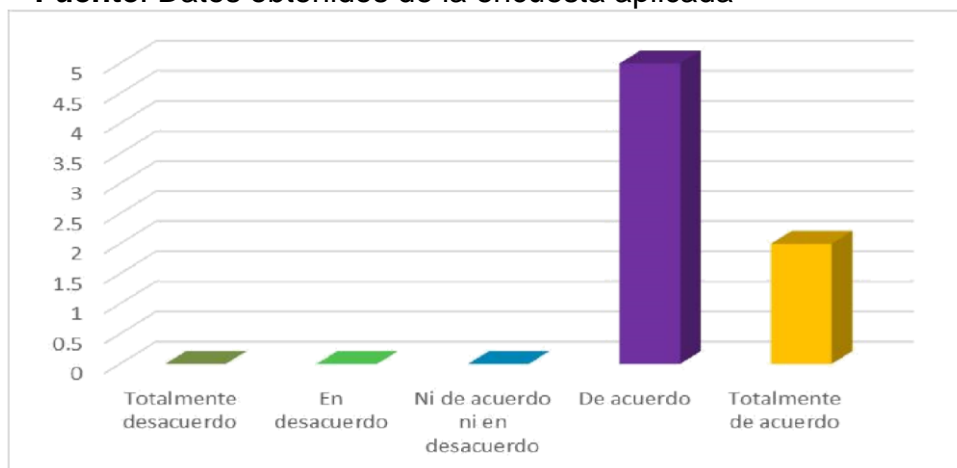


Figura 33. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 12.

Interpretación: Según la tabla 33, se verifica que el 71% de los encuestados están de acuerdo con que los indicadores de gestión deben ser priorizados. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante con que los indicadores de gestión deben ser priorizados para poder ayudar ante una situación que presente la empresa.

Tabla 34

No es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	2	29
En desacuerdo	5	71
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	0	0

Total	7	100
-------	---	-----

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada



Figura 34. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 13.

Interpretación: Según la tabla 34, se verifica que el 71% de los encuestados están en desacuerdo con que no es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante con que tomar los resultados finales de una empresa para poder reorientar los objetivos de la misma.

Tabla 35

El balance general refleja la situación económica, financiera de toda organización.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	57

Totalmente de acuerdo	3	43
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada



Figura 35. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 14.

Interpretación: Según la tabla 35, se verifica que el 57% de los encuestados están en de acuerdo con que el balance general refleja la situación económica, financiera de toda organización. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante con que el balance general refleja la situación económica, financiera de toda organización; a través de este podemos ver como se encuentra nuestra empresa y en que debemos mejorar.

Tabla 36

Es importante contar con recurso humano calificado.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0

De acuerdo	3	43
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>4</u>	<u>57</u>
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>100</u>

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

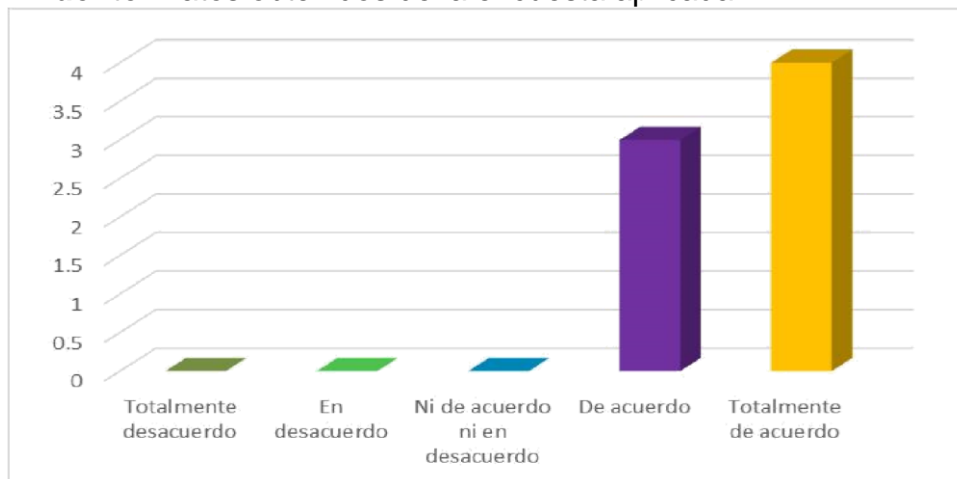


Figura 36. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 15.

