



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**DE EMPRESAS**

Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia  
2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**Licenciado en Administración**

**AUTOR:**

MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ

**ASESORA:**

DRA. MARY MARIBEL VASQUEZ RAMIREZ

**LINEA DE INVESTIGACION:**

Finanzas

**Lima - Perú**

**2018**

|  |                                       |   |
|--|---------------------------------------|---|
|  <b>UCV</b><br>UNIVERSIDAD<br>CÉSAR VALLEJO | <b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b> | Código : F07-PP-PR-02.02<br>Versión : 09<br>Fecha : 23-03-2018<br>Página : 1 de 1 |
|--|---------------------------------------|---|

El jurado encargado de evaluar la tesis presentado por don MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ cuyo título es "Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 1.5 (número) TINCE (letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 16 de Diciembre del 2018

  
 Mg. Mary Maribel Vasquez Ramirez  
 PRESIDENTE

  
 Dra. Teresa Narvaez Aranibar  
 SECRETARIO

  
 Mg. Diana Lucila Huamani Cajaleón  
 VOCAL

|         |                            |        |   |        |           |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Representante de la Dirección /<br>Vicerrectorado de<br>Investigación y Calidad | Aprobó | Rectorado |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|

## **Dedicatoria**

Para mi hermosa madre, que está tan lejos físicamente, pero su alma y corazón están dentro de mi ser, por haber sido la mujer fuerte ante todo, siempre buscando nuestro bienestar y dejar de lado muchas cosas, con tal de ver a nuestra familia feliz. Eres mi mayor ejemplo en la vida y mis ganas de siempre seguir creciendo. Te Amo Mamá y te prometo que cumpliré este tu sueño; sueño que siempre compartí contigo.

A Luis Vegas, por todo el cariño y apoyo que he recibido de él, sus consejos que a diario me dio, consejos que me han servido mucho en esta etapa académica, como también para seguir con las mismas ganas de ser exitoso.

A Ana María Campos Ugarte, mi noble jefa, por ser parte de mi vida laboral, con las ganas que tiene de ver la culminación de esta etapa, ya que ella sabe que es uno de mis anhelos, por el gran apoyo que me brinda, ya que más que una, jefa, se porta como una gran amiga.

Una mención especial mención a la Dra. Maribel Vásquez ya que en esta última etapa académica que la he conocido ha tenido la paciencia de escucharme, asesorarme y enseñarme de manera correcta lo que necesitaba saber, sobre todo para poder desarrollar esta difícil y dura prueba que es la Tesis

### **Agradecimiento**

En primer lugar, en mi agradecimiento a Dios, él me ha guiado en todo el camino de mi vida, en segundo lugar, a mi familia que en todo este esfuerzo me han ayudado a seguir adelante para llegar a esta meta. Como también importante a mis profesores de esta mi casa de estudios, en especial mención Una mención muy especial a la Ing. Mg. Marcela Vegas Navarro, quien que me ha apoyado, con su asesoría tan profesional A1; con sus consejos y transmitiéndome sus experiencias y conocimientos para cumplir esta meta y su lealtad incondicional. Finalizo con mi familia que en todo momento han estado allí para poder tener ese apoyo deseado y seguir encaminándome en esta meta que con su ayuda la estoy logrando.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ identificado con numero de documento N° 10158848, ante ustedes presento mi estudio denominado “Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018”.

Como consiguiente señalo que:

- 1) El estudio señalado es carácter propio
- 2) Se estructuro y respeto las normas establecidas para el óptimo desarrollo de citas y referencias, por tal motivo no es copia ni parcial ni en su totalidad.
- 3) Esta investigación no ha sido difundida o presentada para ningún tipo de obtención de grado.
- 4) Esta tesis es autentica y no hay duplicación alguna, debido a que tiene aportes propios.

En el caso de hallarse faltas en la elaboración de este estudio, duplicación o adultero asumo la sanción correspondiente establecida por la universidad.

Lima, noviembre 2018



---

**MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ**

## **Presentación de estudio**

Este estudio fue realizado con el fin de determinar en qué medida se da la gestión financiera en la mencionada empresa, el cual presento ante ustedes señores jueces calificadores para su óptima evaluación y así lograr el grado académico como licenciado en administración.

Su estructura esta esquematizada en 7 secciones, en donde la primera abarca en la introducción, en el cual veremos cuales fueron las razones que constiparon la elaboración de mi estudio, así como la problemática que tiene la empresa en su gestión y su principal problema, su planificación y objetivos que tiene. Como consiguiente el método realizado, en donde conoceremos las herramientas de recopilación y validez de los mismos. En la tercera sección ahondaremos los redundados obtenidos por medio de las estadísticas y cuadros gráficos; asimismo la discusión, conclusión y recomendación que delibere de acuerdo a los estudios recopilados y comparados con los anteriores estudios de autores previamente señalados en las referencias.

## Índice

|   |           |
|---|-----------|
| Jurado calificador .....  | ii        |
| Dedicatoria .....   | iii       |
| Agradecimiento .....  | iv        |
| Declaratoria de autenticidad .....  | v         |
| Presentación de estudio.....  | vi        |
| Índice .....  | vii       |
| Resumen.....  | xii       |
| Abstrac .....   | xiii      |
| <b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>  | <b>14</b> |
| 1.1 Realidad Problemática: .....  | 15        |
| 1.2 Trabajos Previos.....   | 17        |
| 1.3 Teorías Relacionadas al tema.....   | 22        |
| 1.4 Formulación del problema .....  | 37        |
| 1.5 Justificación del Estudio .....   | 38        |
| 1.6 Objetivo .....  | 39        |
| <b>II. Método .....</b>   | <b>41</b> |
| 2.1 Diseño del estudio .....  | 42        |
| 2.2 Variables, operacionalización .....   | 42        |
| 2.3. Población y muestra del estudio.....   | 45        |
| 2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. .... | 45        |
| 2.5 Métodos de análisis de datos.....   | 47        |
| 2.6. Aspectos Éticos .....  | 48        |
| <b>III. RESULTADOS .....</b>  | <b>50</b> |
| 3.1 Resultados de Validez .....   | 51        |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 3.2 Resultados de Confiabilidad ..... | 56 |
| 3.3 Estadística Descriptiva .....     | 56 |
| IV. Discusión .....                   | 72 |
| V. Conclusiones .....                 | 75 |
| VI. Recomendaciones .....             | 78 |
| VII. Referencias bibliográficas ..... | 81 |
| VIII. Anexos.....                     | 84 |

## Índice de tablas

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1 <i>Matriz de operacionalización de la variable: Gestión Financiera</i> .....             | 43  |
| Tabla 2 Reportes financieros.....  | 45  |
| Tabla 3 <i>Muestra no probabilística por conveniencia</i> .....                                  | 45  |
| Tabla 4 <i>Técnicas e instrumentos de recopilación de información</i> .....                      | 45  |
| Tabla 5 Validez basado en el contenido a través de la V de Aiken .....                           | 51  |
| Tabla 6 Fiabilidad.....  | 56  |
| Tabla 7 <i>Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad</i> .....           | 58  |
| Tabla 8 <i>Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato</i> .....          | 58  |
| Tabla 9 <i>Los precios se pueden modificar en el Catalogo</i> .....                              | 59  |
| Tabla 10 <i>Sus precios son mejores que de la competencia</i> .....                              | 59  |
| Tabla 11 <i>Los precios de los productos son atractivos para los clientes</i> .....              | 60  |
| Tabla 12 <i>Puedo diferenciar el precio por cliente</i> .....                                    | 60  |
| Tabla 13 <i>Los precios están alienados a los de la competencia</i> .....                        | 61  |
| Tabla 14 <i>Se tiene precios para cierto tipo de segmentos</i> .....                             | 61  |
| Tabla 15 <i>Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria</i> .....           | 62  |
| Tabla 16 <i>Se puede variar el stock de los artículos a alquilar</i> .....                       | 62  |
| Tabla 17 Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo.....                         | 63  |
| Tabla 18 Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos .....                | 64  |
| Tabla 19 Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente .....                               | 64  |
| Tabla 20 Cuenta con un stock suficiente de menaje. ....  | 65  |
| Tabla 21 Puede brindar un servicio de alquiler y una atención en paralelo. ....                  | 65  |
| Tabla 22 El personal es fijo .....   | 66  |
| Tabla 23 El personal es variable .....   | 66  |
| Tabla 24 Es fácil conseguir personal adicional.....  | 67  |
| Tabla 25 Tiene Facilidad de conseguir personal capacitado .....                                  | 67  |
| Tabla 26 Cuenta con Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento..... | 68  |
| Tabla 27 Puede modificar lo que se le paga al personal por evento. ....                          | 68  |
| Tabla 28 El pago al personal es al contado después del evento.....                               | 69  |
| Tabla 29 El pago es por planilla en periodos mensuales .....                                     | 69  |
| Tabla 30 El pago proporcional al costo del evento .....  | 70  |
| Tabla 31 El personal se siente satisfecho con el pago.....                                       | 70  |
| Tabla 32 <i>Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento</i> .....               | 71  |
| Tabla 33 La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras .....                             | 71  |
| Tabla 34 <i>Especificaciones de la variable Gestión financiera</i> .....                         | 104 |
| Tabla 35 Estadística de fiabilidad .....   | 105 |
| Tabla 36 Resumen de procesamiento de casos .....   | 105 |

## Índice de Figuras

|   |     |
|---|-----|
| Figura 1 <i>Formula Aiken</i> .....   | 46  |
| Figura 2 El costo de los productos está por debajo del rango de referencia .....                  | 87  |
| Figura 3 Los costos de los productos son variables.....   | 87  |
| Figura 4 Los costos de los productos siempre son fijos.....                                       | 88  |
| Figura 5 Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad.....                   | 88  |
| Figura 6 Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato .....                 | 89  |
| Figura 7 Los precios se pueden modificar en el Catalogo .....                                     | 89  |
| Figura 8 Sus precios son mejores que de la competencia .....                                      | 90  |
| Figura 9 Los precios de los productos son atractivos para los clientes .....                      | 90  |
| Figura 10 Puedo diferenciar el precio por cliente.....  | 91  |
| Figura 11 Los precios están alienados a los de la competencia .....                               | 91  |
| Figura 12 Se tiene precios para cierto tipo de segmentos .....                                    | 92  |
| Figura 13 Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria.....                   | 92  |
| Figura 14 Se puede variar el stock de los artículos a alquilar .....                              | 93  |
| Figura 15 Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato .....    | 93  |
| Figura 16 Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo .....                        | 94  |
| Figura 17 Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos .....                | 94  |
| Figura 18 Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente .....                               | 95  |
| Figura 19 Cuenta con un stock suficiente de menaje.....   | 95  |
| Figura 20 Puede brindar un servicio de alquiler y una atención en paralelo .....                  | 96  |
| Figura 21 El personal es fijo.....  | 96  |
| Figura 22 El personal es variable .....   | 97  |
| Figura 23 Es fácil conseguir personal adicional.....  | 97  |
| Figura 24 Tiene Facilidad de conseguir personal capacitado .....                                  | 98  |
| Figura 25 Cuenta con Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento..... | 98  |
| Figura 26 Puede modificar lo que se le paga al personal por evento .....                          | 99  |
| Figura 27 El pago al personal es al contado después del evento.....                               | 99  |
| Figura 28 El pago es por planilla en periodos mensuales .....                                     | 100 |
| Figura 29 El pago proporcional al costo del evento .....  | 100 |
| Figura 30 El personal se siente satisfecho con el pago.....                                       | 101 |
| Figura 31 Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento .....                      | 101 |
| Figura 32 La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras .....                             | 102 |

## Índice de Anexos

|   |     |
|---|-----|
| Anexo 1 Matriz de consistencia .....                      | 85  |
| Anexo 2 Gráficos .....                                    | 87  |
| Anexo 3 Instrumentos de recopilación de información ..... | 103 |
| Anexo 4 Validez de expertos .....                         | 106 |
| Anexo 5 Base de Datos del SPSS .....                      | 110 |

## **Resumen**

Dicho estudio tuvo como fin el determinar en qué medida se da la gestión financiera en la empresa Malena Catering y Eventos en un año de trabajo, así como en un tiempo de 05 meses de trabajo operativo.

Asimismo, se conocerá el uso de conocimientos de gestión financiera y contabilidad de costos, que ayudan a las empresas emergentes a racionalizar sus procesos operacionales y adquirir un mayor control sobre sus negocios y así plantear una serie de cambios metodológicos en la gestión.

Por lo tanto, fue de tipo no experimental, ya que para esta investigación se tomó como datos los estados financieros de la empresa en estudio como parte de la población, siendo la muestra de carácter probabilístico por conveniencia. Mencionando que los instrumentos que se usaron para ello fue un cuestionario y análisis documental, de la mano con la fórmula de validación de Aiken y Cronbach, de igual forma es de carácter descriptivo ya que analiza las variables y describe los redundados de dicho análisis.

Como parte adicional se ha utilizado la escala cuantitativa para señalar el problema principal y la relación que existe con la variable.

***Palabras Claves:*** Gestión financiera, contabilidad, costos.

### **Abstrac**

The purpose of this study is to determine the extent to which financial management takes place in the company Malena Catering y Eventos in a year of work, as well as in a time of 05 months of operational work.

Likewise, we will know the use of financial management and cost accounting knowledge, which help emerging companies to rationalize their operational processes and acquire greater control over their businesses and thus propose a series of methodological changes in management.

Therefore, it will be of a non-experimental type, since for this investigation the financial statements of the company under study were taken as part of the population, being the probabilistic sample for convenience. Mentioning that the instruments that were used for this was a questionnaire and documentary analysis, hand in hand with the validation formula of Aiken and Cronbach, in the same way it is descriptive in nature since it analyzes the variables and describes the redundancies of said analysis.

As an additional part, the quantitative scale has been used to indicate the main problem and the relationship that exists with the variable.

**Keywords:** Financial management, accounting and costs.

## **I. INTRODUCCIÓN**

## 1.1 Realidad Problemática

En la actualidad la gestión financiera es una de las ciencias de suma importancia, ya que esta no solo puede afectar a las empresas, sino también ayuda a propinar de la mejor manera el dinero, siendo esta una de las principales fuentes de participación e intercambios en los mercados internos como globales, así como las inversiones, adquisiciones y ventas de productos o servicios. Por lo tanto, podemos que hoy por hoy, tantas personas como organizaciones quieren alcanzar el bienestar económico, donde se pueda hacer inversiones, compras o elevar su estado financiero, lo que conlleva a este a desempeñar un importante papel, en relación a poder determinar los ingresos generados del día, así como las pérdidas, el movimiento de las ventas, compras u otras actividades (Antón, 2017).

En la ciudad española, muchas de las empresas se han estado preocupando por este tema y es así que para ello han puesto en práctica distintos métodos para una buena administración financiera, ya que, si hace un adecuado manejo de estos recursos como una óptima evaluación, podría mejorar el impacto en la sostenibilidad y rentabilidad de un negocio. Los constantes cambios del mercado han generado que diferentes empresas innoven en relación a sus ofertas e intereses, lo que conlleva a que estas compañías se arriesguen a endeudarse (Hernández, 2016).

En el país azteca, es dado saber que las compañías tienen su propia filosofía en relación al tema, el cual consiste en sus dos diferentes funciones, siendo uno el encargado de la elevación al máximo de los valores netos actuales de la empresa y el otro se hace responsable de las finanzas por si solas. Por lo tanto, es claro precisar que estas finanzas cubrirán el plan financiero, determinando así los ingresos y egresos de tesorería, la producción de los recursos, así como su control y distribución (Méndez, 2014).

De acuerdo con el diario el comercio, en el Perú, con la ya demandante subida de los dólares a nivel global, a muchas empresas de nuestro país no les ha sido tan conveniente asumir deudas en dicha moneda, debido a que estas son más caras y ha generado un desaceleramiento de su economía como en sus ventas. Por lo que 11 de 16 grandes organizaciones de suelo peruano estudiadas podrían tener falta de liquidez, lo que no ayudaría a que puedan hacer frente a las deudas de corto plazo, el cual muchas de ellas no han podido manejar esto con tiempo estipulado, lo que conllevaría a una gran variación en el tipo de cambio (El comercio, 2015)

Como parte final, podemos decir que se decidió hacer esta investigación, ya que la empresa Malena Catering & Eventos cuenta con puntos desfavorables como la falta de gestión financiera, el cual está generando problemas en su administración, pues no se tiene una idea clara de cuales son los costos en lo que incurre la empresa, ni se sabe la real ganancia que deja cada evento que se realiza. A partir de esto, sabemos que la empresa gana dinero por cada evento realizado, de igual forma cuenta con una cartera de clientes fieles que requieren de sus servicios constantemente para atender diversas reuniones, asimismo conoce a los proveedores de los materiales, insumos y servicios que distribuyen al por mayor, aun reconociendo estas variables a su favor no se ha sabido manejar con eficiencia cada variable, lo que ha ocasionado que la empresa pierda oportunidades de hacer negocios.

En relación a la fidelización de los clientes, muchos de los comentarios de los usuarios como de los colaboradores de la empresa han llegado a determinar que no existe un seguimiento continuo de estos clientes, ya que no se ofrece sus servicios por anticipado a esta cartera de cliente durante vísperas de su cumpleaños u otros familiares.

Por otro lado, el no saber cuánto es lo que se gasta realmente en la atención de cada evento y asimismo establecer los precios de estos empíricamente impiden ver lo que realmente la empresa gana, lo cual es perjudicial para el negocio, pues la expansión del mismo le puede generar problemas sino se maneja con eficiencia las principales variables como: los costos y tiempos, que a su vez abarca otras variables como son los proveedores, clientes, colaboradores nivel de servicio, stock de materiales e insumos, los tiempos de preparación y demás variables que se generan alrededor de un negocio de Catering, el cual es necesario controlar.

Ante esta problemática que aqueja a la empresa Malena Catering & Eventos, podemos determinar qué sino se busca una solución que ayude a manejar con eficiencia la empresa, podría traer consigo efectos nocivos en sus ingresos económicos, como también la pérdida de clientes, es por ello que es de suma importancia un estudio de los costos reales que se llegan a dar en los diversos servicios que constituyen en el negocio de Catering, para así poder contabilizar los costos y establecer un estado financiero que demuestre la realidad de la empresa, controlando de esta manera con eficacia las principales variables que determinan las

ganancias o pérdidas que se puedan dar. Logrando así plantar las bases de un negocio sólido y establecer la expansión que está pensando realizarse a mediano plazo.

## **1.2 Trabajos Previos**

### **Antecedentes internacionales**

De acuerdo al estudio de Martínez en el año 2016, en su denominada tesis denominada *“Modelo de gestión financiera basado en la optimización de las necesidades operativas de fondos: el caso de las empresas farmacéuticas en España”*, fue elaborada para titularse como con el grado de Doctor en la Universidad Complutense de Madrid. El cual tuvo como fin construir un modelo de gestión financiera que ayudará a partir de las diferentes alternativas de optimización y gestión de las NOF, la toma de decisiones por parte de la dirección para la corrección de ausencia de liquidez, siendo estas las alternativas sobre la solvencia, liquidez, rentabilidad y el valor de la compañía. El método utilizado para dicho estudio fue de manera descriptiva y explicativa, teniendo como herramienta al programa Excel, que, a través del llenado de las hojas de cálculos con los datos correspondientes, este permitirá generar todos los informes sé que necesitan para el análisis y justificación requerida para el proceso de toma de decisiones. Para la comprobación del de este modelo se tomó como muestra, información de estados financieros de una empresa ficticia, en esta ocasión la del sector farmacéutico en el cual se considerarían los problemas que estos atraviesan cuando existe una crisis económica y como este llega a el endeudamiento. En conclusión, este estudio pretendió fomentar el uso de los conocimientos del NOF, siendo este importante para las organizaciones en relación a su gestión, ya que ayudara a generar la liquidez que tanto se necesita para desarrollar correctamente las actividades de un negocio.

En relación a los estudios de Martínez, este aportó que es importante establecer un modelo de gestión financiera en la empresa, ya que será de importante ayuda en saber cuánto es el dinero que se tiene y como determinar el momento de su uso.

Moyolema (2011), señaló en su trabajo de grado denominado “*Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorros y Créditos Kuriñan de la Ciudad de Ambato año 2010*”, el cual fue realizado para que pueda titularse como contador público en la Universidad Técnica de Ambato, de Ecuador. El estudio en mención tuvo como finalidad el analizar la gestión financiera y el impacto de la rentabilidad de la mencionada empresa. La metodología utilizada para esta investigación fue correlacional, explicativa y de deducción. Como parte de las conclusiones, se determinó que dicha empresa no cuenta con una gestión financiera, lo que ha generado que su rentabilidad no crezca al igual que la compañía. Asimismo, tras los retrasos en la realización de los estados financieros, ha llevado a que este sea inestable en su economía. La falta de conocimiento en relación a los estados financieros y sus indicaron ha llevado a esta empresa sea inestable económica y provoque la desconfianza de sus socios, ya que no cuenta con la asesoría para establecer un plan financiero adecuado que mejore la rentabilidad de la compañía en un determinado periodo.

Lo que el autor señala, es lo importante de establecer una gestión financiera en una determinada empresa, ya que esto, no solo ayudará a conocer los estados financieros de la empresa, sino que también ayudará a mejorar su rentabilidad como su economía, lo que creará de esta forma la confianza que sus socios necesitan.