Interpretación: Según la tabla 36, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que es importante contar con recurso humano calificado. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que una empresa debe contar con personal competente y así poder cubrir las expectativas de nuestros clientes.

Tabla 37

El capital que cuenta la empresa debe circular para generar ingresos.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en		

desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	57
Totalmente de acuerdo	3	43
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

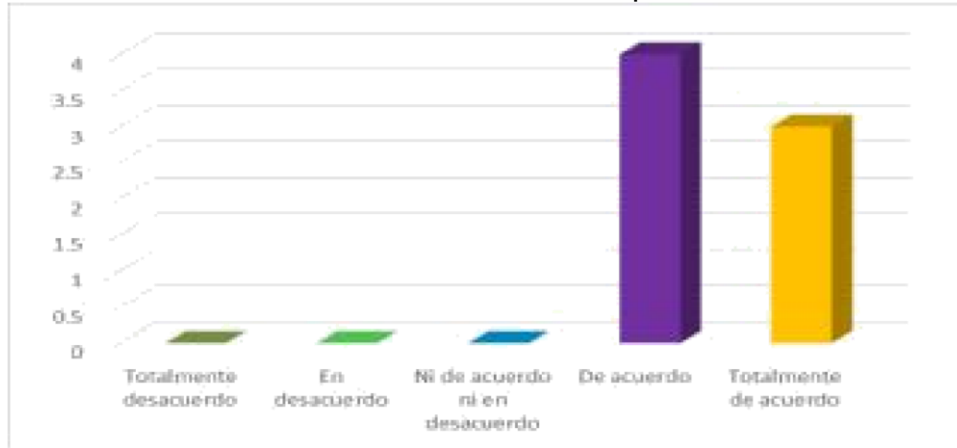


Figura 37. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 16.

Interpretación: Según la tabla 37, se verifica que el 57% de los encuestados están de acuerdo con que es importante que el capital que cuenta una empresa debe circular para generar ingresos. Quiere decir que la mayoría de los encuestados entienden que si es importante que el capital con que cuenta una empresa debe circular para generar ingresos.

Tabla 38

El uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización.

Indicador	Frecuencia	
	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0

En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	2	29
Totalmente de acuerdo	5	71
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

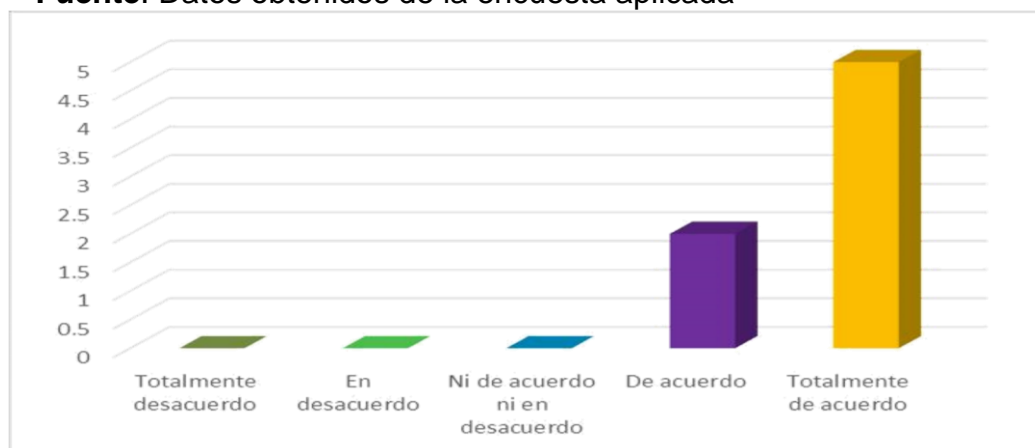


Figura 38. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 17.

Interpretación: Según la tabla 38, se verifica que el 71% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que es importante que toda empresa debe contar con tecnología actualizada.

Esto quiere decir que la mayoría de encuestados entienden que toda empresa debe contar con la más alta tecnología actualizada para poder competir en el mercado y cubrir las expectativas de sus clientes.

Tabla 39

Para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual en su empresa.

Indicador	Frecuencia
-----------	------------

	N	%
Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	4	57
Totalmente de acuerdo	3	43
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

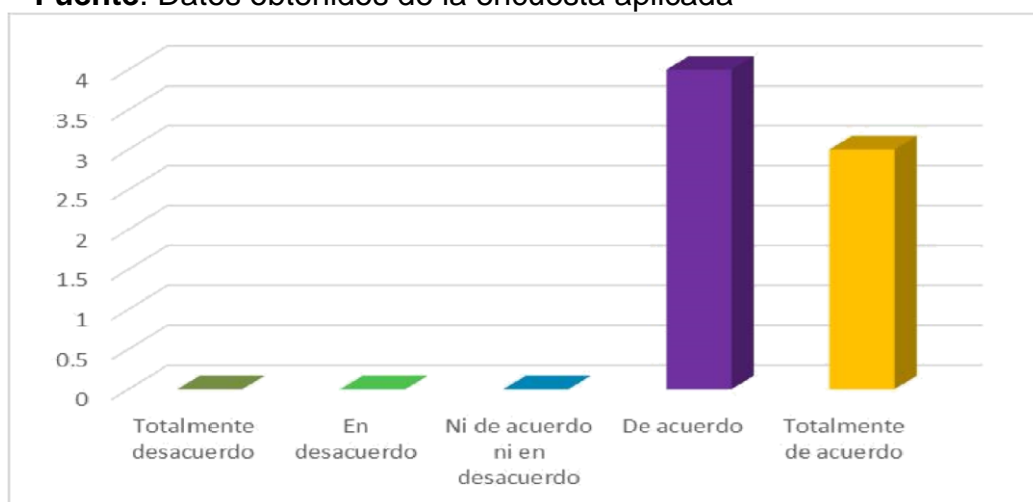


Figura 39. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 18.

Interpretación: Según la tabla 39, se verifica que el 57% de los encuestados están de acuerdo con que es importante que para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual en su empresa.

Esto quiere decir que la mayoría de encuestados entienden que toda empresa para mejorar sus ingresos financieros se debe realizar una nueva planificación anual.

Tabla 40

La falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes.

Indicador	Frecuencia	
	N	%

Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	1	14
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>6</u>	<u>86</u>
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>100</u>

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

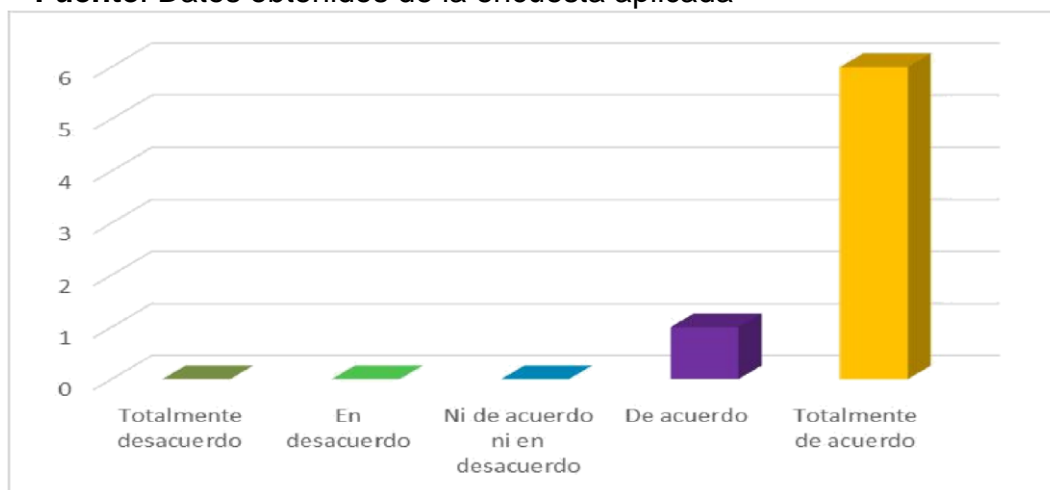


Figura 40. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 19.