En relación al libro de Rubio en el año 2010 titulado “Introducción a la gestión empresarial fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas”, el autor afirmó que “una compañía puede existir si logra tener beneficios, tal es así que si la compañía no logra su desarrollo como institución tendrá que estar en competencia con organizaciones que desarrollan las mismas ofertas y demandas” (p. 123). Lo que nos lleva a decir que, si una determinada organización no logra obtener subvenciones por medio de la capacidad de sus administradores, estará en la necesidad de manejar sus propios bienes para el beneficio mismo de un adecuado balance.

Según el autor, nos señala que es importante que una empresa u compañía establezca beneficios a sus clientes, con el fin de fidelizarlos y agregarlos a su cartera de clientes, logrando de esta manera destacar de otras organizaciones que se dedican a mismo rubro de mercado.

El estudio realizado por Oto en el año 2011 nombrado “*Modelo de gestión Financiera y reducción de morosidad en el departamento financiero de la empresa Eléctrica Riobamba S.A.*”, fue elaborado para titularse como ingeniera contable y auditora en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo – Ecuador. El cual tuvo como finalidad el diseñar un modelo de gestión financiera que ayudaría a bajar la morosidad en dicho departamento. Para este estudio se utilizó el método cuali-cuantitativo, documental y explicativo, teniendo como parte de la población a 106.000 usuarios de asistencia mensual y otro de 4.818 de asistencia diaria en el mes de Febrero del año 2011, así como con la participación del gerente, 8 personas del área directiva, 24 trabajadores del área de finanzas, los cuales en total llegan 4851 personas, de donde solo se tomó como muestra la participación mensual de los usuarios ,trabajadores y personal directivo. Cabe resaltar que esta investigación es de suma importancia ya está relacionada con la toma de decisiones, el cual será fundamental para alcanzar los objetivos planteados, como mantener la eficiencia y efectividad operacional de la contabilidad de los registros y el cumplimiento de las normas requeridas.

Lo que señala el autor es que, es de suma importancia diseñar un modelo de gestión financiera que ayude no solo a bajar la morosidad que pueda generar la empresa, sino que también ayude a mantener la eficiencia y efectividad operacional de la contabilidad de los registros y el cumplimiento de las normas requeridas, para que de esta manera se logre alcanzar los objetivos de la empresa.

### **Estudios Nacionales**

Pesfil (2014), en su tesis denominada “*Toma de Decisiones y su Incidencia en la Gestión Financiera de la Empresa Distribuidora PMA E.I.R.L. periodo 2012- 2013*”, el cual fue elaborado para titularse como Contador Público en la Universidad Cesar Vallejo, estudia el efecto de la gestión financiera, en la rentabilidad de dicha empresa, para lo cual utilizó un diseño no experimental con estudio descriptivo, ya que los datos recolectados fueron obtenidos directamente de la empresa, en el cual no se manipulo la variable. En torno a la población y muestra la conformó la empresa en estudio, se basó en técnicas documentaria en la recolección y revisión de la información del periodo 2015 y 2016. Determinó una disminución en la utilidad, lo que significa la reducción de su rentabilidad y consecuentemente deprime a los inversionistas. Se propuso implementar una estrategia financiera que incremente la realidad

económica de la empresa, dando cumplimiento a los objetivos propuestos, tener un control de los ingresos y egresos y así proveer el efectivo necesario para poder abrigar sus obligaciones, y propiciar el uso de recursos de manera eficiente. En torno a las conclusiones se logró determinar la ausencia de gestión financiera adecuada que le permita obtener avances en la rentabilidad, por el contrario, se ha visto afectada por la disminución en su utilidad y con ello perjudica la inversión de los accionistas. También se pudo precisar que la administración de los recursos no es eficiente, al existir bajas en la utilidad neta. De la misma forma, se logró determinar la ausencia de estrategias dirigidas a corregir el logro de metas y objetivos, pues la empresa no tiene dentro de sus filas un asesor de negocios que se permita guiarla de manera permanente en mejorar en el ámbito de competitividad, de finanzas y rentabilidad dentro de un tiempo determinado.

Según el autor es necesario identificar las deficiencias que tiene la empresa, para así incorporar métodos de gestión financiera que ayuden a mejorar tanto su rentabilidad como su economía, asimismo es importante el acompañamiento de una persona capacitada en el tema que capacite y guíe hacia las metas y objetivos planteados, para que de esta manera pueda competir en el mercado, como mantener sus finanzas y rentabilidad dentro de un determinado periodo.

De acuerdo al estudio realizado por Salazar en el año 2017 en su tesis denominada *“Gestión Financiera para incrementar la liquidez de la ONG socios en salud Sucursal Perú, Lima 2017”*, fue elaborada para que el autor pueda titularse como contador público en la Universidad Norbert Wiener- Sucursal Piura. La finalidad de este trabajo fue el aumentar la liquidez de la mencionada organización a través de un plan, el cual ayude a mejorar la optimización de la gestión financiera de esta, ya que su sede principal, la cual solventa sus gastos recortaría su presupuesto y esto traería consigo problemas en su liquidez. El método utilizado para dicho estudio fue de manera cuantitativa, cualitativa y proyectiva debido a que se plantea diseñar una propuesta que ayude a mejorar su liquidez a través de la optimización de la gestión financiera. Como parte de los resultados se observó que existe problemas con su liquidez, lo que ha significado que se llegue a realizar diferentes cambios que logren que la gestión financiera sea eficiente. Ante esto se llegó a proponer la implementación de un plan que ayude a mejorar la optimización de la gestión financiera de la organización, el cual ayude a controlar tanto el presupuesto, como personal involucrado a realizar de manera óptima su trabajo, ya que recordemos que esta es una organización que brinda ayuda social.

En relación al aporte del autor este refiere que es importante mejorar la gestión financiera de la ONG para aumentar su liquidez, asimismo es de suma importancia en diseñar una propuesta útil que ayude a mejorar la liquidez.

Los estudios realizados por Vilca en el año 2012 nombrado *“El control interno y su impacto en la gestión financiera de las Mypes de servicios turísticos en Lima Metropolitana”*, fue elaborado para titularse como contador público en la universidad San Martín de Porres. La finalidad principal de esta investigación fue el determinar si los controles internos optimizaran la gestión financiera en las Mypes dedicadas al sector turístico. La metodología utilizada fue de manera aplicada, así como descriptiva y correlacional. En relación a la población esta fue constituida por 120 personas entre gerentes y empleados de la Mypes en mención, siendo la muestra de tipo aleatoria. Como parte de las conclusiones, el autor señaló que las Mypes dedicadas a este sector turístico no aplican favorablemente a los procesos de adecuado en relación al control interno, ya que este cuenta con un grupo pequeño de trabajadores y que el manejo gerencial es de tipo organización empresarial.

Los aportes del autor refieren a que, si se aplica un adecuado control de actividades realizadas, se logrará garantizar la adecuada utilización de los recursos que este dispone, el cual se reflejará en sus estados financieros.

De acuerdo a los estudios de Moya Guevara en el año 2013, denominado *“La gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios GBH S.A. en la ciudad de Trujillo, año 2015”*, el cual fue elaborado para titularse como contador público en la Universidad César Vallejo - Perú. Tuvo como propósito principal el analizar la gestión financiera de dicha empresa como también sus incidencias en su rentabilidad durante el año 2015. Con la investigación logró verificar que se cumplieron las metas y objetivos en la gestión financiera de dicha empresa y realizó un análisis en materia de rentabilidad logrando proponer un plan financiero dirigido a mejorar estos aspectos económicos en la empresa. La investigación contó con un diseño no experimental, ya que no se manipularon los datos de las variables dependiente e independiente y como parte de las conclusiones se logró verificar que la empresa presenta niveles bajos de rentabilidad por carecer de un adecuado modelo de gestión financiera. De igual modo, se pudo determinar que la empresa para el cumplimiento de sus metas y objetivos, no posee estrategias adecuadas, pues sus ventas han disminuido los ingresos

en el año. La inexperiencia en el conocimiento de mecanismos de gestión financiera y la ausencia de personal de asesoría permanente, se requiere para alcanzar crecimiento en el ámbito de rentabilidad y competitividad. Por ello se requiere, la utilización de mecanismos propios de la gestión financiera dirigidos a optimizar los beneficios dentro de un tiempo específico en una organización determinada.

Los aportes que refiere el autor es que una buena gestión financiera creará excelentes relaciones en la compañía, asimismo con los inversores, ya que este, ayudará a prevenir distintas deficiencias que puedan aparecer ante una inversión.

### **1.3 Teorías Relacionadas al tema**

Gestión Financiera:

Según Rebolledo (2016) mencionó “Es un Proceso emprendido por una o más personas para coordinar las actividades laborales de otros individuos. Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos, con el adecuado uso de los recursos disponibles” (p. 45).

La gestión como proceso ¿Ha dicho usted alguna vez: «Esta empresa está mal gestionada», «La dirección es totalmente incompetente» o «La dirección está logrando éxitos en todos los aspectos»? Si es así, ¿qué significaban estas expresiones? Éstas implicaban que:

La gestión está determinada como un tipo de trabajo, y la actividad en ocasiones se lleva a cabo de forma adecuada, pero otras veces no. La gestión, está comprendida por un conjunto de funciones y actividades que están encaminadas a alcanzar os objetivos de la empresa

De igual manera, la gestión como disciplina actividad está regida por principios que le servirán de guía a los directivos durante el proceso, toda vez que es susceptible de un aprendizaje a través del estudio

Se estudia la gestión para entender esos principios, conceptos y teorías y para aprender la manera de aplicarlos en el proceso de la gestión empresarial.

La definición de gestión implica el término calidad, concepto que inspirará cada una de las páginas de este libro.

Una encuesta realizada por Gaflup mostró que los altos ejecutivos consideraban la mejora en la calidad de productos y servicios como el desafío más crítico con el que se enfrentan las compañías.' Estos ejecutivos anteponían la mejora de la calidad a temas como la responsabilidad civil de los productos, las regulaciones gubernamentales o las relaciones laborales.

La calidad es considerada actualmente como uno de los principales activos con que cuenta Estados Unidos para mejorar su posición competitiva global. Hay que advertir, sin embargo, que calidad es un término y una práctica aceptados globalmente.

Podríamos decir también que la Gestión de Empresa es el conjunto de acciones que se realizan dentro de un marco de reglas y procedimientos para lograr objetivos concretos en tiempos específicos.

Gestión Administrativa: Destaca como un tema de vital importancia, desde el momento en que se emprende un negocio, pues el éxito o fracaso de la empresa depende de su adecuada aplicación. En los años hay mucha competencia por lo tanto hay que retroalimentarse en cuanto al tema.

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua explica que administración es la acción de administrar (del latín Administrativo – ONIS). la define como “el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos.”

La Gestión Financiera, consiste en valerse adecuadamente de los recursos de cualquier naturaleza que tiene una empresa para para garantizar su eficaz funcionamiento, a través de un gestor financiero quien es el responsable en una empresa de llevar los controles de ingresos y egresos de manera ordenada y adecuada en pro del rendimiento de la organización.

Se denomina gestión financiera a todos los métodos que buscan la adquisición, mantenimiento y utilización del dinero en cualquiera de sus presentaciones, puede ser físico o mediante cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.

Tanto que, la Gestión Logística, está encaminada en administrar de manera estratégica los productos, para su control, distribución y almacenamiento, de modo que, toda la información permita alcanzar la rentabilidad de la empresa de una manera más efectiva

Así con este concepto definido de manera amplia, concisa y muy explícita se puede decir que es de vital importancia en una empresa que quiere ser la número uno, la aplicación de la Gestión Logística, la cual permitirá un buen funcionamiento de su ente económico, por lo tanto dicha herramienta es el pilar de las grandes multinacionales que han mejorado su red de distribución, almacenamiento, producción, etc. y a derivado la atención y fidelidad del cliente, la Gestión Logística es vital de importancia, aplíquela en sus negocios, organizaciones, empresa en sí.

Soria (2007), afirma que “la Gestión Financiera emplea una diversidad de procedimientos que permiten evaluar la rentabilidad de las instituciones. Por lo tanto, logra suministrar los recursos necesarios que permitan la inversión eficaz y eficiente para el desarrollo y crecimiento de las instituciones, siendo capaz de alcanzar los objetivos y metas programadas” (p.7).

En el mismo sentido, Soria (2010) indicó que “La gestión financiera orienta a como se debe conseguir y utilizar los recursos financieros para la tomar decisiones acertadas y que apoyen a mejorar el rendimiento de la empresa” (p. 8).

Por su parte Córdoba (2012), señaló que la gestión financiera o las finanzas abarcan tres áreas importantes:

- “• La gestión financiera utilice eficientemente los recursos financieros.
- Los mercados financieros, la conversión de ahorros e inversión.
- La inversión financiera debe retribuir los recursos financieros de manera eficiente.

La gestión financiera permite fijar el valor de la empresa, así como las buenas decisiones, en la que, la función principal de las finanzas es delegar recursos, adquirirlos, y acertar invertirlos, y así mismo administrarlos eficientemente.

Requiere analizar las decisiones y acciones que tienen que ver con los mecanismos financieros adecuados para el cumplimiento de las tareas propuestas en la organización; es decir, es la que se encarga de convertir a la misión y visión en inversión monetaria.” (pp. 3-4).

El mismo autor enfatiza sobre la importancia de la gestión financiera en cualquier tipo de empresa para solucionar los problemas relacionados con la rentabilidad y liquidez, así como para mejorar los recursos financieros y humanos en pro del crecimiento de la organización.

### **Las Herramientas financieras.**

Groppelli (2000), recomienda que en la gestión financiera de una organización se deben emplear algunas herramientas en la administración de los negocios o recursos económicos y afirma que dichas herramientas deben ser aplicadas en las operaciones comerciales, industriales y de servicios.

Según Córdoba (2012), el equilibrio económico de las instituciones empresariales, descansa en la planeación financiera que abarca el área operativa y estratégica, pues ésta permite definir el rumbo de la organización para lograr sus metas y objetivos dentro de los plazos propuestos, tomando en consideración la realidad organizativa de la empresa.

### **Indicador de Desempeño**

#### **Incrementos de las ventas.**

Evalúa el incremento de las ventas del año actual en proporción a las ventas del año pasado y determina la eficiencia de los administradores, en cuando se utilice estrategias de gestión para implementar nuevos productos, se quiera ir a nuevos mercados; en las que se tiene en cuenta la imagen que tienen los clientes de la organización. Formula es:

$$\frac{\text{ventas del año actual}}{\text{ventas del año anterior}} - 1 \times 100$$

Índice de participación en el mercado.

Indicó la participación de la empresa que tiene en el sector que se encuentra; en la que se refleja en la demanda que tiene el producto o servicio que se ofrece.

$$\frac{\textit{ventas de la empresa} \times 100}{\textit{ventas del sector}}$$

Ratio de utilidad.

Margen bruto de la utilidad.

Señala en que porcentaje de la utilidad bruta de la empresa que se obtiene de las ventas realizadas en un determinado tiempo. Formula es:

$$\frac{\textit{Utilidad brut} \ 100}{\textit{Ventas netas}}$$

Ratio de Gestión.

Rotación de cuentas por cobrar (días). Esta ratio determina el número de días que demora la empresa en cobrar las ventas realizadas al crédito.

$$\frac{\textit{Cuentas por Cobrar Comerciales} \times 360}{\textit{ventas netas}}$$

Rotación de cuentas por cobrar (veces). Determina el número de veces en el periodo que cobra la empresa las ventas realizadas a crédito.

$$\frac{\textit{Cuentas por Cobrar Comerciales} \times 360}{\textit{ventas netas}}$$

Rotación de cuentas por cobrar (veces). Determina el número de veces en el periodo que cobra la empresa las ventas realizadas a crédito.

**Ventas Netas**  
***Cuentas por Cobrar Comerciales***

Soria (2010), definió la rentabilidad como “un índice que permite evaluar el resultado de la gestión de la empresa y su capacidad para generar riqueza, mediante la relación entre la utilidad o los beneficios obtenidos o la inversión o recursos que se utilizaron para obtenerlos” (p. 110).

Córdoba (2012), afirmó que la rentabilidad es “un vínculo porcentual que señala todo lo que se alcanzara a través de un periodo por cada recurso invertido. Por lo que podemos decir que, la rentabilidad es la evolución en el valor de un activo, más cualquiera distribución en efectivo, se expresa como un porcentaje del valor inicial. Es la relación entre los ingresos y los costos” (p. 15).

Tanaka, (2005), dijo que “los ratios de rentabilidad miden la eficiencia de las inversiones realizadas por las empresas”.

Rentabilidad de las Ventas Neta, se obtiene las utilidades en relación a las ventas ejecutadas y los resultados obtenidos se presentan en porcentajes, en la que, si se obtiene mayor coeficiente resultante, la situación de la empresa será beneficiosa. Formula es:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

Rentabilidad Neta de las Inversiones, se denomina también ROA nos señala la proporción de las inversiones realizadas, por lo que si nuestra inversión ha sido buena el resultado será alto, sin embargo, si fue mala tendrá bajos resultados, por lo que la fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

Rentabilidad del patrimonio (ROE), señala la tasa de crecimiento de las ganancias de la organización, la mide de forma aproximada a la utilidad por acción que ha tenido la empresa. La fórmula es:

$$\frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Patrimonio}}$$

Margen utilidad operativa, este ratio analiza la capacidad de las ventas para generar utilidad bruta. La fórmula es: (pp. 324-325)

$$\frac{\textit{Utilidad operativa}}{\textit{Ventas netas}}$$

Ortiz (2016), en su obra denominada Gestión Financiera, ofrece una definición indicando que sirve de instrumento de pago en todas las operaciones donde hay un intercambio de bienes y servicios.

Actualmente, la cantidad de operaciones económicas que sería imposible realizar sin la existencia del dinero como instrumento de intercambio y de pago, son incontables

La economía de las antiguas civilizaciones consistió en la subsistencia y el autoconsumo, ya que cada quien se procuraba los bienes que necesitaba, bien sea a través de la caza o bien aprovechando las bondades de la naturaleza, por lo que esas primeras civilizaciones no necesitaban del dinero, es decir no intercambiaban dinero por la obtención de bienes, pues no lo necesitaban como medio de pago.

Esos primeros pobladores sólo se ocupaban de cubrir necesidades básicas, relacionadas con la alimentación, seguridad, vestido, calzado y descanso. Ello cambió a medida que esos pobladores se establecieron en lugares específicos, dando origen a actividades como la agricultura, la ganadería, y por ende surge el trabajo, pues se iniciaron actividades de producción tanto el cultivo de la tierra como la cría de animales. No obstante, nace la necesidad de intercambiar bienes con las demás persona en virtud que una persona o un grupo determinado no puede producir todo lo que necesita.

De tal modo, que la persona que se destinará a trabajar la tierra, requerirá de herramientas para poder trabajar, dando origen al trueque, que consisten en intercambiar bienes por otros, es decir que una persona o un grupo familiar que trabajaba con la agricultura intercambiaba directamente parte de su producción por herramientas necesaria para sus labores, o por calzado, o vestido.

Sin embargo, este mecanismo de intercambio de bienes tenía sus dificultades porque la persona que tenía bienes demás debía hallar a alguien que lo necesitara y estar dispuestos a intercambiarlos entre sí, también se dificultaba con relación al valor de los bienes, ya que, al momento del trueque había que ponerse de acuerdo en cuanto a su valor con respecto al valor del otro bien.

Dado los problemas que presentó el trueque y, previo la aparición del dinero en sus diferentes presentaciones, se aceptó la utilización de algunos objetos como forma de pago, que iban a variar dependiendo de la civilización, por ejemplo en la India se utilizó la concha de cauri, en la China el arroz, en las islas de Yap los discos de piedra caliza y los caracoles, además de minutas herramientas, pero con el tiempo la utilización de estos objetos fue sustituida por metales como, oro, plata, cobre.

La creación del dinero es atribuida a los Lidios, de acuerdo a lo recogido por la historia por un griego conocido como Herodoto, quien comentaba que para el año 670 antes de Cristo, circularon monedas producto de aleaciones entre el oro y plata en un pueblo de Asia Menor.

Esa es la reseña sobre la aparición física del dinero en monedas, de oro, plata y bronce. Una de las principales funciones de la aparición del dinero lo constituye el simplificar las operaciones comerciales toda vez que el régimen monetario del momento, demandaba fijar precios de forma sencilla para facilitar el intercambio de bienes y servicios.

La aparición del dinero facilitó la división del trabajo, porque una persona se podía dedicar a una labor específica con la tranquilidad que los bienes que él no producía los podía conseguir con el intercambio de unas monedas. Haciendo innecesario buscar a quien necesitara los productos que él ofrecía

Para mejor funcionamiento del mercado, cada pueblo puso en circulación su propia moneda. A medida que se iba desarrollando el comercio y las transacciones económicas, la actividad comercial fue expandiéndose, pues se pasó de una escala local a una regional y nacional. No obstante, la moneda presentó dificultad como único medio de pago por su elevado peso y surgió el dinero de papel, cuyo respaldo eran depósitos de oro y plata de igual valor al papel emitido.

Los orfebres fueron los comisionados de realizar estos depósitos en cajas de seguridad. El público, les entregaban los metales y los orfebres procedían a elaborar un recibo que los comprometían a la devolución de la depositada en el momento de su requerimiento. Posteriormente los recibos se podían emitir al portador y las operaciones de compra y venta eran respaldadas con la emisión de recibos por el valor que se fijara al producto. De ahí surgen los banqueros y también el papel moneda.