Interpretación: Según la tabla 40, se verifica que el 86% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la falta de capacitación a los trabajadores hace que la empresa no capte más clientes.

Esto quiere decir que la mayoría de encuestados entienden que para captar más clientes los empleadores deben realizar capacitaciones constantes a sus trabajadores para que ellos puedan transmitir la mejor atención a sus clientes.

Tabla 41 Usted Cree que la empresa debería mejorar su imagen institucional.

Indicador	Frecuencia	
	N	%

Totalmente desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	3	43
Totalmente de acuerdo	4	57
Total	7	100

Fuente. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

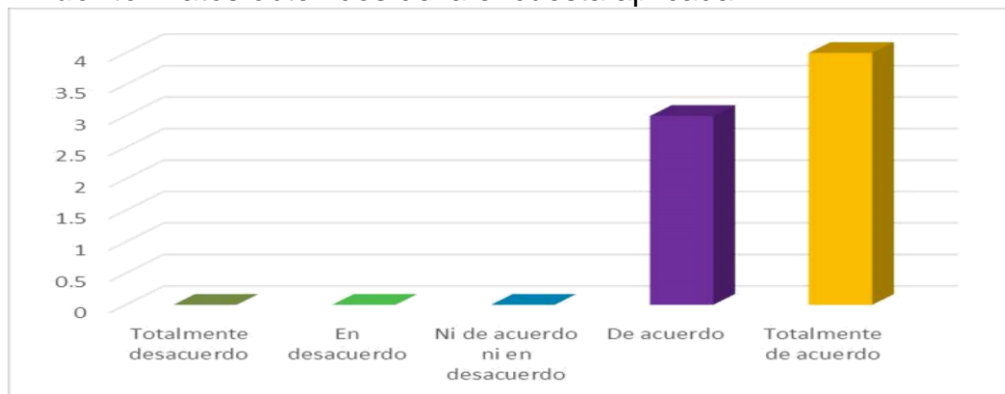


Figura 41. Total de porcentaje respuestas del encuestado de la pregunta 20.

Interpretación: Según la tabla 41, se verifica que el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la empresa debe mejorar su imagen institucional. Esto quiere decir que la mayoría de encuestados entienden que el ambiente de una empresa debe ser acogedor y alegre para que los clientes se sientan en confianza y así poder atraerlos.

Tabla 42

Prueba t para medias de dos muestras emparejadas

	<u>PRE TEST POS TEST</u>	
Media	78.85714286	86.42857143
Varianza	25.14285714	24.95238095
Observaciones	7	7
	-	-
Coefficiente de correlación de Pearson	0.163499281	
Diferencia hipotética de las medias	0	

Grados de libertad	6
	-
Estadístico t	2.623890989
P(T<=t) una cola	0.019690217
Valor crítico de t (una cola)	1.943180281
P(T<=t) dos colas	0.039380434
Valor crítico de t (dos colas)	2.446911851

Fuente. Análisis estadísticos de los datos con Software Excel.

Interpretación. La tabla 42, muestra que la media obtenida en el post test es mayor en 7.57 unidades lo que indica que la aplicación de estrategias financieras ha mejorado significativamente dado que se evidencia en la percepción de los sujetos que se relacionan directamente con el crecimiento económico.

Además la desviación estándar del post test refleja que los datos están menos dispersos en relación a la media por lo que, la estrategia aplicada a mejorado el crecimiento económico de la empresa Representaciones y servicios HJ EIRL. Tiene resultados positivos al enfrentar la realidad problemática de la empresa.

Dado que el P-Valor (0,0196) Es menor que el nivel de significancia (0.05) se rechaza la hipótesis nula(H0) por lo que se acepta la hipótesis alterna (H1) que indica que las estrategias financieras incrementan el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL San Ignacio 2016.

3.2 Discusión de los resultados:

Es la confrontación de los resultados de nuestra investigación en relación a otros realizados con la misma problemática

De acuerdo al estudio realizado por Guzman(2015) en el que manifiesta que la inteligencia emocional no se relaciona en un nivel elevado con el rendimiento

académico, se precisa que lo anterior no se ha reflejado en nuestra investigación debido a que se evidencia en la aplicación de la correlación de Pearson arroja un valor de 0,80.

3.3. Aporte Científico:

El capítulo comprende el detalle de las características y componentes de la aplicación de la metodología para su puesta en marcha.

Propuesta de estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL.



Autores:

CORDOVA CAUCHA, NANCY MARILU

MORALES CALLE, LILIANA JANET

SAN IGNACIO – CAJAMARCA

2017

INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de Estrategias financieras servirá para que la empresa pueda mejorar su gestión financiera, fuentes de financiamiento, composición de sus finanzas, administración estratégica entre otros para lograr un mejor crecimiento económico.

Todas las actividades son desarrolladas en un periodo determinado y que los colaboradores tendrán que seguir adquiriendo nuevos conocimientos e involucrándose de las actividades se medirá y evaluara las metas para lograr el objetivo deseado, nuestra propuesta consta de objetivos, actividades, acciones y recursos.

1 Objetivos

1.1 Objetivo General:

Aplicar estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa Representaciones y servicios HJ EIRL.

2 Diagnostico situacional

2.1 Misión:

Ejecutar nuestro trabajo en estricta sujeción aplicando, una buena administración estratégica y así lograr competir en el mercado con la competencia para ello se busca ampliar el mercado, capacitar a los trabajadores para así poder brindar una buena atención y confort a nuestros clientes.

2.2 Visión.

Dinamizar al sector tele comunicativa de nuestra región tanto del sector público como privado respaldándonos en la capacidad de nuestros profesionales y en el uso de la tecnología, para brindar una buena calidad de atención a nuestros clientes.

2.3 Valores.-

Ética

Profesionalismo

Servicio personalizado

Responsabilidad

Plena adaptación a la necesidad del cliente

Fiel compromiso con el cliente

3 Metodología

A través de la descripción de la realidad se obtuvo información de la problemática presentada en la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. Lo que permitió aplicar nuestras estrategias financieras que es la aplicación de una buena administración estratégica y mediante la aplicación de estas se lograra mayores ganancias que ayudara a que la empresa logre sus objetivos.

4 Medios y materiales

4.1 Materiales

Detalle	Cantidad	VALOR (s/)	Total (s/)
LAPTOP	01	15.00	15.00
USB	01	20.00	20.00
LAPICEROS	05	0.50	2.50
CORRECTOR	01	3.00	3.00
SUB TOTAL			40.50

4.2 Medios

Detalle	Cantidad	Valor (s/)	Total (s/)
INTERNET	2	1.50	3.00
IMPRESION	10	0.50	5.00
FOTOCOPIAS	10	0.09	0.90

REFRIGERIO	1	10.00	10.00
MOVILIDAD	20	1.50	30.00
SUB TOTAL			48.90

5 Sistema de evaluación

Visitas constantes para ver si se está aplicando el análisis externo e interno correctamente.

Monitoreo permanente a los clientes y trabajadores de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. Para ver si están cumpliendo con lo propuesto para el mejoramiento económico de la empresa.

6 Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	ACCIONES	CRONOGRAMA	RECURSOS
Entrevista con el Gerente General de la empresa Representaciones y servicios HJ EIRL.	Coordinación personal con dirigente.	15/11/2016	Encuesta Lapiceros
Ampliar el mercado	Presentar solicitud al Ministerio de Transportes y comunicaciones.	20/11/2016	Internet Laptop
Capacitación al personal.	Repartición de Folletos de estrategias financieras.	30/05/2017	Proyector Laptop Lapiceros

7 Descripción de actividades

A. Actividad N° 01

Entrevista con el Gerente General de empresa

Para la aplicación de nuestras estrategias financieras nos dirigimos a la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL, Previa coordinación para hacerle unas preguntas relacionadas con lo que es estrategias financieras, si es que su personal está capacitado para realizar un buen trabajo, entre otros.