Dada la comodidad de realizar operaciones con papel moneda se abandonó el reclamo de la cantidad en oro que indicaba el recibo, dándose inicio al reconocimiento de deudas a través de la emisión de dinero en papel, cuya emisión quedó exclusivamente a cargo del Estado

Actualmente, gracias al sistema financiero existente y a las nuevas tecnologías no se hace necesario el uso de monedas y billetes, ya que se pueden emplear otros medios para las operaciones y transacciones.

El dinero destaca dentro de la sociedad como un instrumento de pago más aceptado dentro de las transacciones económicas que favorece el comercio, pues, a parte de facilitar las operaciones sirve para establecer y fijar el valor de los bienes y servicios comercializados

De igual forma, el dinero puede ser acumulado y recolectado para un uso posterior y para que sirva de instrumento de cambio por bienes y servicios necesario en un futuro.

Las empresas públicas y privadas, en el sistema financiero; vienen a ser unidades económicas, ello significa que la existencia de las de unidades económicas deficitarias o con superávit.

En el caso de las deficitarias los depósitos de valor superan los ingresos en un momento determinado, por el contrario, cuando los ingresos de la unidad económica en un determinado periodo de tiempo superan los gastos estamos frente a una unidad económica excedentaria.

Las instituciones cuyo cometido es canalizar los excedentes de las unidades económicas para encauzarlos a las unidades económicas deficitarias es lo que se conoce como sistema financiero, cuyas principales funciones es atraer el capital sobrante de las unidades excedentarias a cambio de una ganancia económica por el depósito, asimismo, buscan poner recursos a la disposición de las unidades deficitarias a los fines que se realicen inversiones, a cambio del pago de intereses bajo ciertas condiciones de garantía.

Adicionalmente, dentro de sistema financiero se debe buscar la estabilidad económica de las instituciones a través de la flexibilización y la asignación de instrumentos adecuados para el control dentro del sistema, mediante métodos que faciliten el intercambio financiero. De la misma forma, los activos o productos financieros sirven de instrumentos a través del cual las unidades económicas negocian sus activos con las unidades económicas que los reciben, las cuales adquieren una obligación de pago.

De tal modo que los mercados financieros vienen a ser todos los instrumentos y mecanismos que posee el sistema financiero para facilitar de forma eficiente el intercambio de recursos financieros.

Actualmente ya no se necesita un espacio físico para coordinar una negociación, ya que con los avances tecnológicos y el desarrollo de la economía cualquier negociación se puede llevar a cabo a través de la red, o por vía telefónica o por video conferencia.

El mercado financiero tiene como función lograr la coexistencia entre las unidades económicas ofertando sus productos, pues será el agente encargado de enlazar a los ahorradores y los inversionistas, logrando un beneficio para ambas partes, tratando de determinar un precio justo a los activos, para que provoque una retribución al ahorrador, mientras el que invierte pague por lo percibido.

Se encuentra también que el mercado financiero siempre facilitara el saldo de sus bienes, en el sentido que, la cantidad de dinero depositada por un ahorrador puede ser recuperada antes

del margen de tiempo establecido, por la garantía de la liquidez que ofrece el mercado financiero ineludible para que los activos se cambien en dinero, incluso antes de plazo.

Se hace necesario que la actividad de los mercados financieros desarrolle ciertas características que permitan una actividad normal, es decir, los mercados deben gozar de libertades y no pueden existir barreras ni limitaciones para el crecimiento de las unidades económicas, por ello, es indispensable que todas las partes intervinientes accedan a la información necesaria relacionadas con el mercado, de una manera transparente y sin costos exagerados

Es vital, que los mercados ofrezcan múltiples negociaciones de manera que los oferentes puedan optar por adquirir lo que convenga a sus intereses, también debe existir suficientes opciones de compra y venta, para que exista la posibilidad de elegir el que satisfaga la necesidad de cada agente económico, dentro de un ambiente flexible capaz de reaccionar a cualquier cambio económico del mercado y adaptarse rápidamente a la situación nueva

De acuerdo a los diversos criterios se puede hacer una clasificación de los mercados financieros, si atendemos a los productos que se negocian en la Bolsa, lo calificaríamos en un mercado de capitales y en caso de que el criterio sea la vida de los mercados estaríamos en presencia de un mercado secundario.

Por ello, existen mercados primarios, donde las empresas gozan de financiamiento que vienen de los ahorradores, toda vez que dichos activos de la empresa emisora al ahorrador, por lo que en una primera fase el activo pasa directamente del que requiere financiamiento al que ofrece la financiación.

En el caso de los mercados secundarios encontramos que quien acude a ahorrar con las compras de activos en un mercado primario, posteriormente se dirigen al mercado secundario, con la opción de ofrecer sus activos, y recobrar la inversión. De igual forma, aquellos que no han asistido a un mercado primario para ubicar su ahorro, tienen la opción de acudir al mercado secundario para conquistar una renta mediante el beneficio de activos financieros.

En el caso de que se atiende a la formalidad de los productos negociados, nos encontramos con mercados directos donde no existen intermediarios entre oferentes y ahorradores. Todo lo contrario, en el caso en que al menos una de las partes intervinientes en la negociación sea un intermediario financiero, situación en la cual el intermediario enlaza a las partes intervinientes a cambio de una comisión por el servicio prestado.

Cuando se atiende a la naturaleza de los productos a negociar, se habla de mercados monetarios, donde hay negociaciones a corto plazo de activos financiero de gran liquidez y con muy bajo riesgo. Dentro de este tipo de mercados monetarios puede estar presente tanto mercados interiores como mercados de Divisas, a pesar de su alto riesgo.

El mercado de capitales se encarga de negociar activos a largo plazo, esto es, los que tardaran más de un año en transformarse en liquidez. En este caso existe mayor riesgo por una menor liquidez a cambio de una mayor rentabilidad.

En el caso de atender al nivel de organización, encontramos los mercados organizados en donde se controla y se reglamenta el intercambio de activos, significando que los participantes saben sobre las reglas que regulan la transacción. Cuando se trata de mercados no organizados, estamos en presencia de la flexibilización de las normas y los intervinientes pueden establecer las condiciones en que van a regir sus transacciones.

Cuando interviene autoridad, los mercados financieros serán mercados libres porque el precio de los activos objeto de negociación se fija libremente sin intervención de autoridades, solo interviene la fuerza de la oferta y la demanda, por su parte, los mercados regulados la administración es quien se encarga de establecer el precio de los activos financieros y/o la cantidad de los mismos.

Como se puede observar al mercado financiero conviven las unidades económicas excedentarias con las deficitarias, a pesar que ambas tienen diferentes propósitos, ya fue explicado, pero se hace necesario la intervención de los intermediarios financieros para que puedan confluir ambas unidades económicas en beneficio de sus intereses.

Dentro de las funciones de los intermediarios financieros esta enlazar a los intervinientes para generar confianza, ofreciendo suficientes garantías tanto a quienes ahorran como a quienes invierten, con propuestas de flexibilidad que permitan ajustarse a los cambios que da la economía, y con productos adecuados a las necesidades de los participantes.

Quienes se van a encargar de cobrar y pagar los productos financieros serán los intermediarios, mediante las facilidades en la ejecución de las transferencias de fondos, éstos pueden ser clasificados como intermediarios financieros Bancarios, quienes ocupan un importante sitio dentro del sistema financiero, en el caso de los no bancarios financieros son los que efectúan una labor exclusiva de intermediación sin interferir en la transformación de los activos.

Los activos son denominados productos financieros, no obstante, cabe aclarar que dentro de los productos financieros hay activos y pasivos. De modo que desde el punto de vista que se vea un mismo producto financiero constituye, o un activo o un pasivo.

En relación a los activos financieros, cuyos contratos están recogidos en documentos, por medio de ellos el banco deja constancia de las condiciones los plazos y las formas en las que se ejecutará la transferencia de los fondos.

Los activos tienen una serie de características comunes dentro del mercado existen que van a permitir comparaciones y formas de elegir el que más se aproxime a lo que se requiere en un momento determinado, siendo la liquidez de un activo tal característica.

La liquidez busca medir la sencillez que tiene un activo para convertirse en dinero líquido, esto significa, que se debe tomar en cuenta el tiempo y los cambios en el valor. De modo que cuando un activo de manera fácil se puede convertir en dinero significa que tiene liquidez, en el caso contrario, es decir cuando el plazo de tiempo es largo para convertirse en dinero, pues no la tiene.

El riesgo representa otra de las características que tiene los activos financieros, pues el quien debe pagar puede que no acuda a hacer frente a su obligación al vencimiento del mismo. De modo que cobra fuerza la solvencia del emisor y las garantías que sostengan a dicho activo.

Los activos presentan varios riesgos tomando en consideración la posible pérdida que puede sufrir los activos. Los créditos tienen como riesgo asociado la pérdida de dinero invertido, si quien debe pagar la obligación no lo hace. El tipo de interés va a llevar también un riesgo asociado, pues los intereses del mercado pueden no ser favorables y diferir mucho del momento de compra al de venta.

También existe un riesgo asociado al tipo de cambio en los casos de inversiones en moneda extranjera.

Otra de las características que tienen los activos financieros es la rentabilidad, que no es otra cosa que la capacidad de que el activo genere intereses para recompensar al comprador, por la cesión de sus fondos y por el riesgo asumido al realizar dicha cesión.

Los activos financieros como antes se indicó tienen una serie de características que están relacionadas, una está siempre en función de otra. Ellas son la rentabilidad y el riesgo, es decir, que están conectadas directamente porque a mayor riesgo en un activo, mayor rentabilidad y a menor riesgos menor rentabilidad.

En el caso de la relación entre la rentabilidad y la liquidez es a la inversa, a mayor liquidez menor rentabilidad y a poca liquidez, mayor rentabilidad.

De acuerdo al criterio, los activos financieros tienen su clasificación, de acuerdo a la naturaleza jurídica de la entidad que los emite, pueden ser públicas o privadas, así nos vamos a encontrar con:

- **Activos públicos:** son los emitidos por entidades públicas, es decir, por el Estado, por las Comunidades Autónomas, por los Ayuntamientos, o por cualquier otro organismo público.
- **Activos privados:** son los proferidos por cualquier sociedad o empresa privada. El principal ejemplo son las acciones.

Según el nacimiento de los activos, los mismos pueden ser emitidos por las entidades que ofrecen la financiación o pueden ser emitidos por intermediarios, que canalizan fondos y los

prestan a quien se los solicite, cobrando comisión por sus servicios. En este caso nos encontramos con:

- Activos primarios: La entidad que precisa el financiamiento lo emite directamente, y recogidos también directamente por los ahorradores, que ofrecen esa financiación.
- Activos secundarios: son los creados o emitidos por intermediarios financieros, primordialmente son los bancos, toda vez que son los recolectores del ahorro y, posteriormente, lo ofrecen a los inversores en forma de préstamos.

De acuerdo al plazo de vencimiento que presenten. Se toma en cuenta la liquidez que presenten los activos, esto es, la sencillez para cristalizarse en dinero, de forma rápida y sin reducir su valor. Así, ordenados de mayor a menor liquidez, Activos a la vista: éstos presentan el mayor grado de liquidez, ya que se amortizan con la presentación de los mismos. Dentro de estos activos tenemos los billetes y las monedas.

- Activos a corto plazo: el vencimiento es inferior a un año.
- Activos a largo plazo: el vencimiento es superior a un año.
- Activos perpetuos: nunca se amortizan.

Según Gestion.ORG, balance consiste en un documento contable con el que se puede determinar la situación económica de una empresa en un periodo de tiempo que se requiera, y se constituye a través del activo y el pasivo, esto es de gran importancia cuando se realiza el planteamiento del análisis financiero de la empresa, especialmente para pero sobre todo para tener información en relación a su buen funcionamiento.

Luego de esto, se afirma que a través del activo se recogen los fondos y en el pasivo los orígenes. El activo es el conjunto de patrimonios y derechos pertenecientes a la empresa. Además de esto podemos decir que existe el activo corriente que son los bienes y derechos que se permanezcan menos de un año en la empresa y los activos no corriente que son los que persistan más del año en la empresa.

El pasivo es el conjunto de patrimonios monetarios pertenecientes a la empresa que se derivan del desarrollo de sus funciones y apreciaciones de inmediatos gastos, se puede decir

que hay dos tipos de pasivo, el corriente que son las deudas adquiridas a corto plazo, acreedores comerciales, provisiones, entre otros y los no corrientes que son provisiones, periodizaciones, deudas, acreedores a largo plazo.

El patrimonio neto es el que genera la diferencia entre el activo y el pasivo en la empresa, a través del balance podemos identificar lo que la empresa debe y lo que tiene, su situación financiera actual tomando en consideración los valores de los activos.

Existen varios balances a tener en cuenta a la hora de valorar la situación financiera de la empresa, y son el balance de apertura, el balance final y los balances parciales.

El balance también es importante para la cuenta de resultados, que es la que recoge el beneficio o la pérdida de la empresa durante el ejercicio económico, que se suele medir en un año. Digamos que la principal diferencia entre ambos conceptos es que el balance es la fotografía de la empresa en un momento determinado y la cuenta de resultados sería la película de la actividad a lo largo del ejercicio de ese año.

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema principal:**

¿En qué medida se da la Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018?

### **1.4.2 Problemas Específicos:**

¿En qué medida se dan los Costos de los Productos en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018?

¿En qué medida se dan los Precios de los Productos en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018?

¿En qué medida se dan los Costos Unitarios de los Artículos en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, en independencia 2018?

¿En qué medida se dan los Costos de Personal en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, en independencia 2018?

## 1.5 Justificación del Estudio

Este trabajo de investigación se justificó por las siguientes razones:

**Conveniencia:** Con este trabajo se busca apoyar a la empresa en el mejoramiento de su rendimiento, en el sentido que la gestión financiera sea eficiente y se acople a las necesidades y objetivos de la organización, acogiendo las decisiones más favorables y que coadyuven en las operaciones y por ende en la rentabilidad de la empresa.

**Relevancia:** La relevancia de este trabajo viene dada porque representa un aporte tanto en el ámbito estudiantil, como en el ámbito empresarial, al figurar como una alternativa para el mejoramiento en el rendimiento y rentabilidad de una empresa.

**Valor Práctico:** El propósito de la investigación no es otro que ofrecer un plan de gestión financiera que coadyuve a incrementar el rendimiento de la empresa, pues se ofrece una serie de estrategias basadas en la realidad de la empresa y en su entorno, y ello permitirá acertar en la toma de decisiones y en la obtención de resultados favorables que redunde en el éxito de la organización

**Valor Teórico:** Su valor teórico viene dado porque es una herramienta de gestión en la que se pueden obtener resultados favorables que permitan mantenerse en la vanguardia dentro del mercado y de los negocios.

**Valor Metodológico:** Esta investigación puede servir como mecanismo o como ejemplo para medir variables y comparar otros estudios relacionados con el objetivo y tema de estudio.

### 1.5.1 Justificación Práctica.

La investigación se justificó, porque con los aportes de este trabajo se beneficiará el dueño de la empresa Malena Catering & Eventos pues aprenderá a manejar con eficiencia la **Gestión Financiera** de una empresa, sin importar el tamaño de esta, con la aplicación del

conocimiento, para poder planificar todos los costos de la empresa y así crear una base de datos con las que pueda planificar las ganancias necesarias para su expansión.

Aunado a esto, esta investigación puede ser referencia y apoyo para los empresarios que presentan problemas de consolidarse en el mercado, ya que proporciona una experiencia de primera mano del éxito que se puede lograr al manejar de una manera eficiente los Estados Financieros de una empresa y que lo lleven a materializar los objetivos que se persigan en la **Gestión Financiera** de la misma.

### **1.5.2 Justificación Metodológica.**

El uso de los conocimientos de la **Gestión Financiera**, así como de la Contabilidad de Costos, ayuda a las empresas emergentes a racionalizar sus procesos operacionales, adquirir un mayor control sobre sus negocios y plantear una serie de cambios metodológicos en la Gestión.

Asimismo, reforzó la Gestión Administrativa y Logística, con lo cual se favorece la rentabilidad económica.

## **1.6 Objetivo**

### **1.6.1 Objetivo General**

Determinar en qué medida se da la Gestión Financiera en la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.

### **1.6.2 Objetivo Específicos**

Determinar en qué medida se dan los Costos de los Productos en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.

Determinar en qué medida se dan los Precios de los Productos en la Gestión Financiera en la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.

Determinar en qué medida se dan los Costos Unitarios de los artículos en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.

Determinar en qué medida se dan los Costos de Personal en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.

## **II. Método**

## **2.1 Diseño del estudio**

Esta investigación fue diseñada de manera no experimental, ya que no se manipuló la variable, siendo esta tal y como se muestra en el campo.

## **2.2 Variables, operacionalización**

### **2.2.1 Variable**

Gestión Financiera, es uno de los métodos que ayudan determinar valores y la toma de decisiones en las asignaciones, adquisiciones y administración de los recursos, asimismo se encarga de hacer un análisis a las decisiones y acciones necesarias en las tareas de las organizaciones, incluyendo su logro, utilización y control, Cruz (2006).

### **2.2.2 Operacionalización de las Variables**

Tabla 1

*Matriz de operacionalización de la variable: Gestión Financiera*

| Variable                  | Definición Conceptual   | Definición Operacional  | Dimensiones  | Indicadores  | Ítems                      | Escala de medición |
|---------------------------|---|---|--|--|----------------------------|--------------------|
| <b>Gestión Financiera</b> | <p><b>Pablo Nunes (2016)</b> La Gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros.</p> <p>Es decir, la función financiera integra:</p> | <p>La Gestión Financiera se traduce en los resultados que se plasman en el Estado de Ganancias y Pérdidas. Los resultados de este reporte es lo que me dice cuanto estoy ganando o perdiendo en la operación de la empresa y si es suficiente</p> | <p><b>Costos de productos.</b></p> <p><b>Precios de Productos.</b></p> | <p>Costos de Abarrotes</p> <p>Costos de Licores</p> <p>Costos de Verduras</p> <p>Costos de Carnes</p> <p>Costos de materiales de embolsado.</p>  | 1, 2, 3,4                  | Cuantitativo       |
|                           |   |   |  | <p>Precios de Bocaditos Saldos</p> <p>Precios de Bocaditos Dulces.</p> <p>Precios de Cocteles.</p> <p>Precios de Platos de Fondo.</p> <p>Precio de Platos de entrada.</p> <p>Precios de Plato de Postre.</p> <p>Precio de Cubierto de Bufet.</p> <p>Precio de Torta.</p> <p>Costo de Plato de Fondo</p> <p>Costo de Plato de Entrada.</p> <p>Costo de Plato de Postre.</p> | 5,6,7,8,9<br>,10,11,1<br>2 | Cuantitativo       |

|   |  |              |
|---|--|--------------|
| La determinación de las necesidades de recursos financieros.                        | Costos de Cubiertos.                                 | Cuantitativo |
|   | Costo de Olla de Barro                               |              |
|   | Costo de Azafates de Plaque.                         |              |
|   | <b>Costos</b>  |              |
| La consecución de financiación según su forma más beneficiosa.                      | <b>Unitarios de</b>                                  |              |
|   | <b>Artículos.</b>                                    |              |
|   | Costo de Azafate de Cerámica. 13,14,15               |              |
|   | Costo de Servilletas de Razo ,16,17,1                |              |
|   | Costo de Olla Arrocera. 8,19                         |              |
|   | Costo de Uniforme.                                   |              |
|   | Costo de Vaso de Cristal                             |              |
| La aplicación juiciosa de los recursos financieros, el análisis financiero.         | Costo de Copa de Vino de Cristal.                    | Cuantitativo |
|   | Costo de Copa de Champagne de Cristal.               |              |
|   | Costo de Copa de Coctel.                             |              |
| El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones. | Costo de Vaso Wiskero{                               |              |
|   | <b>Costo del personal</b>                            |              |
|   | Costo de pago de Mozos 20,21,22                      |              |
|   | Costo de pago de Ayudante de cocina. 23,24,25,26,27, |              |
|   | Costo de pago de Chef. 28,29,30                      |              |
|   | Costo de pago de SCRT ,31                            |              |

### 2.3. Población y muestra del estudio

#### 2.3.1 Población

En relación a la población este fue constituido por Reportes Financieros de los periodos 2017- 2018.

Tabla 2

*Reportes financieros*

| Reportes Financieros |             |       |
|----------------------|-------------|-------|
| Población            | 2017 – 2018 | Nº 27 |

#### 2.3.2 Muestra

Como parte de la muestra se definió que esta será realizada tipo muestro no probabilístico por conveniencia, ya que la muestra de la población está y es conocida por el investigador.

Tabla 3

*Muestra no probabilística por conveniencia*

|         |   |       |
|---------|---|-------|
| Muestra | Muestreo no<br>Probabilístico por<br>conveniencia | Nº 27 |
|---------|---|-------|

### 2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

#### 2.4.1 Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Tabla 4

*Técnicas e instrumentos de recopilación de información*

| Técnicas             | Instrumentos                |
|----------------------|-----------------------------|
| Ficha de observación | Guía de análisis documental |

### 2.4.2 Validez y fiabilidad de los instrumentos

Para la validez se utilizó la fórmula Aiken, el cual ayudará a evaluar su significación estadística y asimismo ver si el coeficiente es uno de los más apropiados.