B. Actividad N° 02

Ampliación de Mercado

Formulación de la solicitud

Presentación de documento al Ministerio de transportes y

Comunicaciones (MTC)

C. Actividad N° 03

Capacitación al Personal de la empresa representaciones y Servicios HJ EIRL.

Coordinación con el ponente

Se repartió volantes relacionados con el tema a exponer.

Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

En el momento que se realizó el análisis e interpretación de los resultados hechos en el capítulo IV, se hizo posible dar cumplimiento al objetivo general de la investigación al evaluar las estrategias financieras para impulsar el

crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio. Para ello se dan las siguientes conclusiones.

En relación con el objetivo específico N° 1. Primero se identificó la problemática económica de la empresa Televisora.

- 1.- De acuerdo al estudio existen factores externos no controlables que influyen directamente en las finanzas de las organizaciones, como son los clientes, el entorno político, debilidad del mercado interno, etc.
- 2.- Entonces diremos que los factores externos influyen grandemente en el reaccionar de los consumidores, también los cambios y las alteraciones que se originan en el entorno pueden afectar los ingresos.

Con respecto al objetivo específico N° 2. Se elaboró estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.

1. Se dice que las estrategias financieras de las Pymes deberán estar en relación con el objetivo general. Toda empresa busca obtener ganancias y para lograrlo se aplicaron las siguientes estrategias financieras.

La administración Estratégica. Para lograr tener éxito y beneficios toda empresa debe tener una buena administración estratégica para definir en qué mercado está quienes son sus clientes y con quien compite. Nos enfocamos directamente en el Análisis del ambiente competitivo externo e interno de la organización para identificar oportunidades, amenazas y debilidades.

Con respecto al objetivo específico N° 3. Se aplicó las estrategias

financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.

La propuesta de aplicar estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico en la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL – San Ignacio es reconocer que no se está aplicando una buena administración estratégica para así saber cómo va la empresa. Al aplicar correctamente nos estamos enfocando directamente en lo que es el análisis externo y con eso se detectó el principal problema; que es no contar con un mercado más amplio y para ello se está proponiendo ampliarse, para cubrir lo que es San Ignacio, distritos y parte de Jaén.

Las estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico también abarcan capacitar al personal para así cubrir las expectativas de cada uno de nuestros clientes y al aplicarlo se espera que a un año se obtenga buenos ingresos económicos.

Con respecto al objetivo específico N° 4. Se evaluó los resultados de la aplicación de estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la empresa televisora.

Se demostró que las estrategias aplicadas favor en al crecimiento económico de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio.

Después de aplicar las estrategias financieras el valor de la prueba T de Student para la diferencia de puntajes promedios entre el pre test y post test son

altamente significativos ($p < 0,05$). Esto muestra que existen diferencias significativas entre ambos grupos como conclusión de ello se acepta la hipótesis de investigación H1 a un nivel de confiabilidad del 95%.

4.2 Recomendaciones

Después de haber aplicado el estudio de las variables que intervienen en el problema formulado y a través del conocimiento que ha originado el proceso de investigación se dan las siguientes recomendaciones.

Al Gerente de la empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. Se le recomienda que debe capacitar a sus trabajadores mensualmente o cada dos meses para que puedan ser capaces de atender las necesidades de sus clientes. Ya que los clientes son claves para el crecimiento económico de una empresa. También ampliar el mercado para poder contar con más clientes.

A los clientes.- Se les recomienda que a pesar de nuestras dificultades estamos dispuestos a brindarles una mejor atención y así poder cubrir sus expectativas.

A los trabajadores.- Se les recomienda que deben desarrollar sus actividades laborales trabajar de la mano con los dueños para incrementar sus beneficios económicos. Toda empresa se enfoca en mejorar para cumplir con sus objetivos planteados. Los trabajadores son pieza clave para el crecimiento de la empresa y por ende deben manifestar sus inquietudes y exigir ser capacitados a sus empleadores.

Referencias bibliográficas

Franco, M. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las pyme. Tesis para obtener el grado de doctor en la Universidad Autónoma de Barcelona –

Colombia.

Okpara y Wynn (2007). **Didáctica y metodologías** afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico. **Recuperado de www.**

Nancy F. (2015). Estrategias Financieras aplicadas al proceso de Sostenibilidad y Crecimiento de las Pyme. Tesis para obtener el grado de magister en Administración de empresas en la universidad de Carabobo –

Venezuela.

Boletín Gobierno Corporativo (2008) Estrategias Financieras para impulsar el crecimiento de la empresa familiar. Mexico 2008 www. ...

Reinerio C.(2013) Las pymes y la gestión de calidad en el sector construcción. Tesis para obtener el grado de licenciado en administración en la Universidad de Chimbote – Trujillo

Mitzbertg, Quinn y Voyer(1997), es su tema estrategia en la empresa.

Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/acevedo_l_r/capitulo2.pdf

Patricia C. (2011) En su tema administración de empresas en la revista internacional del Mundo Economico y del Derecho Volumen III. Recuperado

de

<http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wpcont>

[et/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf](http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf)

Anexo N°1. Instrumento de recolección

ENCUESTA

EDAD: SEXO:.....

Marca con X la respuesta que creas conveniente:

CUETIONARIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUAERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Las empresas deben contar con una misión y metas corporativas para su crecimiento económico					
Los diagnósticos por cada área se deben realizar periódicamente					
La empresa debe tener en cuenta las necesidades del cliente			_____		
Una empresa debe implementar estrategias para su posicionamiento en el mercado			_____		
Uno de los objetivos de la empresa es tener rentabilidad			_____		
En una empresa es importante contar con liquidez					
El buen funcionamiento organizacional apoya a la toma de decisiones en una empresa					
No es relevante la información exacta en la empresa					

La información de la empresa deben de revisarse constantemente					
Los indicadores de gestión tienen una periodicidad determinada					
Los indicadores de gestión deben ser oportunos ante una situación determinada					
Los indicadores de gestión deben ser priorizados					
No es importante tomar los resultados para reorientar los objetivos de la empresa					
El balance general refleja la situación económica, financiera de toda organización					
Es importante contar con recurso humano calificado			_____		
El capital que cuenta la empresa debe circular para general ingresos			_____		
El uso de la tecnología actualizada es importante en toda organización					
Para mejorar sus ingresos financieros es necesario realizar nueva planificación anual en su empresa					
La falta de capacitación a sus trabajadores hace que la empresa no capte más clientes			_____		
Usted cree que la empresa debería mejorar su imagen institucional					

Anexo N° 2. Confiabilidad y Validez del instrumento (Alpha de Crombach)

Persona	Edad	Sexo	PREGUNTAS																				TOTAL	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	34	0	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3	1	4	4	4	4	3	3	4	67
2	32	0	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	85
3	33	0	5	3	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	3	2	5	5	5	4	4	4	5	82
4	29	1	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	5	2	4	5	5	4	4	4	4	81
5	24	0	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	1	4	5	5	5	4	4	5	88
6	29	0	5	4	5	5	5	5	5	4	1	5	4	4	4	2	5	5	4	5	3	5	5	85
7	35	0	5	4	5	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	85
8	35	1	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	5	83
9	32	0	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	2	4	5	4	4	3	4	5	78
10	47	1	4	4	5	5	5	5	4	5	1	4	2	4	5	2	5	5	4	4	4	4	4	80
11	20	1	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	3	4	78
12	23	1	4	2	4	4	4	4	2	5	2	2	3	3	4	2	4	2	4	5	4	4	5	69
13	23	1	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	5	5	4	4	4	5	5	5	84
14	31	1	4	5	5	4	4	4	4	4	2	5	3	4	1	1	4	5	4	5	3	5	5	77
15	26	0	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	1	4	5	5	3	5	5	5	80
VARIANZA			0.25	0.43	0.20	0.24	0.24	0.52	0.37	0.89	0.67	0.62	0.38	1.17	1.66	0.24	0.64	0.24	0.33	0.43	1.00	0.20		31.72
												10.70												