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

Figura 1 *Formula Aiken*

Siendo:

S = la sumatoria de si

s1 = Valor asignado por el juez i,

n = Número de jueces

e = Número de valores de la escala de valoración (2. en este caso)

Por otra parte, la confiabilidad, se calculó entre otras formas mediante la aplicación del Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = N/(N-1)X(1- \Sigma SI^2/S^2)$$

Donde:

$\alpha$  = Coeficiente de Confiabilidad de Alpha Cronbach.

N= Número de ítems.

$\Sigma Si^2$  =Varianza de los ítems.

$\Sigma S t^2$  = Varianza total del instrumento.

Asimismo, se llegó a contar con la evaluación de tres expertos relacionados con el tema señalado, como un metodólogo y temáticos, quienes serán los encargados de analizar y evaluar las dimensiones del presente estudio.

## 2.5 Métodos de análisis de datos

Estadística Descriptiva; (Santillán, 2016), Es la rama de la estadística más popular y conocida. Su principal objetivo es el de analizar variables y posteriormente describir los resultados obtenidos de dicho análisis.

La estadística descriptiva busca describir un grupo de datos con el objetivo de señalar de forma precisa las características que definen a dicho grupo.

Se puede decir que esta rama de la estadística es la responsable de ordenar, resumir y clasificar los datos resultantes del análisis de la información derivada de un grupo.

Algunos ejemplos de la estadística descriptiva pueden incluir los censos de población de un país en un año determinado o el número de personas que fueron recibidas en un hospital dentro de un margen de tiempo determinado forma parte de las dos ramas fundamentales en las que se divide la estadística, la ciencia exacta que se encarga de extraer información de diversas variables, midiéndolas, controlándolas y comunicándolas en caso de que haya incertidumbre.

De esta manera, la estadística tiene como objetivo cuantificar y controlar comportamientos y eventos tanto científicos como sociales.

La estadística descriptiva se encarga de resumir la información derivada de los datos relativos a una población o muestra. Su objetivo es sintetizar dicha información de forma precisa, sencilla, clara y ordenada.

Es así como la estadística descriptiva puede señalar los elementos más representativos de un grupo de datos, conocidos como datos estadísticos. En pocas palabras, este tipo de estadística se encarga de hacer descripciones de dichos datos.

La Estadística descriptiva, está compuesta de ciertos conceptos y categorías que forman parte exclusivamente del campo de la estadística descriptiva. Algunos se listan a

continuación:

**Dispersión:** es la diferencia que existe entre los valores incluidos dentro de una misma variable. La dispersión también incluye el promedio de dichos valores.

**Promedio:** es el valor que resulta de la sumatoria de todos los valores incluidos en una misma variable y la posterior división del resultado por el número de datos incluidos en la sumatoria. Se define como la tendencia central de una variable.

**Sesgo o curtosis:** es la medida que indica qué tan inclinada es una curva. Es el valor que indica la cantidad de elementos que se encuentran más próximos al promedio. Existen tres tipos diferentes de sesgo (leptocúrtica, mesocúrtica y platicúrtica), cada uno de ellos indica qué tan alta es la concentración de datos alrededor del promedio.

**Gráficos:** son la representación gráfica de los datos obtenidos del análisis. Usualmente, son utilizados diferentes tipos de gráficos estadísticos, incluidos los de barras, circulares, lineales, poligonales, entre otros-

**Asimetría:** es el valor que muestra la manera como los valores de una misma variable se encuentran repartidos con relación al promedio, puede ser negativa, simétrica o positiva.

## **2.6. Aspectos Éticos**

En la presente investigación se investigó la honestidad de la información obtenida en el presente trabajo, por lo cual todos los datos que se obtengan fueron veraces.

Se mantuvo en reserva o silencio de la identidad de la fuente informativa en el cumplimiento de la palabra empeñada.

Se mantuvo congruencia con lo que se realice y con la realidad de la empresa.

Asumir los compromisos y riesgos que se genere en la investigación. Código de Ética de la Investigación de la UCV.

### **III. RESULTADOS**

### 3.1 Resultados de Validez

A continuación, se muestra los resultados del análisis que a través del método de Aiken hemos obtenido, siendo la lectura de la siguiente manera, según se muestra en el cuadro seguido:

Tabla 5

*Validez basado en el contenido a través de la V de Aiken*

| Nº Ítems |             | □   | DE   | V Aiken |
|----------|-------------|-----|------|---------|
| Ítem 1   | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 2   | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 3   | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 4   | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83    |
|          | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 5   | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67    |
|          | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00    |

|         |             |     |      |      |
|---------|-------------|-----|------|------|
| Ítem 6  | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 7  | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 8  | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 9  | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
| Ítem 10 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
| Ítem 11 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 12 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 4   | 0.00 | 1.00 |

---

|         |             |     |      |      |
|---------|-------------|-----|------|------|
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 13 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 14 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 15 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 16 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 17 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 18 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 19 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |

---

---

|         |             |     |      |      |
|---------|-------------|-----|------|------|
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 20 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 21 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 22 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 23 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 24 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 25 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |

---

|         |             |     |      |      |
|---------|-------------|-----|------|------|
| Ítem 26 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 27 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 28 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 29 | Relevancia  | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Pertinencia | 3   | 0.00 | 0.67 |
|         | Claridad    | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
| Ítem 30 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 31 | Relevancia  | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5 | 0.71 | 0.83 |
|         | Claridad    | 4   | 0.00 | 1.00 |

Para la validez de ello, se estableció 4 dimensiones de la gestión financiera, formulando de esta manera 31 preguntas basado con el contenido de validez a través de la V de Aiken.

### 3.2 Resultados de Confiabilidad

Tabla 6

*Fiabilidad*

| Variable           | Alfa de cronbach | N de elementos |
|--------------------|------------------|----------------|
| Gestión financiera | ,811             | 31             |

**Interpretación:** El Alfa llamado Alpha de Cronbach de este instrumento de medición de la variable en estudio, el cual está conformado por treinta y uno Ítems politonómicos tienen un coeficiente de 0'866, el mismo que es considerado como alta, es decir que la confiabilidad del cuestionario es bastante buena.

### 3.3 Estadística Descriptiva

Tabla 6

*El costo de los productos está por debajo del rango de referencia*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 20        | 0.74        | 74%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 74% señala que nunca el costo de los productos está por debajo del rango de referencia, el 7% indica siempre y a veces, el 7% señala casi nunca y el 4% establece que casi siempre.

Tabla 7

*Los costos de los productos son variables*

|              | <b>fi</b> | <b>hi</b>   | <b>%</b>    |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 6         | 0.22        | 22%         |
| Casi siempre | 15        | 0.56        | 56%         |
| A veces      | 4         | 0.15        | 15%         |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 56% señala que casi siempre los costos de los productos son variables, el 22% indica siempre, el 15% muestra que a veces, el 7% señala casi nunca.

Tabla 8

*Los costos de los productos siempre son fijos*

|              | <b>fi</b> | <b>hi</b>   | <b>%</b>    |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 6         | 0.22        | 22%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 16        | 0.59        | 59%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 59% señala que nunca el costo de los productos siempre son fijos, el 22% indica siempre, el 11% señala casi siempre y el 4% establece que a veces y casi nunca.

Tabla 7

*Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad.*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 7         | 0.26        | 26%         |
| Casi siempre | 12        | 0.44        | 44%         |
| A veces      | 5         | 0.19        | 19%         |
| Casi nunca   | 3         | 0.11        | 11%         |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 44% señala que casi siempre Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad, el 26% indica siempre, el 19% señala a veces y 11% establece que casi nunca.

Tabla 8

*Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 5         | 0.19        | 19%         |
| Nunca        | 16        | 0.59        | 59%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 59% señala que nunca Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato, el 19% indica que casi nunca, el 11% señala que casi siempre, el 7% establece que a veces y el 4% muestra que siempre.

Tabla 9

*Los precios se pueden modificar en el Catalogo*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 4         | 0.15        | 15%         |
| Casi siempre | 2         | 0.07        | 7%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 3         | 0.11        | 11%         |
| Nunca        | 17        | 0.63        | 63%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 63% señala que nunca Los precios se pueden modificar en el Catálogo, el 15 % indica que siempre, el 11% señala que casi nunca, el 7% establece que casi siempre y el 4% muestra que a veces.

Tabla 10

*Sus precios son mejores que de la competencia*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 21        | 0.78        | 78%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 78% señala que siempre sus precios son mejores que de la competencia, el 11 % indica que casi siempre, el 7% señala que a veces, el 4% establece que casi nunca.

Tabla 11

*Los precios de los productos son atractivos para los clientes*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 8         | 0.30        | 30%         |
| Casi siempre | 14        | 0.52        | 52%         |
| A veces      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 52% señala que casi siempre los precios de los productos son atractivos para los clientes, el 30 % indica que siempre, el 11% señala que a veces, el 7% establece que casi nunca.

Tabla 12

*Puedo diferenciar el precio por cliente*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 17        | 0.63        | 63%         |
| Casi siempre | 6         | 0.22        | 22%         |
| A veces      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 63% señala que siempre puedo diferenciar el precio por cliente, el 22 % indica que casi siempre, el 11% muestra que a veces, el 4% establece que casi nunca.

Tabla 13

*Los precios están alienados a los de la competencia*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 8         | 0.30        | 30%         |
| Nunca        | 14        | 0.52        | 52%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 52% señala que nunca Los precios están alienados a los de la competencia, el 30 % indica que casi nunca, el 11% muestra que siempre, el 4% establece que casi nunca y a veces.

Tabla 14

*Se tiene precios para cierto tipo de segmentos*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 23        | 0.85        | 85%         |
| Casi siempre | 4         | 0.15        | 15%         |
| A veces      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 85% señala que siempre Se tiene precios para cierto tipo de segmentos, el 15 % indica que casi siempre.

Tabla 15

*Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 20        | 0.74        | 74%         |
| Casi siempre | 4         | 0.15        | 15%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 74% señala que siempre Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria el 15 % indica que casi siempre, el 7% muestra que a veces, el 4% establece que casi nunca.

Tabla 16

*Se puede variar el stock de los artículos a alquilar*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 25        | 0.93        | 93%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 93% señala que siempre Se puede variar el stock de los artículos a alquilar, el 4 % indica que casi siempre y a veces.

Tabla 19

*Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi siempre | 2         | 0.07        | 7%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 20        | 0.74        | 74%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 74% señala que nunca Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato, el 7 % indica que casi siempre, siempre y casi nunca, el 4% muestra que a veces.

Tabla 17

*Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi siempre | 0         | 0.00        | 0%          |
| A veces      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 26        | 0.96        | 96%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 96% señala que nunca Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catálogo, el 4 % indica que casi nunca.

Tabla 18

*Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 23        | 0.85        | 85%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 85% señala que siempre Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos, el 11 % indica que casi siempre, el 4% establece que a veces.

Tabla 19

*Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 26        | 0.96        | 96%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 96% señala que siempre Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente, el 4 % indica que casi siempre.

Tabla 20

*Cuenta con un stock suficiente de menaje.*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 10        | 0.37        | 37%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 11        | 0.41        | 41%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 41% señala que nunca Cuenta con un stock suficiente de menaje, el 37 % indica que siempre, el 11% establece que casi siempre, el 7% muestra que a veces, el 4% anuncia que casi nunca.

Tabla 21

*Puede brindar un servicio de alquiler y una atención en paralelo.*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 6         | 0.22        | 22%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 13        | 0.48        | 48%         |
| Nunca        | 3         | 0.11        | 11%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 48% señala que casi nunca Puede brindar un servicio de alquiler y una atención en paralelo, el 22 % indica que siempre, el 11% establece que casi siempre y nunca, el 7% muestra que a veces.

Tabla 22

*El personal es fijo*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 18        | 0.67        | 67%         |
| Casi siempre | 5         | 0.19        | 19%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 1         | 0.04        | 4%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 67% señala que siempre el personal el fijo, el 19 % indica que casi siempre, el 7% establece a veces, el 4% muestra que casi nunca y nunca.

Tabla 23

*El personal es variable*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 20        | 0.74        | 74%         |
| Casi siempre | 6         | 0.22        | 22%         |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 74% señala que siempre el personal es variable, el 22% indica que casi siempre, el 4% establece a veces.

Tabla 24

*Es fácil conseguir personal adicional*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 19        | 0.70        | 70%         |
| Casi siempre | 3         | 0.11        | 11%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 1         | 0.04        | 4%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 70% señala que siempre es fácil conseguir personal adicional, el 11 % indica que casi siempre, el 7% establece a veces y casi nunca, el 4% muestra que nunca.

Tabla 25

*Tiene Facilidad de conseguir personal capacitado*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi siempre | 21        | 0.78        | 78%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 78% señala que casi siempre tiene facilidad de conseguir personal capacitado, el 11 % indica que siempre, el 7% establece a veces, el 4% muestra que casi nunca.

Tabla 26

*Cuenta con Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento.*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 25        | 0.93        | 93%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 93% señala que siempre cuenta con Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento, el 4% indica que casi siempre y a veces.

Tabla 27

*Puede modificar lo que se le paga al personal por evento.*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 2         | 0.07        | 7%          |
| Nunca        | 20        | 0.74        | 74%         |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 74% señala que nunca Puede modificar lo que se le paga al personal por evento, el 11% indica que siempre, el 7% establece que casi nunca, el 4% muestra que casi siempre y a veces.

Tabla 28

*El pago al personal es al contado después del evento*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 26        | 0.96        | 96%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 96% señala que siempre El pago al personal es al contado después del evento, el 4% indica que casi siempre.

Tabla 29

*El pago es por planilla en periodos mensuales*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi siempre | 0         | 0.00        | 0%          |
| A veces      | 0         | 0.00        | 0%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 27        | 1.00        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 100% señala que nunca El pago es por planilla en periodos mensuales.

Tabla 30

*El pago proporcional al costo del evento*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 23        | 0.85        | 85%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 1         | 0.04        | 4%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 85% señala que siempre El pago es proporcional al costo del evento, el 4% establece que casi siempre, a veces, casi nunca y nunca.

Tabla 31

*El personal se siente satisfecho con el pago*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 25        | 0.93        | 93%         |
| Casi siempre | 1         | 0.04        | 4%          |
| A veces      | 1         | 0.04        | 4%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 93% señala que siempre El personal se siente satisfecho con el pago, el 4% establece que casi siempre y a veces.

Tabla 32

*Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 18        | 0.67        | 67%         |
| Casi siempre | 7         | 0.26        | 26%         |
| A veces      | 2         | 0.07        | 7%          |
| Casi nunca   | 0         | 0.00        | 0%          |
| Nunca        | 0         | 0.00        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 67% señala que siempre Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento, el 26% establece que casi siempre, el 7% indica que a veces.

Tabla 33

*La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras*

|              | fi        | hi          | %           |
|--------------|-----------|-------------|-------------|
| Siempre      | 3         | 0.11        | 11%         |
| Casi siempre | 18        | 0.67        | 67%         |
| A veces      | 4         | 0.15        | 15%         |
| Casi nunca   | 1         | 0.04        | 4%          |
| Nunca        | 1         | 0.04        | 4%          |
| <b>Total</b> | <b>27</b> | <b>1.00</b> | <b>100%</b> |

**Interpretación:** Del 100% de los reportes observados, el 67% señala que La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras, el 15% establece que a veces, el 11% siempre, el 4% indica que casi nunca y nunca

## **IV. Discusión**

Una vez descripto y analizado los resultados recopilados, podemos observar que la gestión financiera en la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, existen variables de concuerdan en similitud con lo investigado, así como diferencias entre en determinadas variables.

A continuación, se hablará de los siguientes resultados:

Se puede decir, que una vez obtenido todos los resultado , observamos que el 74 % señala que siempre los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria , es así que este resultado valida lo que menciona el autor Martínez Gonzalo, J.M. (2016) en su trabajo denominado “Modelo de gestión financiera basado en la optimización de las necesidades operativas de fondos: el caso de las empresas farmacéuticas en España” que determinó en construir un modelo de gestión financiera que permitiera , obtener diversas opciones de optimización y gestión de las NOF, como la toma de decisiones por parte de la dirección con el fin de corregir situaciones de ausencia de liquidez , rentabilidad y valor de una empresa. Así como también contribuir a la mejora de la situación financiera en un entorno de crisis, tras los cambios de legislación, entre otros.

En conclusión, se puede señalar que ambos resultados tienen similitud ya que los factores alternos, ya sean por depreciación monetaria o modificación normas y leyes puede afectar las situaciones en relación a la rentabilidad, liquidez y valor de una empresa.

De acuerdo a los resultados en conseguir fácilmente un personal capacitado, podemos verificar que solo el 70% señala que siempre es fácil, pero según Moyolema (2011) en su trabajo “Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorros y Créditos Kuriñan de la Ciudad de Ambato año 2010” comprobó que dentro de aquella organización existían distintas carencias como la falta de capacitación adecuada para el personal operativo.

Es así que se discrepa con el resultado de un valor de 78 % en poder encontrar con facilidad personal capacitado para las tareas encomendadas, ya que muchos en muchos casos solo se contratan personal que no cumple con las expectativas que la empresa requiere en relación a las funciones encomendadas.

Con respecto a los costos de los productos, observamos que el 74% señala que nunca estos costos están por debajo del rango de referencia, así como 56% indica que casi siempre los costos de los productos son variables, 59% señala que nunca los costos son siempre fijos, el 44% señala que casi siempre los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad, 59% señala que nunca los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato, el 63% señala que nunca los precios se pueden modificar en el catálogo, el 78% señala que siempre sus precios son mejores que de la competencia, el 52% señala que casi siempre los precios de los productos son atractivos para los clientes, el 52% señala que nunca los precios están alienados a los de la competencia.

Analizando todo ello podemos señalar que, Según Rubio, P. (2000) en su trabajo denominado Introducción a la gestión empresarial fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas señala que una empresa puede existir si tiene beneficios, pero si no logra desarrollarse como tal tendría como consecuencia estar en competencia continua entre ofertas y demandas.

Es así que con ello se concluye que ambos resultados tienen similitud ya que no todas las empresas llegan a tener una exitosa rentabilidad, lo que causa que muchas compañías tengan que estar continuamente compitiendo con las ofertas del mercado, mencionando así que los precios de los servicios o productos pueden ser relativo a fin de que variaran constantemente.

## **V. Conclusiones**

1. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos no tiene un plan organizado de los costos de sus productos, por lo que no estarían alineados al mercado actual.
2. No se tiene un control adecuados de los costos de los productos.
3. No se tiene una rentabilidad neta del 100% de ganancias, que es lo que se gana dentro del rubro de Catering.
4. El desconocimiento de la realidad de la rentabilidad de la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, hará que esta caiga conforme vaya pasando el tiempo estimando que podría ser en pocos años, dado que siguen trabajando, tan solo aplicando el conocimiento empírico de las cosas que manejan en todos los campos.
5. Lo que lleva al éxito a una empresa en crecimiento es estar totalmente seguro de que tus clientes estén satisfechos con lo que ofreces, en este caso un buen precio dentro del mercado de este rubro y al parecer no se está logrando el objetivo que el 100%.
6. Los clientes de la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos no están muy familiarizarlos con los precios que ofrecen, dado que se evidencia en el estudio realizado.
7. La depreciación monetaria no debería afectar la variación de precios que tiene la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, del estudio realizado dice que el 74% señala que siempre los precios pueden variar, esto no ayuda al crecimiento y la seguridad de una empresa
8. No se ve una organización claramente ordenada, la plenitud de un resultado es llegar al 100% de los objetivos no a medias.
9. Con el tiempo que tiene creada y relanzada la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, es inaceptable que no se cuente con un stock de artículos, menaje, herramientas fundamentales para la atención en los eventos que realizan.

10. De las experiencias de trabajo en atenciones que ha tenido en el tiempo la empresa Malena Gourmet & Catering, no reconocen que la logística es parte primordial de una organización, sin ella no camina todo.
11. Se observa que no se tiene la capacidad de brindar un servicio múltiple, viendo que, en las fechas claves dentro del año, esto llevaría a un caos general, perdiendo tal vez clientes.
12. Se demuestra que para las contrataciones que tiene la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos no es factible que acepten brindar servicios en paralelo, traería consecuencias fatales.
13. No contar con personal capacitado, dificulta la delegación de funciones dentro de una empresa, dado que para poder prestar la atención debida en cada mesa, en cada evento, es importante encontrar el equilibrio entre ignorar a los clientes y pasar demasiado tiempo con ellos al parecer el personal solo está capacitado para ciertas actividades, no sabiendo si tal vez un trabajador está preparado para entender la actitud del cliente y su comportamiento corporal, esta es una buena forma de saber sobre la cantidad de atención que necesitan y Malena Gourmet Catering & Eventos aun no llega a ese nivel.
14. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, no se proyecta a crecer en el tiempo, dado que por el estudio realizado en sus reportes el 100% señala que nunca el pago es por planilla en periodos mensuales.
15. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos no está formalizada, según el análisis realizado, esto dificultaría su expansión si quisiera hacerlo a futuro.