$K = 20$ item

$K/(K-1) = 1.053$

$\sum_{i=1}^k S_i^2 = 10.70$

$S_t^2 = 31.72$

ALFA = 0.697

Anexo N° 3. Contratación de hipótesis T de Student tabla y prueba

Prueba t para medias de dos muestras emparejadas

	<i>PRE TEST</i>	<i>POS TEST</i>
Media	78.85714286	84.14285714
Varianza	25.14285714	23.14285714
Observaciones	7	7
Coefficiente de correlación de Pearson	-0.316839953	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	6	
Estadístico t	-1.753968214	
P(T<=t) una cola	0.064987617	
Valor crítico de t (una cola)	1.943180281	
P(T<=t) dos colas	0.129975233	
Valor crítico de t (dos colas)	2.446911851	

Anexo N° 4. Vistas Fotográficas

Estudio central



Figura 42. Conductor del noticiero Edición Central.

Equipo de trabajo



Figura 43. Equipo de trabajos debidamente identificados.



Figura 44. Conductor de Noticias Primera Edición.

Presentación para exposición



Figura 45. Capacitando al personal el mejoramiento de servicio al cliente.



Figura 46. Se sigue capacitando al personal.

Después de la exposición un pequeño compartir

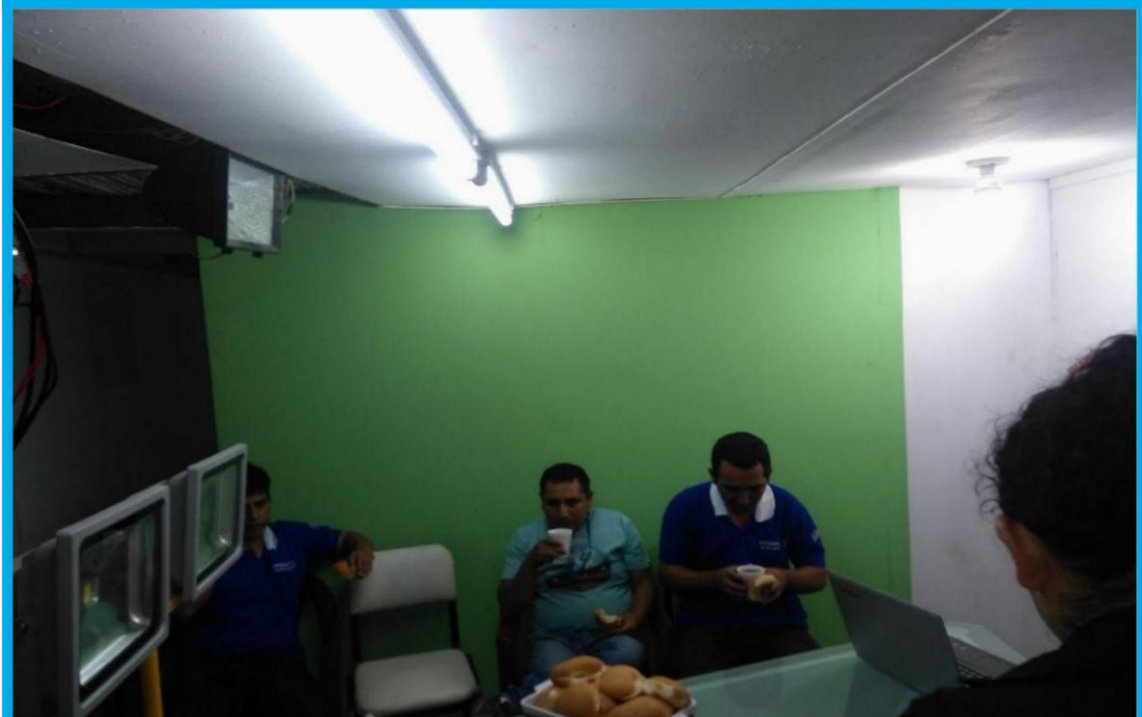


Figura 47. Después de la capacitación un refrigerio a los trabajadores de la empresa.



Figura 48. Siguiendo compartiendo nuestro refrigerio.

Llenando las encuestas después de la exposición



Figura 49. Aplicando encuesta después de la capacitación a trabajadores.



Figura 50. Seguimos con la encuesta aplicada a trabajadores