## **VI. Recomendaciones**

1. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos debería poner más énfasis en tener un plan organizado de los costos de sus productos, así podría estar alienado al mercado actual, ya que a diario se ven variaciones en el sector económico.
2. Se recomienda que la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos diseñe una base de datos, para que puede llevar un mejor control de los costos de sus productos.
3. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, llevar a cabo una evaluación de todos sus estados financieros del último año, a efectos de que puedan analizar y evaluar si la rentabilidad que ha tenido hasta la actualidad es positiva, ya que el 100% de ganancias es el resultado del éxito.
4. Se recomienda Fortalecer la Gestión Financiera, analizando los costos variables y los fijos que se mueven dentro de la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, así se podría mantener la empresa y ver a futuro su crecimiento, el conocimiento y las experiencias ayudaran mucho, pero la formalidad ordena todos los campos.
5. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos estandarice sus precios de acorde al mercado y la competencia así podría lograr el objetivo que es 100%.
6. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, debería Ofrecer a sus clientes cada cierto tiempo, una lista de los precios de los productos que ofrecen que ofrecen.
7. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos un software como el Bussines One, ayudaría mucho a que se tengan actualizados los costos de sus productos y demás áreas de la empresa y no afectaría la variación de precios que tienen, esto ayudaría al crecimiento y la seguridad de la empresa.
8. El conocimiento real de los precios, por parte de la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos le dará una visión clara de la organización, ya que la meta es llegar siempre al 100% de los objetivos.

9. Se recomienda la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos contar con un stock completo, al detalle de artículos, menaje, herramientas fundamentales para la atención en los eventos que realizan.
10. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, realice un inventario general de todos sus artículos que custodia, para poder saber in situ los artículos que requerirá.
11. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, conocer más su capacidad para así, poder brindar un servicio múltiple, evaluando las fechas claves dentro del año.
12. La empresa Malena Gourmet Catering & Eventos contar con un cronograma o un plan de trabajo anual de las contrataciones que vaya teniendo, así podría organizarse mejor y dar servicio en paralelo.
13. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos tener alianzas estratégicas con otras empresas del rubro a fin de que pueda adquirir o contar con personal capacitado, esto conllevaría a que el 100% de los servicios que brindan no se vea en algunos casos afectados.
14. Se recomienda a la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, que tal vez obtenga una acreditación a OSCE, esto ayudaría a que expanda sus servicios de expendio de productos comestibles dentro de las entidades públicas.
15. Se recomienda la empresa Malena Gourmet Catering & Eventos, que a futuro se preocupe en formalizarse, contando también con una licencia, esto ayudará a que se vea más sólida como empresa y compita en otros niveles dentro de la capital.

## **VII. Referencias bibliográficas**

Córdoba, M. (2012). “*Gestión Financiera*”. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Cuadrado, A. (1983). *Cash-Flow y Flujo de Recursos*. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, España

Fraga Guerrero, D.E; Sevilla Mejía J.G (2012) “*Propuesta de Mejoramiento De La Gestión Financiera de la Empresa de Constructores Cia. Ltda.*” Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

Gestion.ORG. El balance: activo y pasivo. Recuperado de: <https://www.gestion.org/el-balance-activo-y-pasivo/>

Groppelli, A. (2000). *Finance*. New York- EE. UU: Barron`s Educational Series

Martínez Gonzalo, J.M. (2016). “*Modelo de gestión financiera basado en la optimización de las necesidades operativas de fondos: el caso de las empresas farmacéuticas en España*” (Tesis doctorado). Madrid – España.

Moya Guevara, D. Y (2013) “*La gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios GBH S.A. en la ciudad de Trujillo, año 2015* (Tesis de grado). Trujillo, Perú: Universidad César Vallejo.

Moyolema (2011) “*Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorros y Créditos Kuriñan de la Ciudad de Ambato año 2010*” (Tesis de grado). Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Ortiz, A., (2016) “*Comprensión de la gestión financiera en las entidades sin ánimo de lucro, sustentada desde el presupuesto*”. *Revista Gestión y desarrollo libre*. Recuperado de [www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/download/182/203](http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/download/182/203)

Paulo Nunes. (2016). *Knoow.net*. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-financiera/>

- Pesfil (2014) “*Toma de Decisiones y su Incidencia en la Gestión Financiera de la Empresa Distribuidora PMA E.I.R.L. periodo 2012-2013*” (Tesis pregrado). Universidad Cesar Vallejo de Trujillo –Perú.
- Rebolledo, P. (2016) *Los retos de la educación financiera*. El Comercio. Recuperado el 19 de 06 de 2017, del: <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/retos-educacionfinanciera-paul-rebolledo-201976>
- Rubio, P. (2000) *Introducción a la gestión empresarial fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas*. Madrid, España: B- eumed
- Ruiz, R. (1992) “*El análisis documental: bases terminológicas, conceptualización y estructura operativa*”. – Granada; Universidad de Granada.
- Soria, j. (2007). *Gestión Financiera*. Lima – Perú: Centro de Especialización en Contabilidad y Finanzas E.I.R.L
- Soria, j. (2010). *Finanzas aplicadas a La gestión empresarial*. México: Editorial Centro Especializado En Contabilidad Y Finanzas.
- Tanaka, G. (2005). *Análisis de estados financieros para la toma decisiones*. Lima -Perú: Fondos Editorial de La Pontificia Universidad Católica Del Perú.
- Vargas Lázaro, E.R (2018) “*Sistema Integrado de Administración Financiera y Gestión Financiera en la Sunat, 2018*”, (Tesis maestría). Lima – Perú

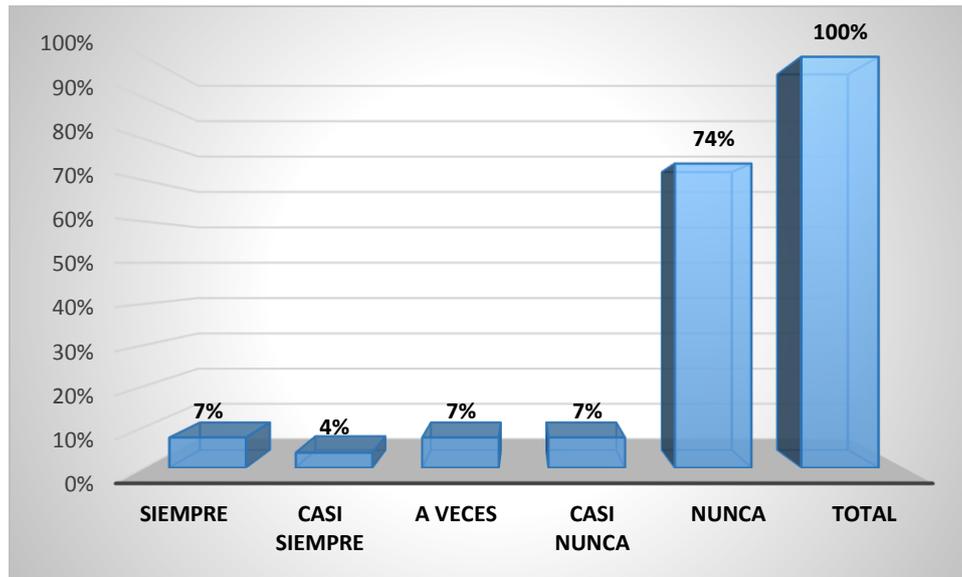
## **VIII. Anexos**

## Anexo 1 Matriz de consistencia

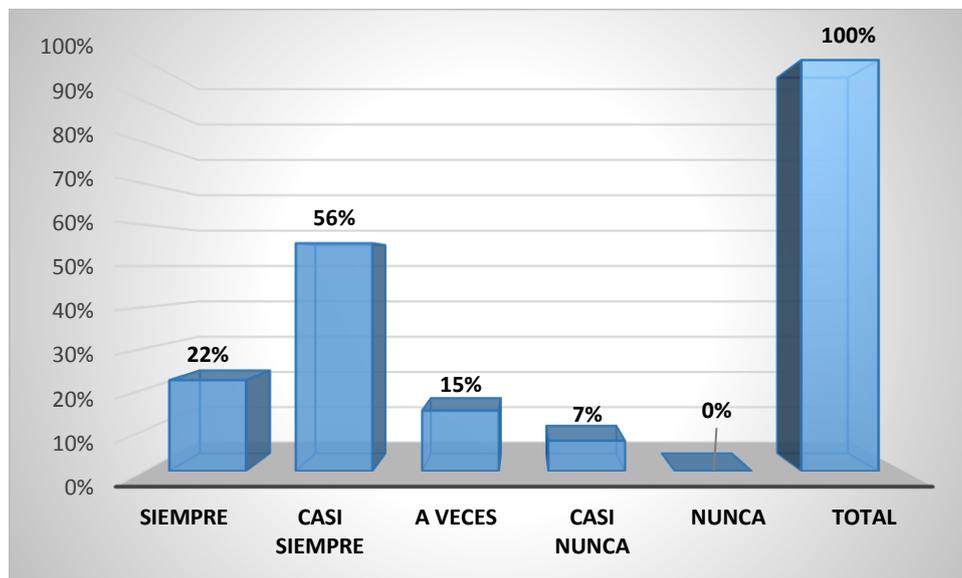
| Problema  | Objetivos  | Variable           | Dimensiones           | Indicadores   | Ítems                      | Instrumento  | Método                               |
|---|--|--------------------|-----------------------|---|----------------------------|--------------|--------------------------------------|
| <b>Problema principal</b>   | <b>Objetivo general</b>  |                    |                       | Costos de Abarrotes   |                            |              | Tipo:                                |
| ¿En qué medida se da la Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018?                                  | Determinar en qué medida se da la Gestión Financiera en la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.                                  | Gestión financiera | Costos de productos.  | Costos de Licores<br>Costos de Verduras<br>Costos de Carnes<br>Costos de materiales de embolsado.   | 1, 2, 3,4                  | Cuestionario | Aplicativo                           |
| <b>Problemas específicos</b>  | <b>Objetivos específicos</b>   |                    |                       |   |                            |              | Nivel:                               |
| ¿En qué medida se dan los Costos de los Productos en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018?  | Determinar en qué medida se dan los Costos de los Productos en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.  |                    | Precios de Productos. | Precios de Bocaditos<br>Saldos<br>Precios de Bocaditos<br>Dulces.<br>Precios de Cocteles.<br>Precios de Platos de Fondo.<br>Precio de Platos de entrada.<br>Precios de Plato de Postre.<br>Precio de Cubierto de Bufet.<br>Precio de Torta. | 5,6,7,8,9<br>,10,11,1<br>2 |              | Población:<br>27reportes financieros |
| ¿En qué medida se dan los Precios de los Productos en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, independencia, 2018? | Determinar en qué medida se dan los Precios de los Productos en la Gestión Financiera en la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018. |                    |                       |   |                            |              | Muestra:<br>27reportes financieros   |
| ¿En qué medida se dan los Costos Unitarios de los Artículos en la Gestión   |  |                    |                       | Costo de Plato de Fondo   |                            |              |                                      |

|   |   |                                |  |
|---|---|--------------------------------|--|
| Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, en independencia 2018?  | Determinar en qué medida se dan los Costos Unitarios de los artículos en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018. | Costos Unitarios de Artículos. | Costo de Plato de Entrada.<br>Costo de Plato de Postre.<br>Costos de Cubiertos. 13,14,15<br>Costo de Olla de Barro ,16,17,1<br>Costo de Azafates de Plaque. 8,19   |
| ¿En qué medida se dan los Costos de Personal en la Gestión Financiera en la Empresa Malena Catering & Eventos, en independencia 2018? | Determinar en qué medida se dan los Costos de Personal en la Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, independencia 2018.                | Costo del personal             | Costo de Azafate de Cerámica.<br>Costo de Servilletas de Razo<br>Costo de Olla Arrocera.<br>Costo de Uniforme.<br>Costo de Vaso de Cristal 20,21,22<br>Costo de Copa de Vino de Cristal. ,23,24,2<br>5,26,27,<br>Costo de Copa de Champagne de Cristal. 28,29,30<br>,31<br>Costo de Copa de Coctel.<br>Costo de Vaso Wiskero.<br><br>Costo de pago de Mozos<br>Costo de pago de Ayudante de cocina.<br>Costo de pago de Chef.<br>Costo de pago de SCRT |

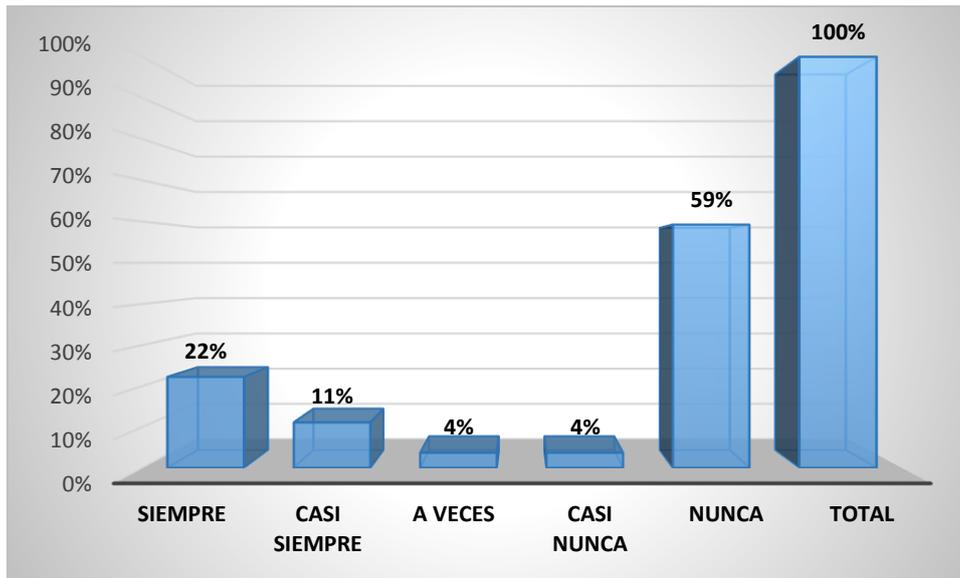
## Anexo 2 Gráficos



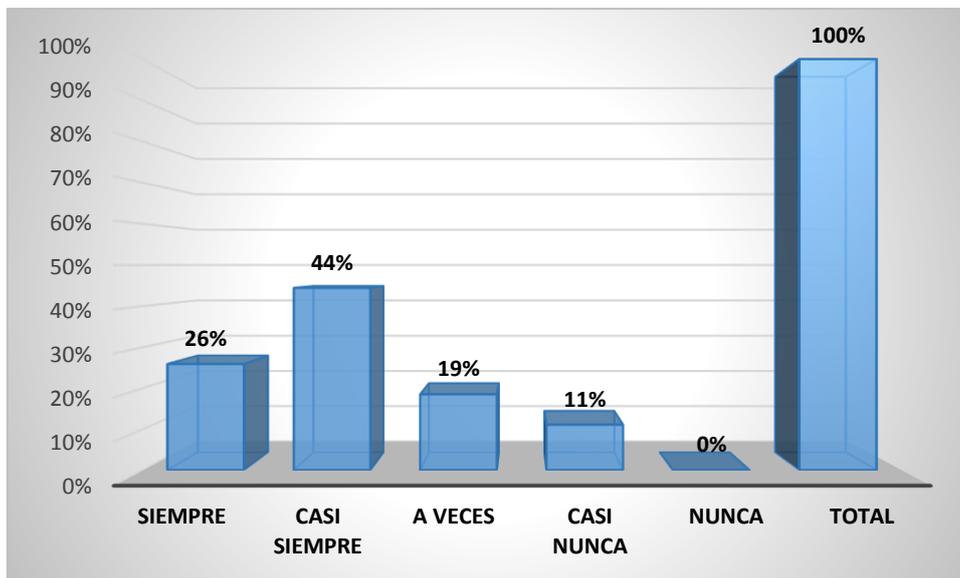
*Figura 2* El costo de los productos está por debajo del rango de referencia



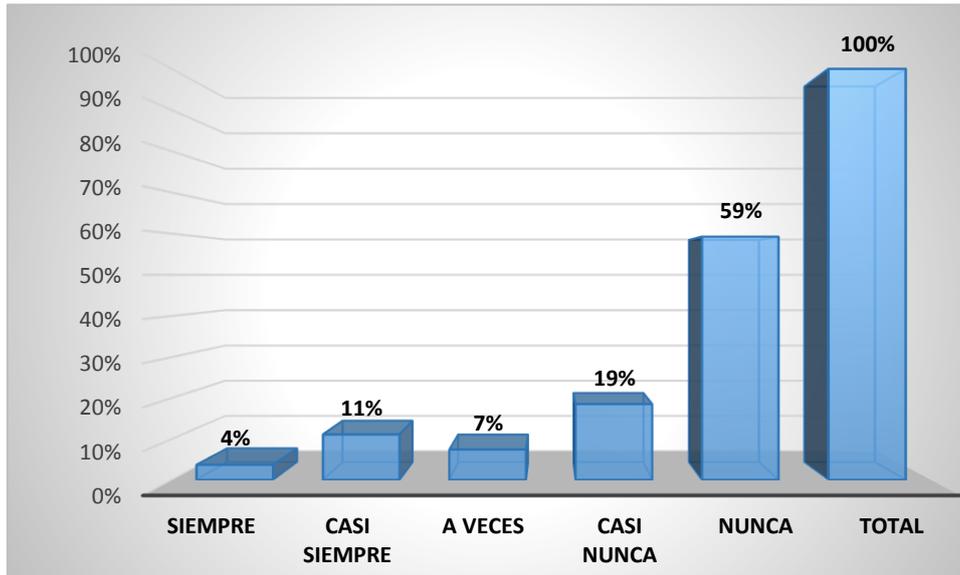
*Figura 3* Los costos de los productos son variables



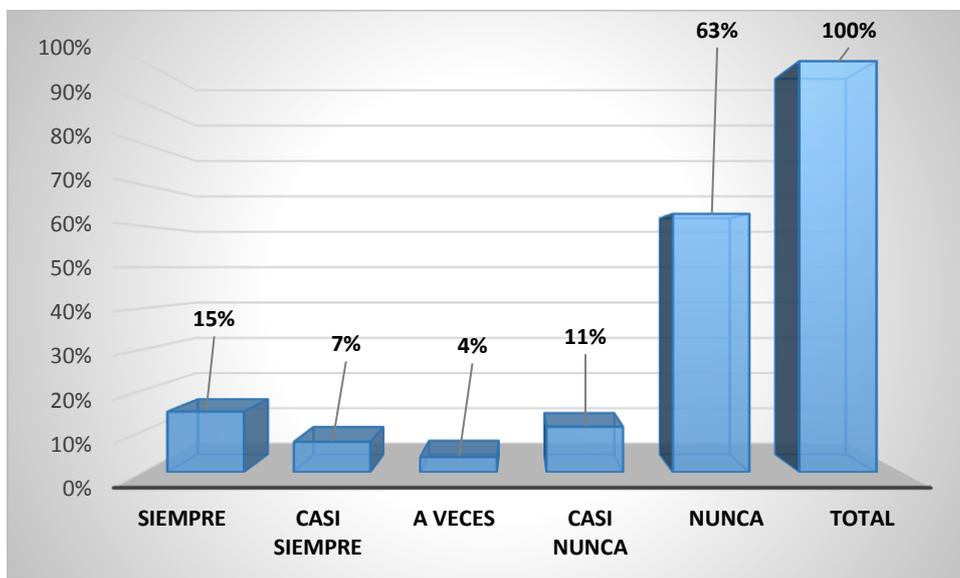
*Figura 4* Los costos de los productos siempre son fijos



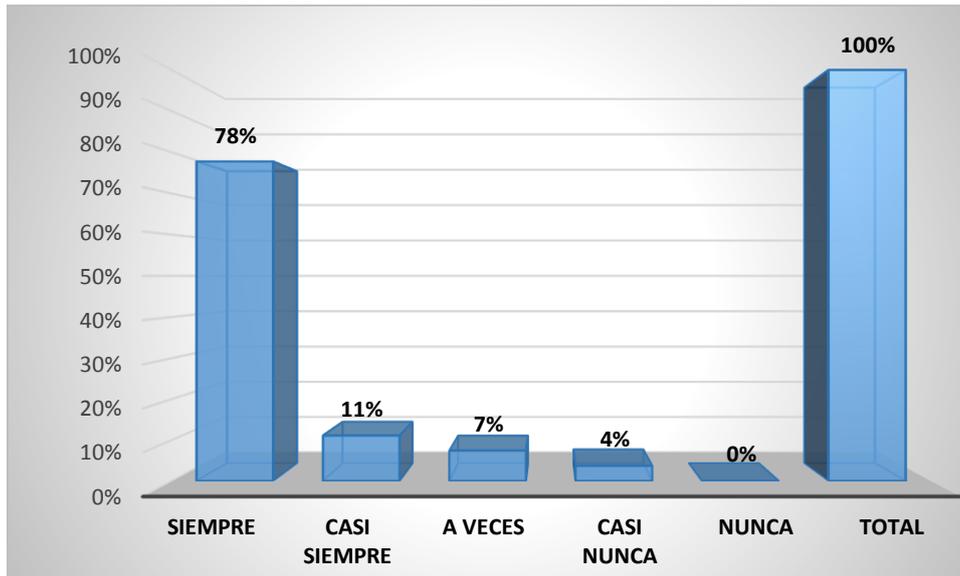
*Figura 5* Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad



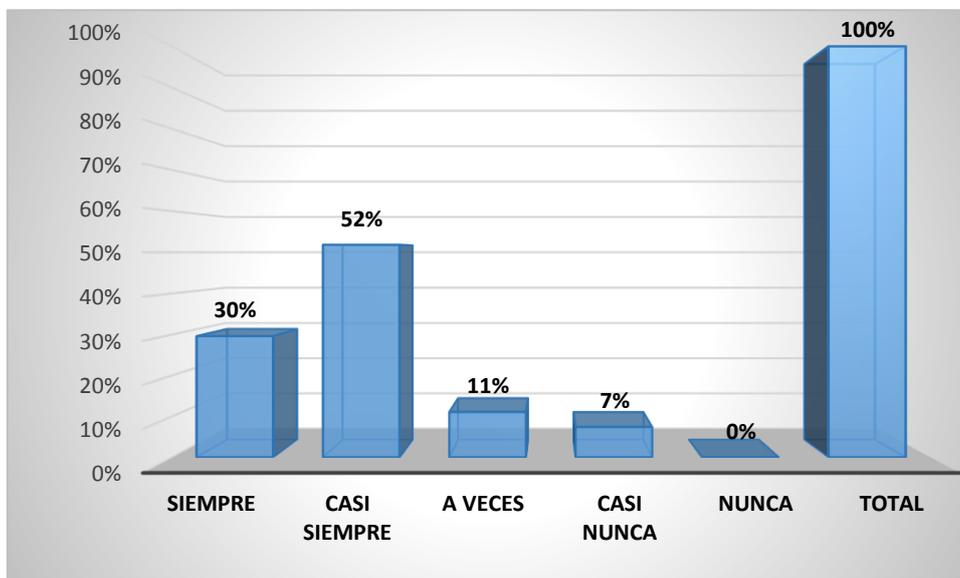
*Figura 6* Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato



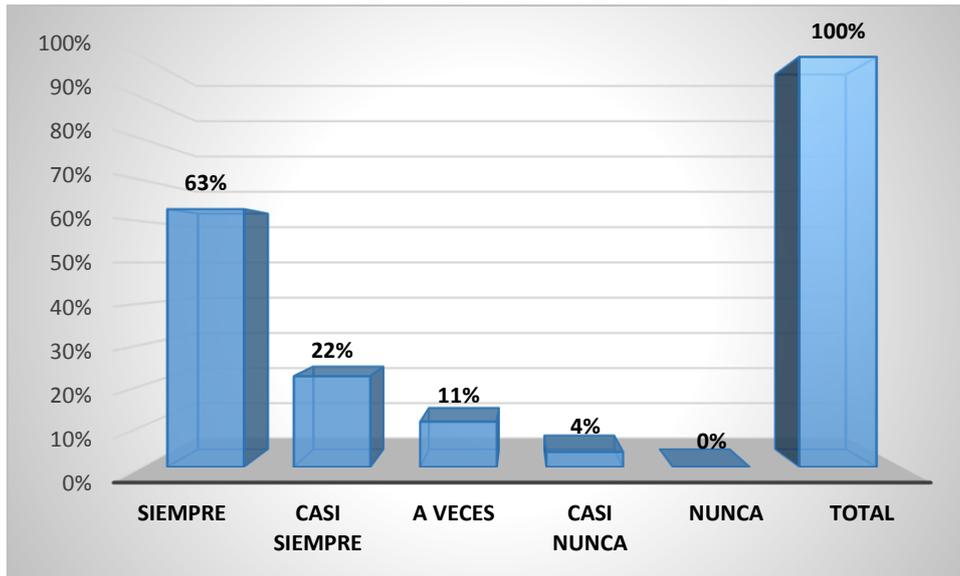
*Figura 7* Los precios se pueden modificar en el Catalogo



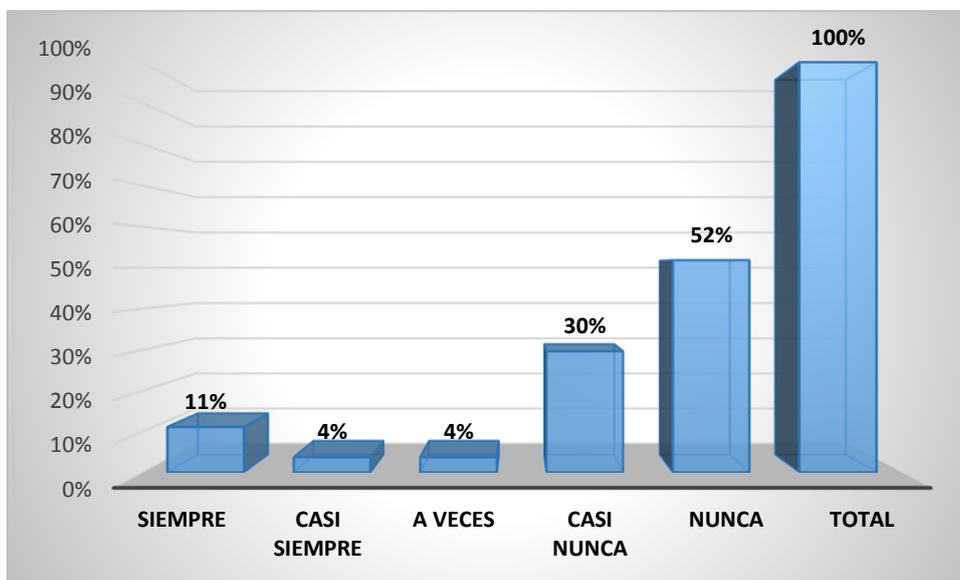
*Figura 8* Sus precios son mejores que de la competencia



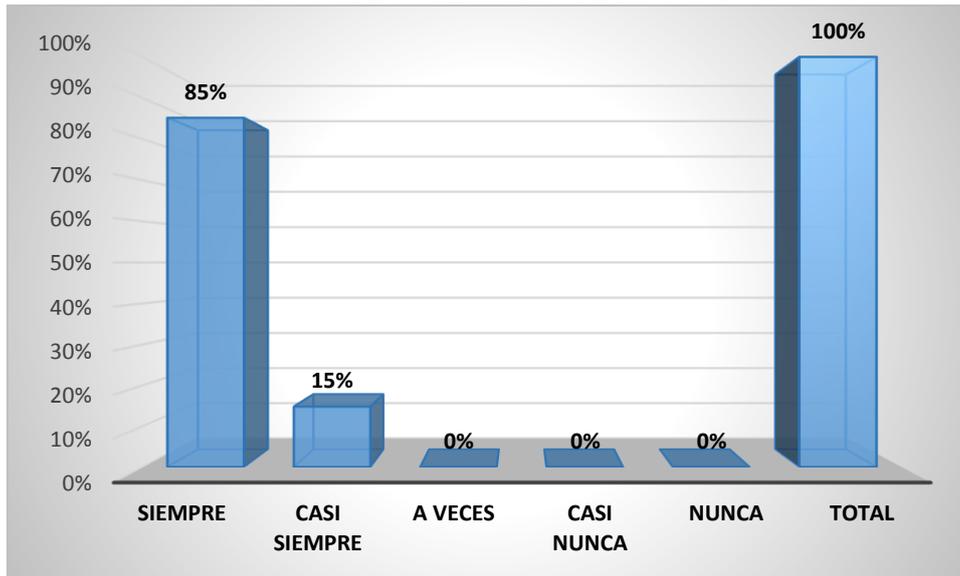
*Figura 9* Los precios de los productos son atractivos para los clientes



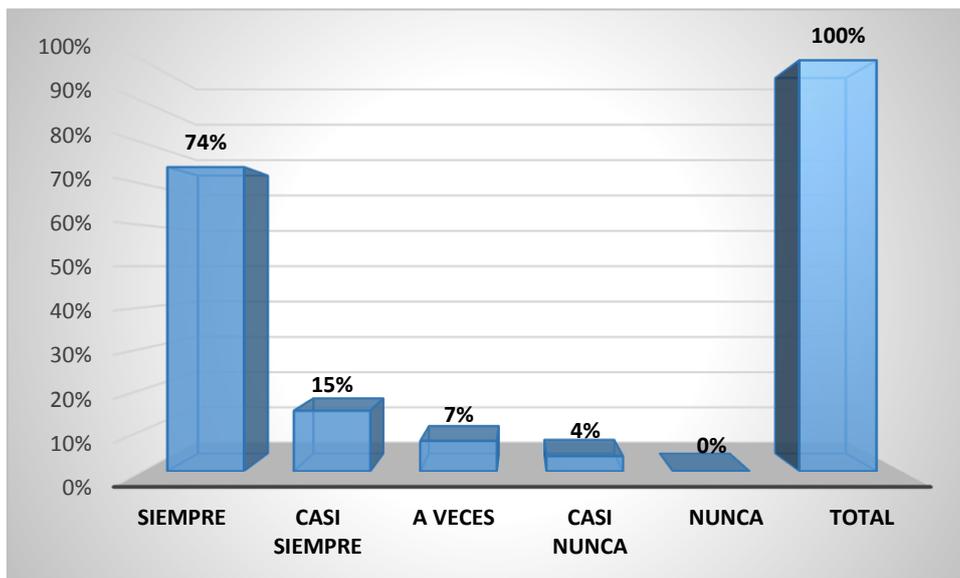
*Figura 10* Puedo diferenciar el precio por cliente



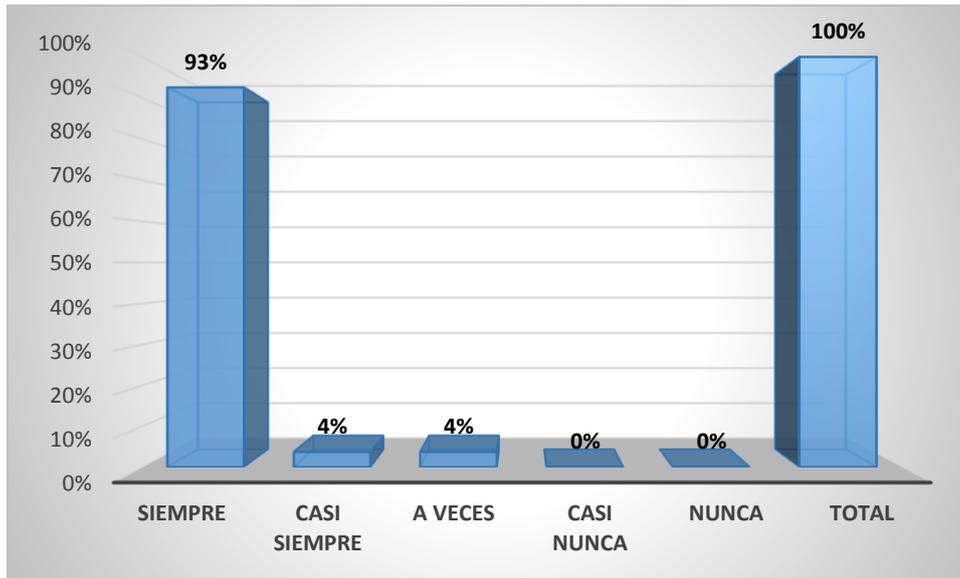
*Figura 11* Los precios están alienados a los de la competencia



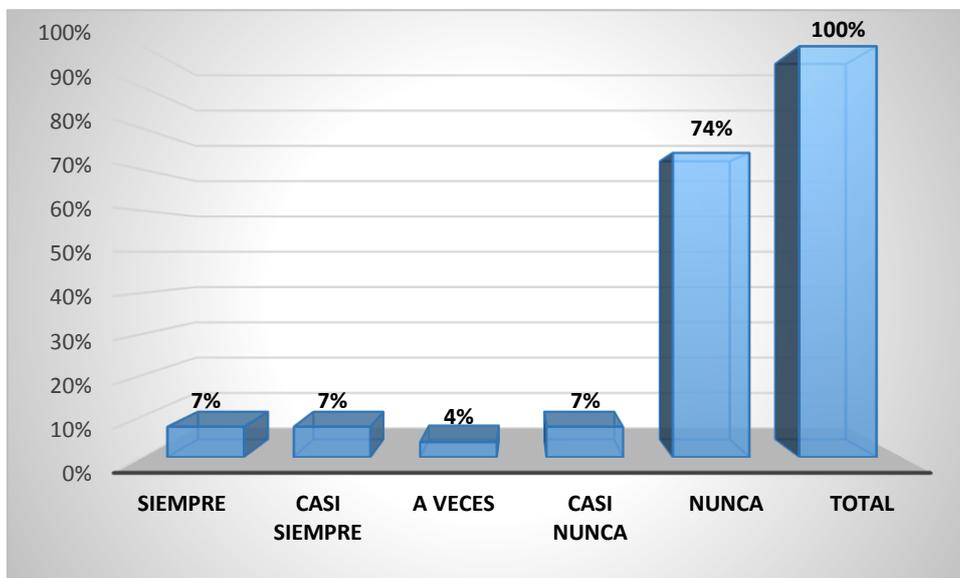
*Figura 12* Se tiene precios para cierto tipo de segmentos



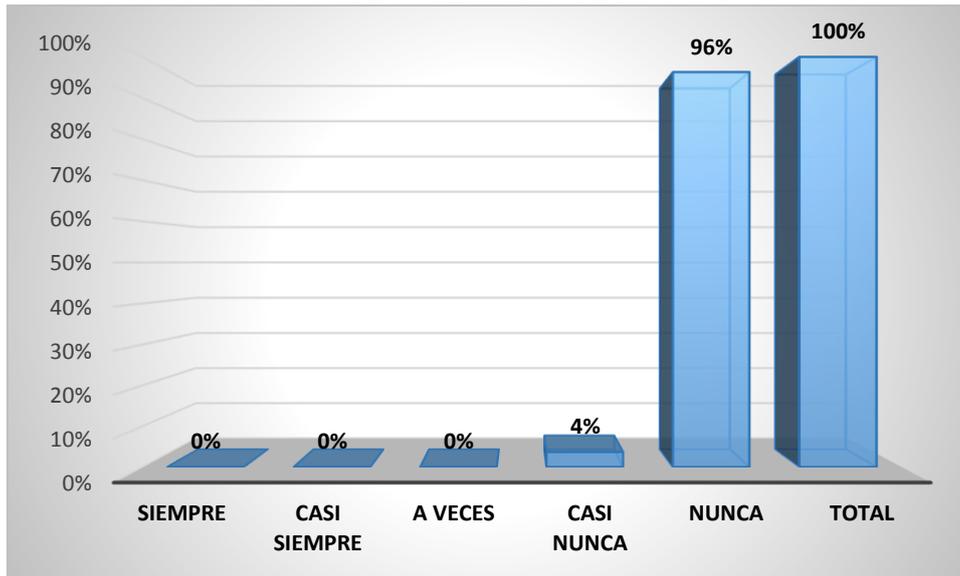
*Figura 13* Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación monetaria



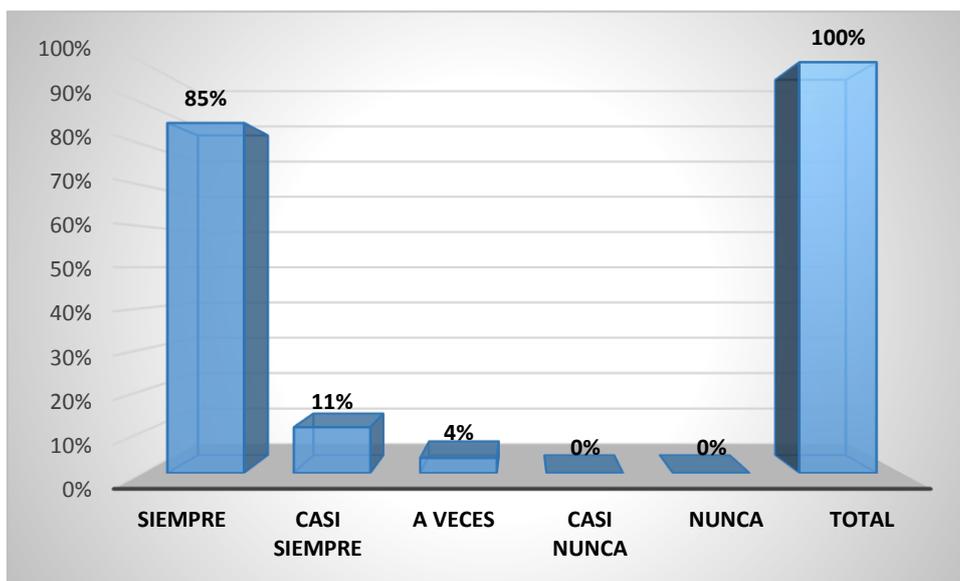
*Figura 14* Se puede variar el stock de los artículos a alquilar



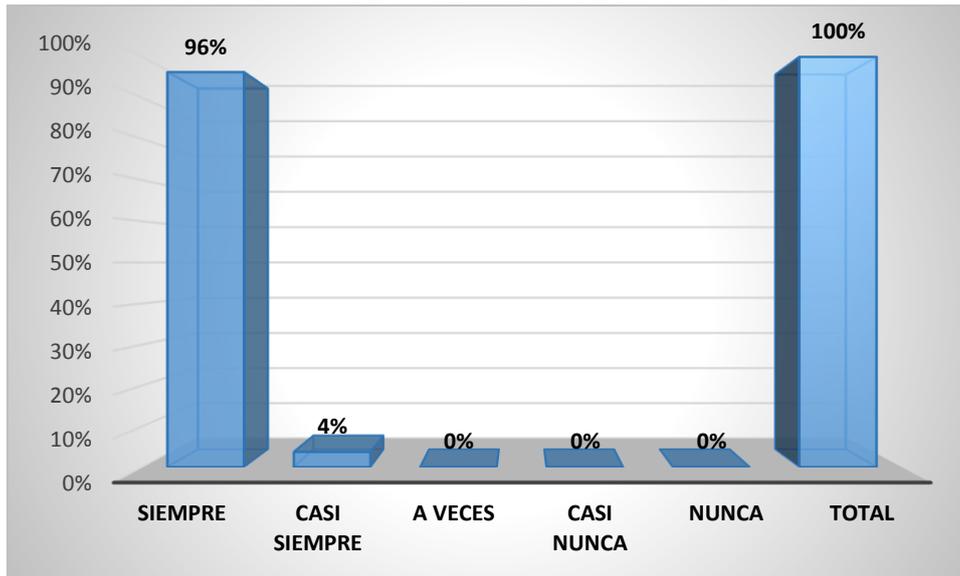
*Figura 15* Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato



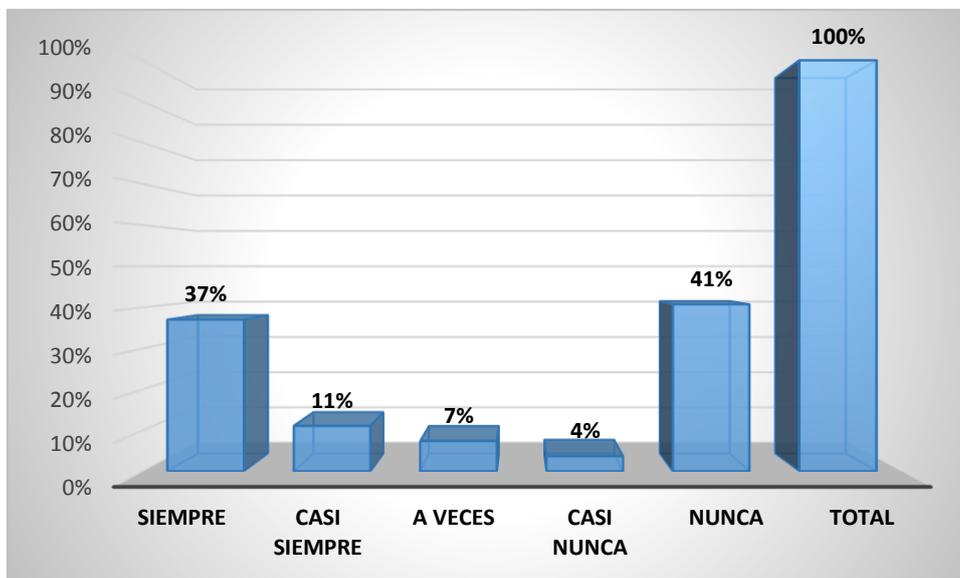
*Figura 16* Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo



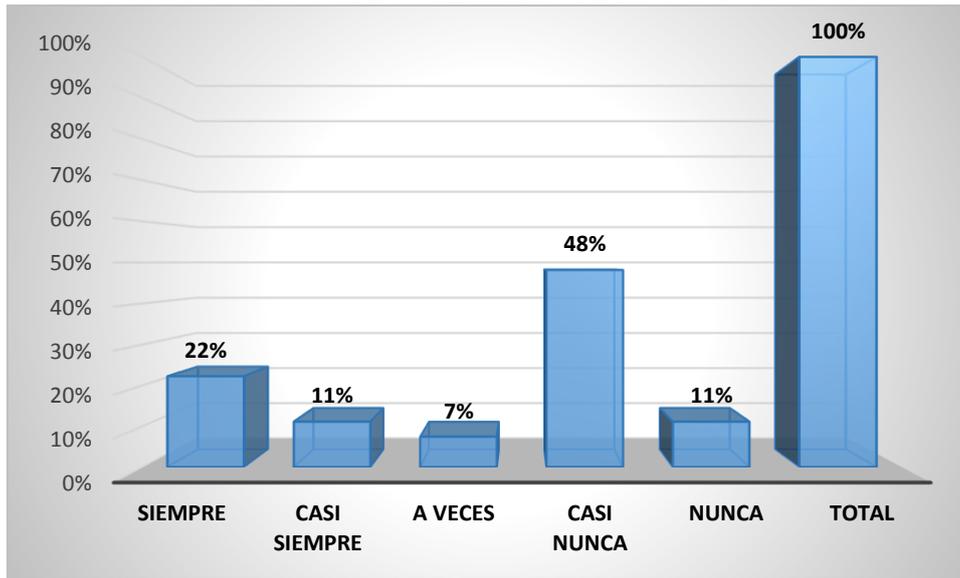
*Figura 17* Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos



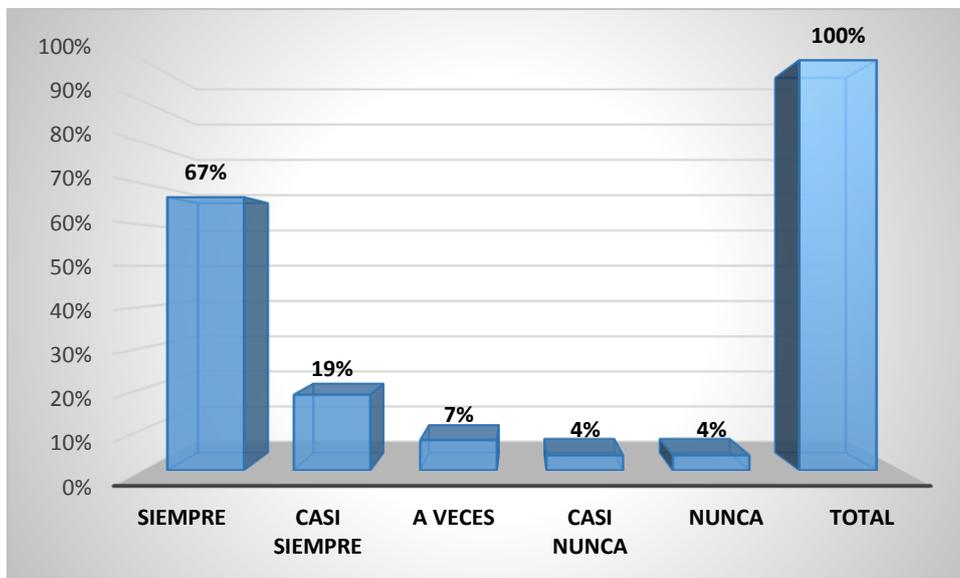
*Figura 18* Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente



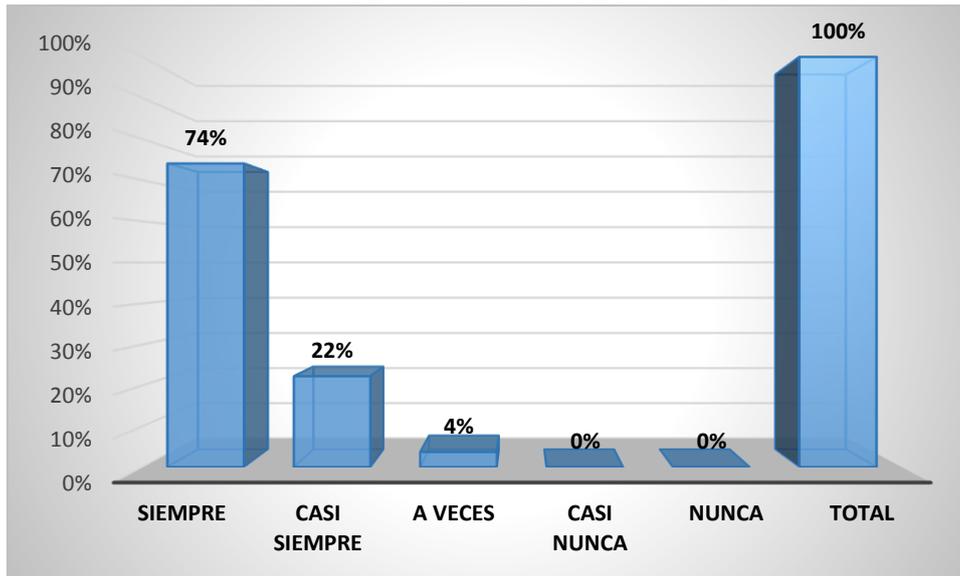
*Figura 19* Cuenta con un stock suficiente de menaje



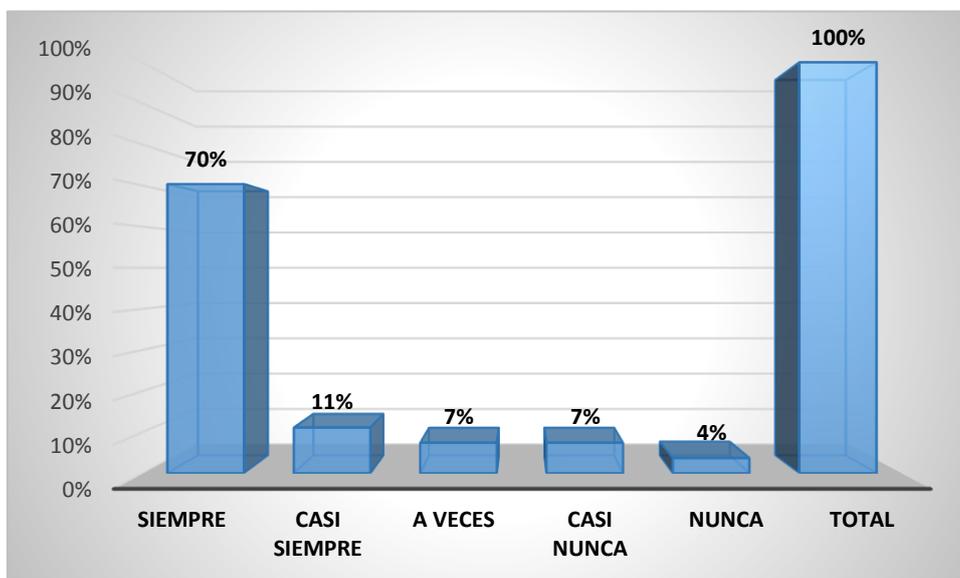
*Figura 20* Puede brindar un servicio de alquiler y una atención en paralelo



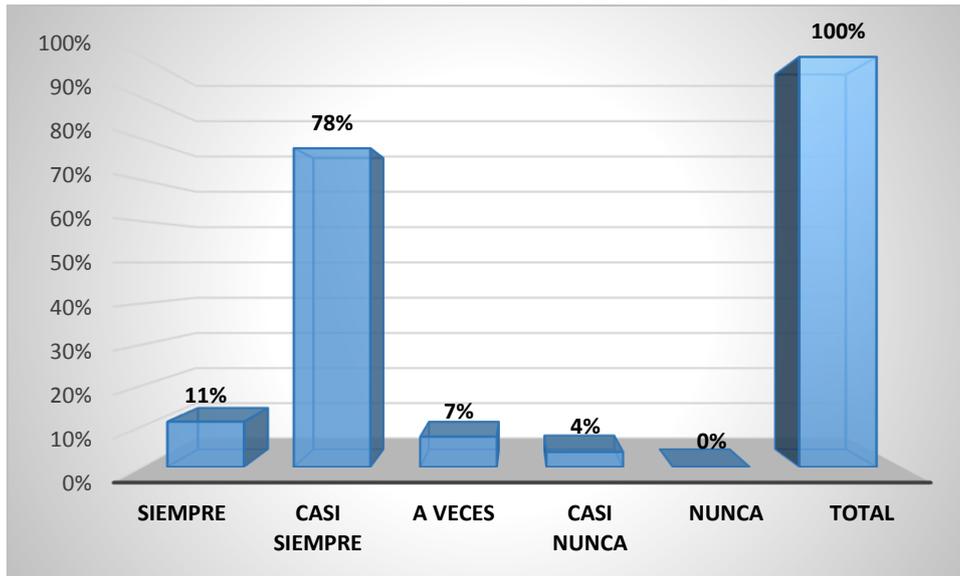
*Figura 21* El personal es fijo



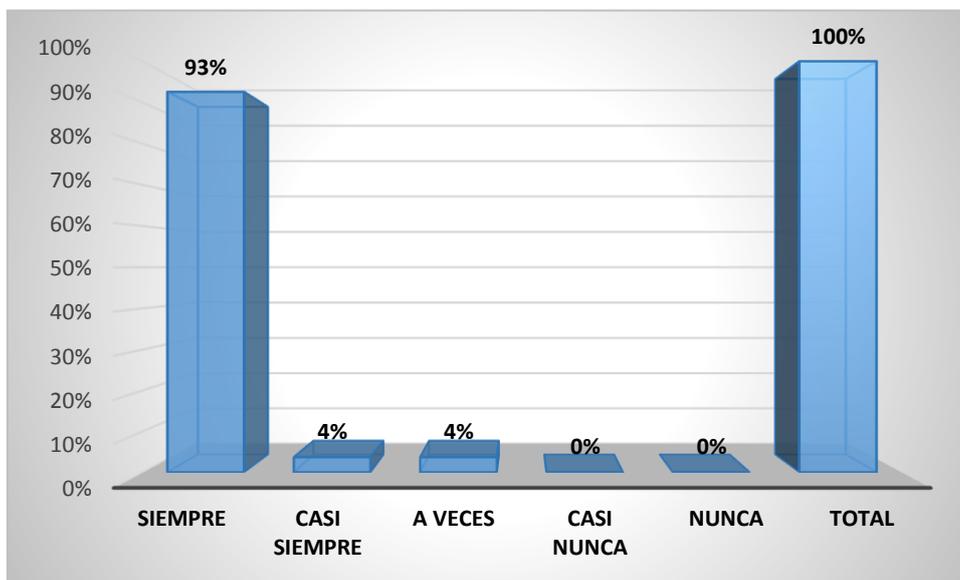
*Figura 22 El personal es variable*



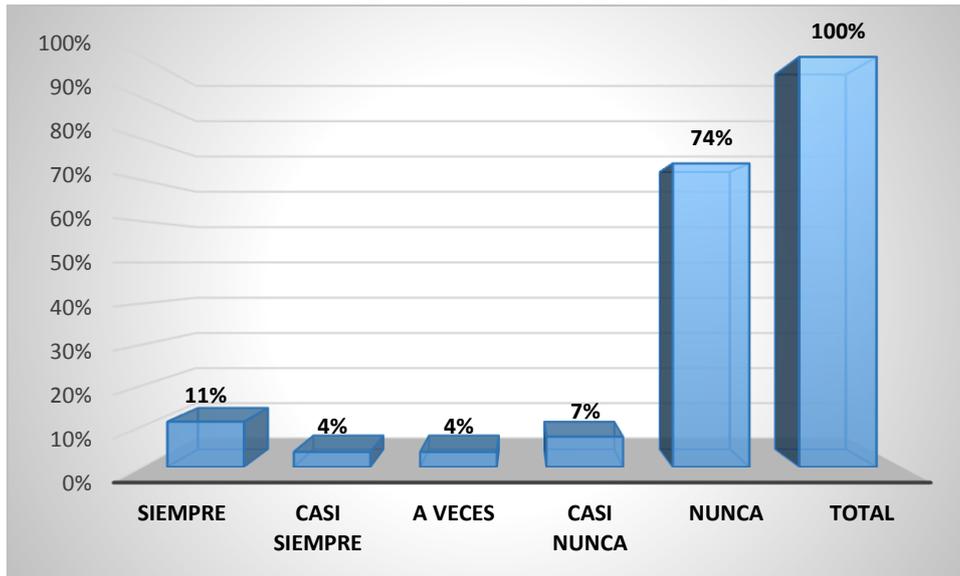
*Figura 23 Es fácil conseguir personal adicional*



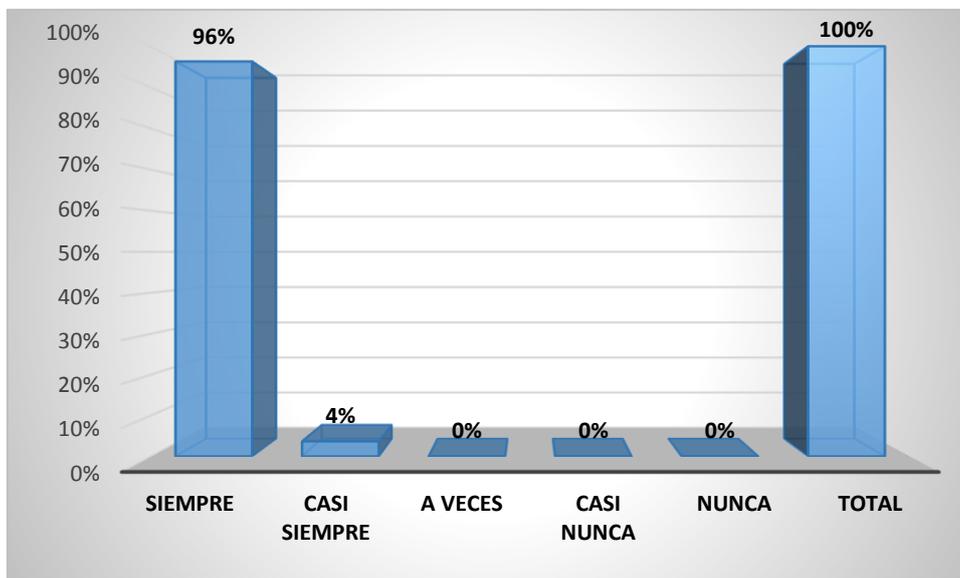
*Figura 24* Tiene Facilidad de conseguir personal capacitado



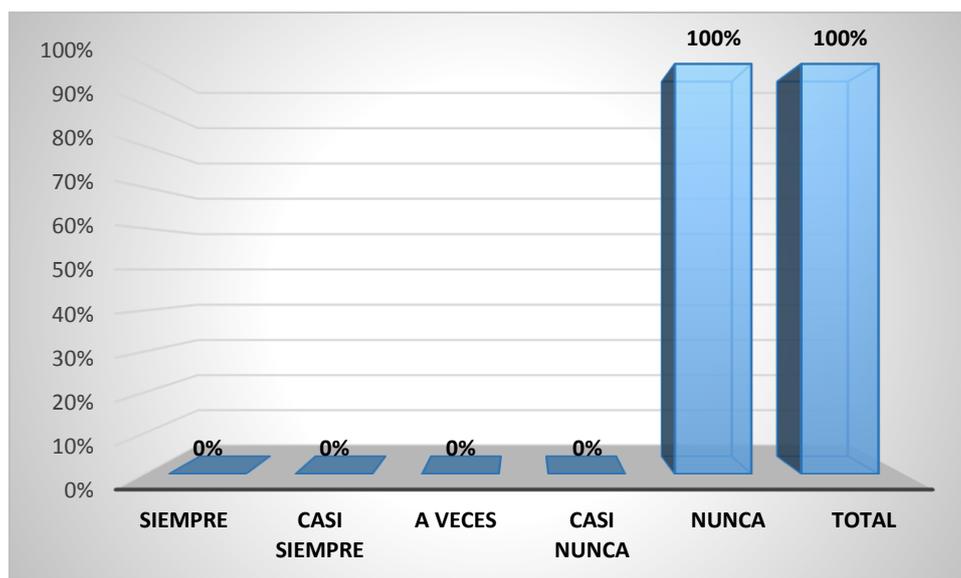
*Figura 25* Cuenta con Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento



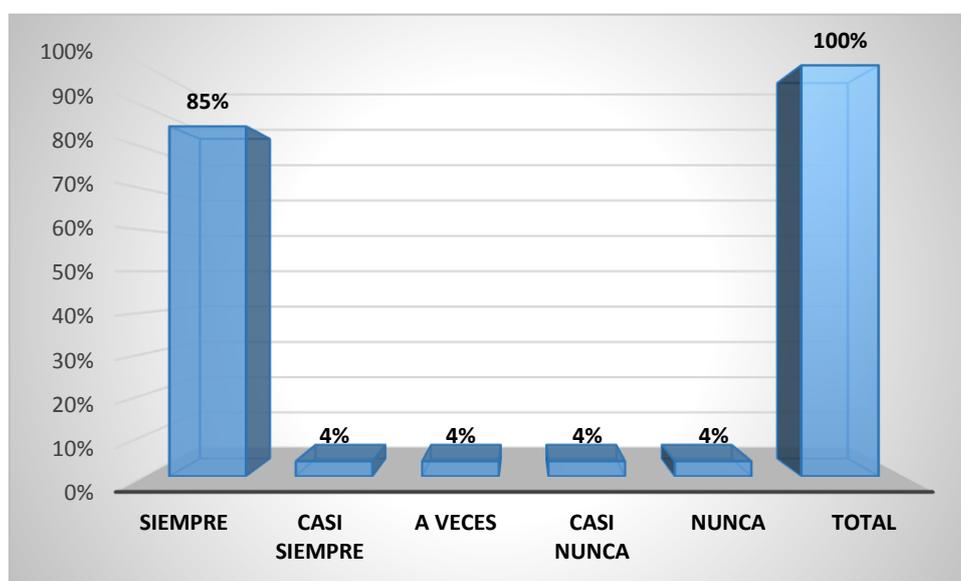
*Figura 26* Puede modificar lo que se le paga al personal por evento



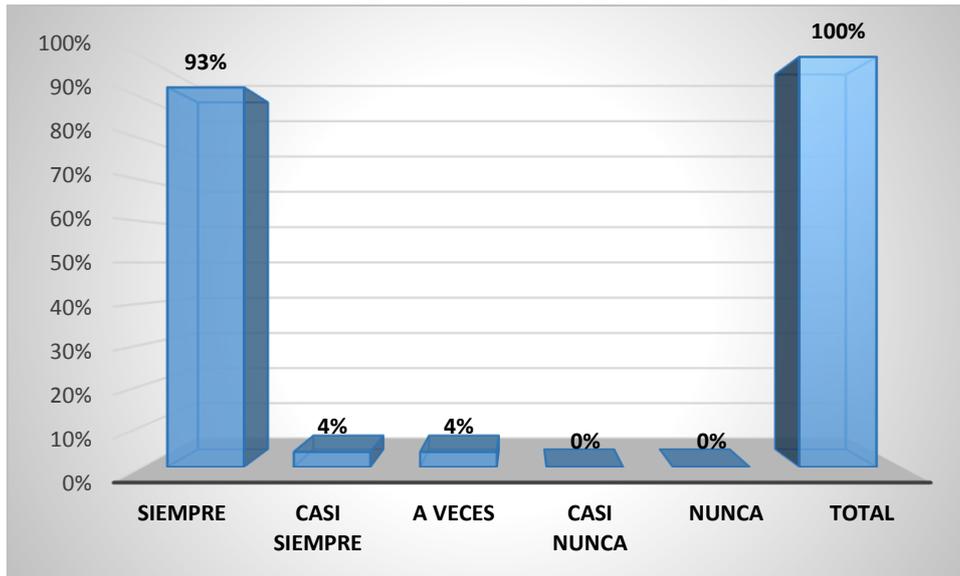
*Figura 27* El pago al personal es al contado después del evento



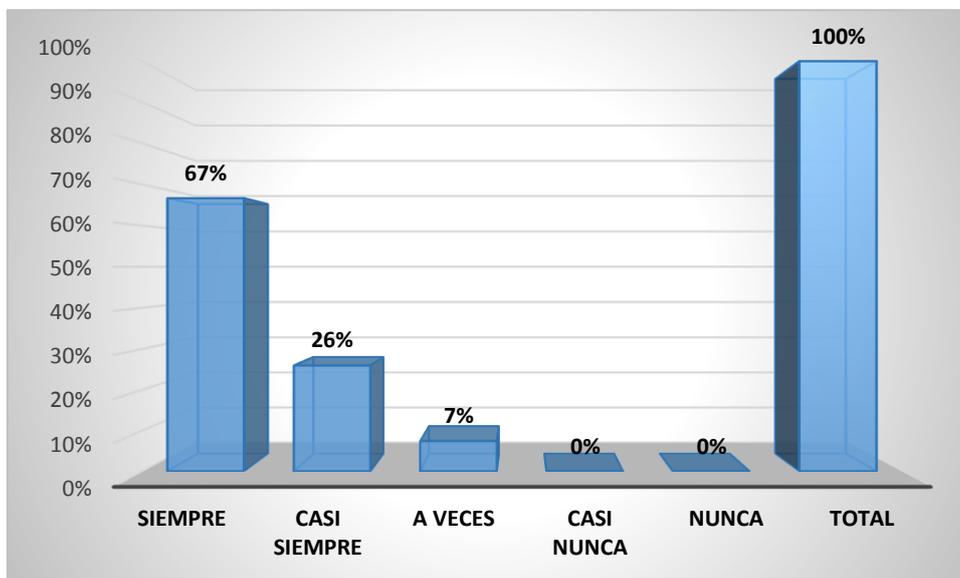
*Figura 28* El pago es por planilla en periodos mensuales



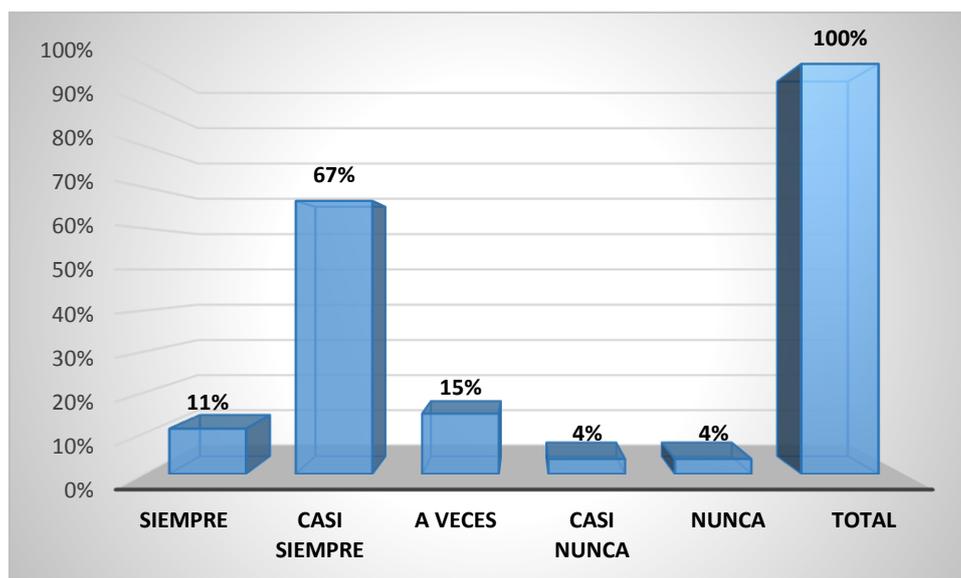
*Figura 29* El pago proporcional al costo del evento



*Figura 30* El personal se siente satisfecho con el pago



*Figura 31* Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento



*Figura 32* La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras

### Anexo 3 Instrumentos de recopilación de información

#### GUIA DE ANALISIS DOCUMENTAL - GESTION FINANCIERA DE LA EMPRESA MALENA CATERING & EVENTOS

Estimado Sr(a): Muy Buenos días, mi nombre y apellido son **MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ** alumno del Programa SUBE de la Universidad César Vallejo, es grato dirigirme a usted, para hacerle llegar el presente cuestionario, que tiene por finalidad obtener información sobre la Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018. Le hacemos de su conocimiento que este instrumento es anónimo y que los resultados que se obtenga serán de uso exclusivo para la investigación. Agradezco la atención y colaboración, respondiendo los enunciados con veracidad.

A continuación, se presenta una serie de Preguntas, léalos detenidamente y según sea su opinión marque con una X en el casillero correspondiente.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

**OPCIONES DE RESPUESTA:**

- S = Siempre  
 CS = Casi Siempre  
 AV = Algunas Veces  
 CN = Casi Nunca  
 N = Nunca

| Nº | PREGUNTAS  | S | CS | AV | CN | N |
|----|--|---|----|----|----|---|
| 1  | El costo de los productos está por debajo del rango de referencia              |   |    |    |    |   |
| 2  | Los costos siempre son variables   |   |    |    |    |   |
| 3  | Los costos siempre son fijos   |   |    |    |    |   |
| 4  | Los costos de mis productos me están dando una buena rentabilidad              |   |    |    |    |   |
| 5  | Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato             |   |    |    |    |   |
| 6  | Los precios se pueden modificar en el Catalogo                                 |   |    |    |    |   |
| 7  | Mis precios son mejores que de la competencia                                  |   |    |    |    |   |
| 8  | Los precios de los productos son atractivos para los clientes                  |   |    |    |    |   |
| 9  | Puedo diferenciar el precio por cliente  |   |    |    |    |   |
| 10 | Mis precios están alienados a los de la competencia                            |   |    |    |    |   |
| 11 | Oferto precios para cierto tipo de mercados                                    |   |    |    |    |   |
| 12 | Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación                         |   |    |    |    |   |
| 13 | Se puede variar el stock de los artículos a alquilar                           |   |    |    |    |   |
| 14 | Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato |   |    |    |    |   |
| 15 | Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo                     |   |    |    |    |   |
| 16 | Puedo variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos             |   |    |    |    |   |
| 17 | Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente                            |   |    |    |    |   |
| 18 | Cuento con un stock suficiente de menaje                                       |   |    |    |    |   |
| 19 | Puedo brindar un servicio de alquiler y una atención a la vez                  |   |    |    |    |   |
| 20 | El personal es fijo  |   |    |    |    |   |
| 21 | El personal es variable  |   |    |    |    |   |
| 22 | Es fácil conseguir personal adicional  |   |    |    |    |   |
| 23 | Facilidad de conseguir personal capacitado                                     |   |    |    |    |   |
| 24 | Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento        |   |    |    |    |   |
| 25 | Puedo modificar lo que se le paga al personal por evento                       |   |    |    |    |   |
| 26 | El pago al personal es al contado después del evento                           |   |    |    |    |   |
| 27 | El pago es por planilla en periodos mensuales                                  |   |    |    |    |   |
| 28 | El pago proporcional al costo del evento                                       |   |    |    |    |   |
| 29 | El personal se siente satisfecho con el pago                                   |   |    |    |    |   |
| 30 | Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento                   |   |    |    |    |   |
| 31 | La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras                          |   |    |    |    |   |

## Especificaciones

Instrumento: Guía de análisis documental-Gestión financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018.

Autor: Miguel Ángel Huertas Martínez.

Año: 2018.

Significación: El cuestionario de “Gestión financiera de la empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018”, tiene 4 dimensiones que son los siguientes: costos de productos, precios de productos, costos unitarios de artículos, costo de personal.

Extensión: El instrumento consta de 31 preguntas.

Administración: Individual.

Ámbito de aplicación: Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018.

Duración: El tiempo para el desarrollo del cuestionario es aproximadamente 45 minutos.

Puntuación: El instrumento de “Gestión Financiera de la empresa Malena Catering & Eventos” utiliza la escala de Likert

Tabla 34

*Especificaciones de la variable Gestión financiera*

| Variable  | Dimensiones   | Indicadores  | Cantidad Items                      |
|---|---|--|-------------------------------------|
| Gestión financiera  | Costos de productos.  | Costos de Abarrotos Costos de Licores  | 1, 2, 3,4                           |
|   |   | Costos de Verduras<br>Costos de Carnes<br>Costos de materiales de embolsado.   |                                     |
|   | Precios de Productos.   | Precios de Bocaditos Saldos<br>Precios de Bocaditos Dulces.<br>Precios de Cocteles.  | 5,6,7,8,9,10,11,12                  |
|   |   | Precios de Platos de Fondo.<br>Precio de Platos de entrada.<br>Precios de Plato de Postre.<br>Precio de Cubierto de Bufet.<br>Precio de Torta. |                                     |
| Costo de Plato de Fondo<br>Costo de Plato de Entrada.<br>Costo de Plato de Postre.<br>Costos de Cubiertos.<br>Costo de Olla de Barro  |   | 13,14,15,16,17,18,19   |                                     |
| Costos Unitarios de Artículos.  |   |  |                                     |
| Costo de Azafates de Plaque.<br>Costo de Azafate de Cerámica.<br>Costo de Servilletas de Razo<br>Costo de Olla Arrocera.<br>Costo de Uniforme.<br>Costo de Vaso de Cristal<br>Costo de Copa de Vino de Cristal.<br>Costo de Copa de Champagne de Cristal.<br>Costo de Copa de Coctel.<br>Costo de Vaso Wiskero. |   |  |                                     |
| Costo del personal  | Costo de pago de Mozos<br>Costo de pago de Ayudante de cocina.<br>Costo de pago de Chef.<br>Costo de pago de SCRT |  | 20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31 |

## Detalle de confiabilidad de los ítems

Tabla 35

*Estadística de fiabilidad*

| <b>Alfa de cronbach</b> | <b>N de elementos</b> |
|-------------------------|-----------------------|
| ,811                    | 31                    |

Tabla 36

*Resumen de procesamiento de casos*

|       |          | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-------|----------|----------|----------|
| Casos | Válido   | 2        | 100,0    |
|       | Excluido | 0        | ,0       |
|       | Total    | 2        | 100,0    |

## Anexo 4 Validez de expertos



### Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión Financiera

| N°  | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia |   |   |   | Relevancia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|---|--|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
|   |  | M           | D | A | M | M          | D | A | M | M        | D | A | M |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: Costos de los Productos</b>                         |  |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |             |
| 1   | El costo de los productos está por debajo del rango de referencia              |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 2   | Los costos siempre son variables   |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 3   | Los costos siempre son fijos   |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 4   | Los costos de mis productos me están dando un buena rentabilidad               |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: Precio de los Productos que se venden</b>           |  |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |             |
| 5   | Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato             |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 6   | Los precios se pueden modificar en el Catalogo                                 |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 7   | Mis precios son mejores que de la competencia                                  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 8   | Los precios de los productos son atractivos para los clientes                  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 9   | Puedo diferenciar el precio por cliente  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 10  | Mis precios están alienados a los de la competencia                            |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 11  | Tengo precios para cierto tipo de mercados                                     |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 12  | Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación                         |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| <b>DIMENSIONES / ítems</b>  |  |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |             |
| <b>DIMENSIÓN 3: Inventario de los artículos a alquilar</b>          |  |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |             |
| 13  | Se puede variar el stock de los artículos a alquilar                           |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 14  | Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 15  | Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo                     |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 16  | Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos             |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 17  | Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente                            |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 18  | Cuento con un stock suficiente de menaje                                       |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 19  | Puedo brindar un servicio de alquiler y una atención a la vez                  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| <b>DIMENSIÓN 4: Cantidad de Personal que trabaja en los eventos</b> |  |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |             |
| 20  | El personal es fijo  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 21  | El personal es variable  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |
| 22  | Es fácil conseguir personal adicional  |             |   |   | / |            |   |   | / |          |   |   | / |             |



|    |   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
|----|---|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 23 | Facilidad de conseguir personal capacitado                              |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 24 | Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 25 | Puedo modificar lo que se le paga al personal por evento                |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 26 | El pago al personal es al contado después del evento                    |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 27 | El pago es por planilla en periodos mensuales                           |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 28 | El pago proporcional al costo del evento                                |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 29 | El personal se siente satisfecho con el pago                            |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 30 | Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento            |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |
| 31 | La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras                   |  |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  | / |

**Observaciones:**

---

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ..... ROMERO PACORA, JESÚS .....  
 DNI: ..... 0.62.53.52 .....

Especialidad del validador: ..... TEMÁTICO .....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... 13 ..... de OCT. del 2018

### Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión Financiera

| N° | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia |   |   |   | Relevancia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias        |
|----|--|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|--------------------|
|    |  | M           | D | A | M | M          | D | A | M | M        | D | A | M |                    |
|    | <b>DIMENSIÓN 1: Costos de los Productos</b>                                    |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |                    |
| 1  | El costo de los productos está por debajo del rango de referencia              |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 2  | Los costos siempre son variables   |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 3  | Los costos siempre son fijos   |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 4  | Los costos de mis productos me están dando un buena rentabilidad               |             | ✓ |   |   |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
|    | <b>DIMENSIÓN 2: Precio de los Productos que se venden</b>                      |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |                    |
| 5  | Los precios se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato             |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 6  | Los precios se pueden modificar en el Catalogo                                 |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 7  | Mis precios son mejores que de la competencia                                  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 8  | Los precios de los productos son atractivos para los clientes                  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 9  | Puedo diferenciar el precio por cliente  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 10 | Mis precios están alienados a los de la competencia                            |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 11 | Tengo precios para cierto tipo de mercados                                     |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 12 | Los precios pueden variar de acuerdo a la depreciación                         |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
|    | <b>DIMENSIONES / ítems</b>   |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   | <b>Sugerencias</b> |
|    | <b>DIMENSIÓN 3: Inventario de los artículos a alquilar</b>                     |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |                    |
| 13 | Se puede variar el stock de los artículos a alquilar                           |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 14 | Los precios de alquiler se pueden modificar cuando ya está firmado el contrato |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 15 | Los precios de alquiler se pueden modificar en el Catalogo                     |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 16 | Puede variar el stock de acuerdo a la cantidad de eventos próximos             |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 17 | Puedo diferenciar el precio de alquiler por cliente                            |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 18 | Cuento con un stock suficiente de menaje                                       |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 19 | Puedo brindar un servicio de alquiler y una atención a la vez                  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
|    | <b>DIMENSIÓN 4: Cantidad de Personal que trabaja en los eventos</b>            |             |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |                    |
| 20 | El personal es fijo  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 21 | El personal es variable  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |
| 22 | Es fácil conseguir personal adicional  |             |   |   | ✓ |            |   |   | ✓ |          |   |   | ✓ |                    |



|    |   |  |  |  |   |   |  |  |  |   |  |  |  |   |   |
|----|---|--|--|--|---|---|--|--|--|---|--|--|--|---|---|
| 23 | Facilidad de conseguir personal capacitado                              |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 24 | Personal con disponibilidad de tiempo cuando se requiere para un evento |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 25 | Puedo modificar lo que se le paga al personal por evento                |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 26 | El pago al personal es al contado después del evento                    |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 27 | El pago es por planilla en periodos mensuales                           |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 28 | El pago proporcional al costo del evento                                |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 29 | El personal se siente satisfecho con el pago                            |  |  |  | ✓ |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |   |
| 30 | Los costos de personal varían de acuerdo a un tipo de evento            |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |
| 31 | La empresa ofrece mejores pagos al personal que otras                   |  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  |   | ✓ |

**Observaciones:**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Narvaez Arambur, Teresa  
 DNI: 10122038

Especialidad del validador: Docente metodólogo

.....de..... del 201...

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## Anexo 5 Base de Datos del SPSS

| Encuesta | Pregunta 1 | Pregunta 2 | Pregunta 3 | Pregunta 4 | Pregunta 5 | Pregunta 6 |
|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1        | 1          | 4          | 1          | 4          | 1          | 1          |
| 2        | 5          | 4          | 1          | 5          | 1          | 3          |
| 3        | 1          | 4          | 5          | 4          | 1          | 1          |
| 4        | 2          | 2          | 1          | 2          | 2          | 2          |
| 5        | 1          | 5          | 5          | 5          | 4          | 1          |
| 6        | 1          | 4          | 1          | 4          | 3          | 1          |
| 7        | 1          | 4          | 1          | 4          | 1          | 1          |
| 8        | 1          | 4          | 1          | 4          | 1          | 5          |
| 9        | 1          | 4          | 4          | 4          | 1          | 1          |
| 10       | 1          | 5          | 1          | 5          | 1          | 5          |
| 11       | 2          | 3          | 1          | 2          | 2          | 1          |
| 12       | 5          | 5          | 1          | 5          | 1          | 1          |
| 13       | 1          | 3          | 1          | 3          | 1          | 1          |
| 14       | 3          | 4          | 4          | 4          | 1          | 1          |
| 15       | 1          | 4          | 1          | 4          | 2          | 1          |
| 16       | 1          | 4          | 4          | 4          | 3          | 1          |
| 17       | 1          | 4          | 1          | 5          | 4          | 1          |
| 18       | 1          | 5          | 5          | 4          | 1          | 5          |
| 19       | 1          | 4          | 1          | 4          | 1          | 4          |
| 20       | 1          | 5          | 5          | 3          | 4          | 1          |
| 21       | 1          | 2          | 1          | 3          | 2          | 2          |
| 22       | 1          | 3          | 3          | 2          | 1          | 2          |
| 23       | 1          | 4          | 1          | 5          | 2          | 1          |
| 24       | 1          | 3          | 2          | 3          | 1          | 1          |
| 25       | 4          | 4          | 1          | 3          | 1          | 1          |
| 26       | 3          | 5          | 5          | 4          | 1          | 5          |
| 27       | 1          | 4          | 5          | 5          | 5          | 4          |

| Pregunta 7 | Pregunta 8 | Pregunta 9 | Pregunta 10 | Pregunta 11 | Pregunta 12 | Pregunta 13 |
|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5          | 5          | 5          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 3           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 3          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 3          | 1           | 5           | 3           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 4           | 5           | 5           | 5           |
| 4          | 5          | 5          | 1           | 5           | 4           | 5           |
| 5          | 5          | 5          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 4          | 4          | 5          | 2           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 3          | 5          | 5           | 4           | 4           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 2           | 4           | 5           | 5           |
| 3          | 4          | 3          | 2           | 5           | 3           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 2          | 4          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 5          | 5          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 5          | 5          | 1           | 5           | 4           | 5           |
| 2          | 5          | 5          | 2           | 5           | 5           | 5           |
| 4          | 4          | 5          | 1           | 4           | 5           | 4           |
| 5          | 4          | 4          | 2           | 5           | 4           | 5           |
| 5          | 4          | 4          | 1           | 4           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 4          | 5           | 5           | 2           | 3           |
| 5          | 3          | 2          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 4          | 5          | 2           | 5           | 5           | 5           |
| 3          | 2          | 4          | 1           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 5          | 4          | 2           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 3          | 5          | 2           | 5           | 5           | 5           |
| 5          | 5          | 5          | 5           | 5           | 5           | 5           |

| Pregunta 14 | Pregunta 15 | Pregunta 16 | Pregunta 17 | Pregunta 18 | Pregunta 19 | Pregunta 20 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 2           | 3           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 1           | 4           | 4           |
| 5           | 1           | 5           | 5           | 5           | 1           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 1           | 2           | 5           |
| 1           | 1           | 3           | 5           | 3           | 2           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 2           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 1           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 4           | 5           |
| 5           | 1           | 5           | 5           | 4           | 2           | 4           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 2           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 4           | 1           | 2           | 3           |
| 2           | 1           | 4           | 5           | 1           | 5           | 5           |
| 2           | 1           | 5           | 5           | 1           | 1           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 4           | 2           | 4           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 3           | 5           | 5           |
| 1           | 1           | 4           | 5           | 4           | 2           | 5           |
| 4           | 1           | 5           | 5           | 1           | 5           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 4           | 2           |
| 1           | 2           | 5           | 5           | 1           | 2           | 4           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 2           | 5           |
| 3           | 1           | 5           | 5           | 1           | 3           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 1           | 3           | 5           |
| 4           | 1           | 4           | 5           | 2           | 5           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 1           | 2           | 5           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 1           | 2           | 4           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 5           | 1           |
| 1           | 1           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           |

| Pregunta 21 | Pregunta 22 | Pregunta 23 | Pregunta 24 | Pregunta 25 | Pregunta 26 | Pregunta 27 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5           | 5           | 5           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 4           | 4           | 4           | 5           | 5           | 5           | 1           |
| 4           | 3           | 3           | 5           | 3           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 4           | 4           | 4           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 5           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 4           | 4           | 5           | 5           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 5           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 5           | 5           | 1           |
| 5           | 3           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 4           | 2           | 3           | 3           | 2           | 5           | 1           |
| 4           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 4           | 1           | 2           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 4           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 3           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |
| 5           | 5           | 4           | 5           | 1           | 5           | 1           |

| Pregunta 28 | Pregunta 29 | Pregunta 30 | Pregunta 31 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 4           | 4           |
| 5           | 5           | 3           | 3           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 4           | 4           |
| 5           | 5           | 4           | 4           |
| 5           | 5           | 4           | 5           |
| 3           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 4           | 5           | 4           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 4           | 4           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 5           | 4           |
| 5           | 5           | 5           | 4           |
| 5           | 5           | 5           | 3           |
| 5           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 5           | 3           | 5           |
| 5           | 5           | 4           | 5           |
| 2           | 5           | 5           | 5           |
| 5           | 3           | 5           | 5           |
| 4           | 5           | 4           | 5           |
| 1           | 5           | 5           | 5           |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  <b>UCV</b><br>UNIVERSIDAD<br>CÉSAR VALLEJO | <b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD<br/>         DE TESIS</b> | Código : F06-PP-PR-02.02<br>Versión : 10<br>Fecha : 10-06-2019<br>Página : 1 de 1 |
|--|---|---|

Yo, Diana Huamani Cajaleón, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Lima Este, revisora de la tesis titulada

“...Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering S  
Eventos, Independencia 2018.....”

del (de la) estudiante MIGUEL ANBEL HUERTAS MARTINEZ....., constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha San Juan de Lurigancho, 13 de Diciembre 2019



Firma

Diana Huamani Cajaleón

DNI: 43648948

|         |                            |        |   |        |           |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad | Aprobó | Rectorado |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&lang=es&u=1073607301&o=1234211879

feedback studio Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018 4 de 33

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Gestión Financiera de la Empresa Malena Catering & Eventos, Independencia 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:**  
**Licenciado en Administración**

**AUTOR:**  
MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ

**ASESORA:**  
DRA. MARY MARIBEL VÁSQUEZ RAMÍREZ

**LÍNEA DE INVESTIGACION:**  
Finanzas

Lima - Perú

2018



**Resumen de coincidencias**

**19 %**

|   |  |      |
|---|--|------|
| 1 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 10 % |
| 2 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 3 %  |
| 3 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 %  |
| 4 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 %  |
| 5 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 %  |
| 6 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 %  |
| 7 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | <1 % |

Esperando a ev.turnitin.com... Text-only Report Turnitin Classic High Resolution Activado





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

HUAMANI CASALEÓN DIANA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MIGUEL ANGEL HUERTAS MARTINEZ

INFORME TÍTULADO:

Gestión Financiera de la empresa Malena Catering.

8 Eventos, Independencia 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 16 - 12 - 18

NOTA O MENCIÓN: 13



*[Handwritten signature]*

\_\_\_\_\_  
LIBRADO DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN