

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



**LA CULTURA FINANCIERA Y LA GESTIÓN
DE PROCESOS DE NEGOCIOS EN LOS
MICROEMPRESARIOS DE LOS
CENTROS COMERCIALES
DE TACNA, 2017**

TESIS
Presentado por:

Br. Eduardo Oscar Aro Luque

Asesor:

Mg. Arcadio Atencio Vargas

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TACNA – PERÚ

2018

Dedicatoria

Agradecer a Dios, el creador de la naturaleza que es una obra maestra, un ingeniero, un científico en su escala mayor y dador de la vida.

A mis padres, por su apoyo incondicional y por su amistad, sin condiciones.

Agradecimientos

A mi asesor, el Mg. Arcadio Atencio Vargas por su valiosa ayuda, sus consejos y colaboración en todo momento durante el desarrollo de la presente tesis.

A nuestros docentes de la maestría de la universidad Privada de Tacna.

RESUMEN

Objetivo: Determinar cómo se relaciona la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, con la finalidad de evaluar su trascendencia en el desarrollo comercial de la Región, 2017.

Metodología: La investigación es del tipo aplicada, porque tiene como finalidad brindar nuevos conocimientos en el campo de la gestión de los negocios en un contexto económico que promueve el desarrollo de la microempresa. La presente investigación responde al diseño no experimental y están dentro del nivel correlacional. La presente investigación se planificó para llevarse a cabo en los centros comerciales de Tacna, durante el año corriente del 2017. Estuvo constituida por los negocios de los de los Centros Comerciales de la ciudad de Tacna. La población alcanza el tamaño de 250 negocios emprendedores.

Resultados: Los microempresarios expresan que en los centros comerciales se desarrolla una óptima gestión de procesos de los negocios, como estrategia para mejorar la competitividad, calidad y productividad en la empresa.

Conclusión: En los centros comerciales de Tacna se comprueba que existe una relación significativa entre la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios, como estrategia comercial para competir en un mercado globalizado e impredecible.

Palabras claves: Negocios, microempresarios, cultura financiera, competitividad.

ABSTRACT

Objective: Decide how the financial culture and business process management is connected to the microenterprise of the Tacna Shopping centers with the intention of evaluating their significance in the business development of the regions, 2017.

Methodology: The investigation is acceptable, because it is principal to make better new knowledge in the field of the business management in an economic context that foment the development of the micro interprise the actual investigation respond to the non experimental intention and is within the descriptive and correlational level. The actual investigation was planes to take place in the shopping center of the Tacna cyti, duning the actual year 2017. It was constituted to the business of the shopping centers of the Tacna city tha citicen reaches the size of 250 entreprevenevrial businesses.

Results: The microentrepreneur's talk that in the shopping centers is the best management of business processes is developed, like a strategy to make better competitiveness, avality and productivy in the company.

Conclusion: In the mall or shopping centers of Tacna city it is proven that there is a significant relationship in connection financial culture and business process management like a commercial strategy to compete in a total and imprevisible market.

Keywords: comercial or businesses, micro interprise, financial culture, competitiveness.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice	vi
Indice de tablas	x
Índice de Figuras	xii
Introducción	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.2.1. Problema Principal	7
1.2.2. Problemas secundarios	7
1.3. OBJETIVOS	8
1.3.1. Objetivo General	8
1.3.2. Objetivos específicos	8
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION	9
1.4.1. Conveniencia	9
1.4.2. Relevancia Social	9
1.4.3. Implicancias prácticas	9
1.4.4. Valor teórico	9
CAPITULO II	
10	
MARCO TEÓRICO	
10	
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	
10	

2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS	
12	
2.2.1. CULTURA FINANCIERA	
12	
2.2.1.1. Importancia de la cultura financiera	
14	
2.2.1.2. Consecuencias de la cultura financiera	
15	
2.2.1.3. Habilidades financieras del emprendedor	16
2.2.1.4. Impacto de la cultura financiera	20
2.2.1.5. La cultura financiera y el mercado financiero	21
2.2.1.6. Aspectos claves de la cultura financiera	
22	
2.2.1.7. Productos y servicios financieros	23
2.2.1.8. Microempresa	24
2.2.1.9. Cadena de valor	25
2.2.1.10 Finanzas	25
2.2.1.11 Morosidad	25
2.2.2. Gestión de procesos de negocios	25
2.2.2.1. Fases de la gestión de procesos de negocios	26
2.2.2.2. Importancia de la gestión de procesos de negocio	27
2.2.2.3. Alcance de la gestión de procesos de negocios	28
2.2.2.4. Modelos de negocios	28
2.2.2.5. Beneficios de la gestión	29
2.2.2.6. Monitoreo de procesos	
30	
2.2.2.7. Condiciones para aplicar los procesos	
31	
2.2.2.8. Características de los procesos	31
2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS	
32	

2.3.A. Administración de procesos	
32	
2.3.B. Sistema de gestión de proceso	32
2.3.C. Mapa de procesos	32
2.3.D. Control seguimiento y evaluación de procesos	33
2.3.E. Procesos de negocio	33
2.3.F. Negocio	33
2.3.G. Mejora continua	33
CAPITULO III	34
3.1. HIPÓTESIS	34
3.1.1. HIPÒTESIS GENERAL	34
3.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	34
3.2. VARIABLES E INDICADORES	35
3.2.1. Variables	35
3.2.2. Operacionalización de las variables	36
A. Variable 1	36
B. Variable 2	37
3.3. TIPO INVESTIGACIÓN	38
3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	38
3.5. AMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.6. UNIDADES DE ESTUDIO	39
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	39
3.7.1. Población	39
3.7.2. Muestra	40
3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	42
3.8.1. Instrumentos	42
3.8.1.1. Encuesta sobre cultura financiera	42
3.8.1.2. Encuesta sobre gestión de procesos de negocios	43
3.8.2. Validación del instrumento	45
3.9. PROCESAMIENTO DE DATOS	46
CAPÍTULO IV	47

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	47
4.1. DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	47
4.2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS SOBRE CULTURA FINANCIERA	47
4.2.1. Análisis de indicadores	47
4.2.1.1. Resumen general del análisis estadístico	54
4.2.1.2. Prueba estadística	56
4.2.1.2.1. Prueba de normalidad	56
4.2.1.2.2. Prueba de hipótesis estadística	57
4.3.2 Descripción de los resultados sobre gestión de procesos de negocios	60
4.3.2.1. Análisis de la dimensión diagnóstico y análisis de procesos	60
4.3.2.2. Análisis de la dimensión diseño de proceso de negocio	64
4.3.2.3. Análisis de la dimensión ejecución de procesos de negocio	68
4.3.2.4. Análisis de la dimensión evaluación y monitoreo de proceso de negocio	72
4.3.2.5. Resumen general del análisis estadístico	75
4.3.2.6. Prueba estadística	77
4.3.2.3.1. Prueba de normalidad	77
4.3.2.3.2. Prueba de hipótesis sobre gestión de procesos de negocios	78
4.4. COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	80
4.4.1. Verificación de la primera hipótesis específica	80
4.4.2. Verificación de segunda hipótesis específica	82
4.4.3. Verificación de tercera hipótesis específica	84
4.4.4. Verificación de cuarta hipótesis específica	86
4.4.5. Verificación de la hipótesis general	88
CAPÍTULO V	91
DISCUSIÓN	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS: INSTRUMENTOS	102

Indice de tablas

Tabla 1 Cultura financiera	36
Tabla 2 Gestión de procesos de negocio	37
Tabla 3 Distribución de la muestra	41
Tabla 4 La estructura del cuestionario: Indicadores-Ítems:	42
Tabla 5 La estructura del cuestionario: Dimensión-Indicador-Ítems:	44
Tabla 6 Alfa de Cronbach cultura financiera	45
Tabla 7 Alfa de Cronbach gestión de procesos de negocios	45
Tabla 8 Indicador 1: Gestión presupuestal en la microempresa	47
Tabla 9 Indicador 2: Planificación del Gasto en la microempresa	48
Tabla 10 Indicador 3: Diversificación de ingresos en la microempresa	49
Tabla 11 Indicador 4: Gestión financiera en la microempresa	50
Tabla 12 Indicador 5: Productos financieros en la microempresa	51
Tabla 13 Indicador 6: Gestión de prevención de riesgos en la microempresa	52
Tabla 14 Morosidad	53
Tabla 15 Cultura financiera	54
Tabla 16 Prueba de normalidad para una Muestra	56
Tabla 17 Diagnóstico de procesos	60
Tabla 18 Indicador descubrimiento de procesos	61
Tabla 19 Indicador definición de procesos	62
Tabla 20 Indicador despliegue de procesos	64
Tabla 21 Implementación de Procesos	65
Tabla 22 Indicador diseño de procesos	66
Tabla 23 Indicador adopción de procesos	68
Tabla 24 Indicador control de procesos	69
Tabla 25 Indicador ejecución de procesos	70
Tabla 26 Indicador Medición de Procesos	72
Tabla 27 Indicador Mejora de Procesos	73
Tabla 28 Indicador monitoreo de procesos	74

Tabla 29 Gestión de procesos de negocios	75
Tabla 30 Prueba de normalidad para una muestra	77
Tabla 31 Tabla de contingencia Cultura Financiera y Diagnostico de procesos de negocios	81
Tabla 32 Coeficientes de Correlación	81
Tabla 33 Tabla de contingencia Cultura financiera y diseño de procesos	82
Tabla 34 Coeficientes de Correlación	83
Tabla 35 Tabla de contingencia Cultura Financiera y Ejecución de Procesos de negocios	84
Tabla 36 Coeficientes de Correlación	85
Tabla 37 Tabla de contingencia Cultura Financiera y evaluación y monitoreo de procesos de negocios	86
Tabla 38 Coeficientes de Correlación	87
Tabla 39 Tabla de contingencia Cultura Financiera y gestión de los procesos de negocios	89
Tabla 40 Coeficientes de Correlación	89

Indice de figuras

Figura N° 01: Nivel de Cultura Financiera	49
Figura N° 02: Nivel de Gestión de Procesos de Negocios	69

INTRODUCCIÓN

Actualmente para lograr mantenerse en el mercado con una fuerte consolidación financiera, se requiere del manejo de modelos de gestión que contribuyan con la mejora continua de los negocios. La, Gestión de Procesos de Negocio es una metodología empresarial que busca mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, que se deben modelar, automatizar, integrar, monitorizar y optimizar de forma continua. La gestión de procesos de negocios, es una estrategia de mucha utilidad para los microempresarios, que ha surgido como el elemento clave para brindar a las organizaciones la “Agilidad” y “Flexibilidad” necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado.

El problema surge cuando se observa que las empresas compiten por mantener su mercado frente a empresas que buscan ampliar su mercado, utilizando estrategias mas asociadas al uso de nuevas tecnologías o modelos de gestión para dar dinamismo a sus negocios.

La presente investigación estuvo orientada a conocer cómo la cultura financiera tiene relación con la gestión de los procesos de negocios.

El trabajo de investigación está dividido en cuatro capítulos, que se describen a continuación:

El Primer Capítulo de este trabajo, hace referencia al planteamiento del problema. Contiene la descripción, formulación, justificación y objetivos de la investigación.

El Segundo Capítulo, referente al marco teórico conceptual de la investigación, contiene los antecedentes del estudio y las bases teóricas que fundamentan la naturaleza y las definiciones de conceptos.

En el Tercer Capítulo, se desarrolla el marco metodológico, haciendo referencia al tipo y diseño de investigación, la población y muestra, así como los métodos y técnicas que se usaron para la recolección de datos y el procesamiento e interpretación de los resultados.

En el Cuarto Capítulo, se presentan los resultados estadísticos en tablas y figuras estadísticas con las respectivas comprobaciones de las hipótesis de la investigación.

Finalmente, se presentan la discusión, las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía correspondiente, acompañados de los anexos necesarios, que se utilizaron para llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

Capítulo 1

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años, la temática de las finanzas ha tomado un papel definitivo y definitorio en el desarrollo de las finanzas personales y de inversión. En este sentido, se ha incrementado el interés por abordar la temática de la calidad de los productos y servicios financieros y la capacidad de la población para hacer frente a sus efectos sobre la economía familiar y de la empresa.

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP ha publicado los resultados de una encuesta en la que “resalta que el 60% de peruanos carecen de una cultura financiera”. Estos resultados evidencian que nuestra población carece de suficiente cultura financiera. Es decir, que no tiene cabal entendimiento de conceptos financieros básicos, no planifica adecuadamente sus finanzas, ahorra menos de lo necesario e utiliza inadecuadamente los productos o servicios que el sistema financiero le brinda.

La cultura financiera de los ciudadanos es un tema de mucha importancia para los países que buscan su desarrollo económico. La capacidad de entender cómo funciona el dinero en el mundo; como una persona lo obtiene, lo administra, lo invierte y lo dona para ayudar a los demás es un tema vital para las familias emprendedoras. El desconocimiento de estos temas genera problemas de toma de decisiones que repercuten en la calidad de vida de las personas, más aún en quienes dirigen negocios. Uno de los principales factores por la que fracasan los negocios en forma temprana, es precisamente por la baja cultura financiera de los emprendedores.

Desde el punto de vista de un emprendedor promedio, se piensa que hay que estudiar para trabajar y trabajar para vivir, este es un pensamiento típico de la

población. No hay una visión de futuro, planes que deben ser llevados a algo concreto y no sólo como ideas, como por ejemplo mejorar su negocio, invertir en tecnología de punta, crear cadenas de negocio. En la gestión de modelos de negocio se dan problemáticas que afectan la rentabilidad del negocio, por que disminuye significativamente el tiempo de transferencia de trabajo, información y documentos entre actividades.

La cultura financiera que es consecuencia de una buena educación financiera, es una de las debilidades que caracteriza a los microempresarios que buscan minimizar su riesgo y asegurar la rentabilidad de su negocio. El mercado de los servicios financieros, es cada día más complejo, por la diversidad de instituciones y los productos financieros que se ofrecen en el mercado. Por esta diversidad las familias se encuentran en una encrucijada a la hora de la toma de decisiones en especial cuando tienen que elegir el mejor servicio que le dé la respuesta a sus necesidades financieras.

La cultura financiera adquiere importancia y se convierte en una herramienta clave para la adecuada toma de decisiones, cuando surge la necesidad de buscar nuevas fuentes de financiamiento. Actualmente el mercado financiero ha variado de estrategias, a puesto su mirada en las familias emprendedoras excluidas del mercado financiero. Existen nuevas expectativas en las familias excluidas, porque el sistema financiero ha comenzado a tomarlos en cuenta y eso es importante para quienes pretenden ingresar al mercado buscando su propio empleo, con el apoyo de la microfinanza.

La mayoría de microempresarios se inician en el mercado sin ideas sobre las estrategias comerciales y financieras que pueden minimizar su riesgo

y maximizar sus beneficios, así como también comienza su participación en el mercado sin la asistencia directa de un Banco Financiero. La gestión de un negocio actualmente requiere de muchas herramientas y estrategias para asegurar su éxito y permanencia en el mercado que es impredecible y competitivo.

Actualmente los microempresarios tienen un bajo nivel de conocimiento sobre el ahorro e inversión, limitando el inicio y desarrollo de una cultura financiera, que les permita una planeación del futuro, el uso de tecnología de información bastante sofisticada, al rápido acceso a productos financieros y el fácil acceso al crédito para el consumo. Tacna cuenta con un fuerte número de negocios familiares que se inician con bajo volumen de capital.

El inicio en un negocio hoy por hoy es vital para quienes tienen visión de un futuro mejor, pero también es importante el apoyo y asesoramiento de una entidad financiera que los incluya en su cartera de créditos. En ese sentido es vital reconocer que la cultura financiera es una estrategia que tiene el propósito de mejorar la confianza, la solidez y el desarrollo de los negocios de los microempresarios con el apoyo del sistema financiero.

Actualmente el crecimiento económico de Tacna, tiene un alto componente comercial, caracterizado por una alta concentración de microempresas que se desempeñan en las diferentes actividades económicas que ofrece la región. El crecimiento de centros comerciales y ferias es un indicador de la fuerte presencia de familias que se inician en los negocios y otros que extienden su área de influencia.

Muchas microempresas se inician en el seno de una familia, como negocios familiares ante la falta de ingresos y de empleo, para cubrir las necesidades básicas en un hogar. Estas microempresas desconocen la gestión de los procesos de los negocios, arriesgando su capital y su permanencia en el mercado. Por lo general actúan sobre base de conocimientos empíricos, y están desconectados del desarrollo de los sistemas automatizados y virtuales, que actualmente aplican los negocios modernos. Las causas del por que no usan los negocios familiares, las nuevas tecnologías es por falta de conocimientos, tamaño y sus efectos son en un óptimo control de gestión de procesos.

En ese sentido la gestión de procesos de negocios, es una necesidad apremiante en los centros comerciales y ferias que sostienen el crecimiento económico de Tacna, por tal razón, es importante investigar en qué nivel los negocios en Tacna se encuentran bien gestionados y comprobar que las microempresas se inician con capitales familiares y pequeños sin una cultura financiera. El conocimiento y dominio de las finanzas personales y de inversión así como la gestión de los procesos de negocios, es vital para generar en Tacna un desarrollo comercial moderno y con fuerte solidez en la economía familiar y de la empresa.

Son características del estudio, la situación actual de la cultura financiera en los negocios, el nivel de la calidad de la gestión de los procesos de los negocios, el dominio de estrategias comerciales en escenarios competitivos y el nivel de sostenibilidad de los negocios después de los tres años de permanencia en el mercado.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por todo lo descrito, la presente investigación plantea las siguientes interrogantes:

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo se relaciona la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, 2017?

1.2.2. Problemas secundarios

- B.1. ¿En qué medida la cultura financiera se relaciona con la el diagnóstico de procesos de negocio de los centros comerciales en la ciudad de Tacna?
- B.2. ¿En qué medida la cultura financiera se relaciona con el modelo de procesos de negocios en los Centros Comerciales de Tacna?
- B.3.- ¿En qué medida la cultura financiera se relaciona con la ejecución de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna?
- B.4.- ¿En qué medida la cultura financiera se relaciona con la evaluación y monitoreo de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna?

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

1.3.1. Objetivo General

Determinar cómo se relaciona la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, con la finalidad de evaluar su trascendencia en el desarrollo comercial de la Región.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Establecer en qué medida la cultura financiera se relaciona con el diagnóstico y análisis de procesos de negocio de los centros comerciales en la ciudad de Tacna.
- b) Establecer en qué medida la cultura financiera se relaciona con el diseño de procesos de negocios en los Centros Comerciales de Tacna.
- c) Establecer en qué medida la cultura financiera se relaciona con la ejecución de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna.
- d) Establecer en qué medida la cultura financiera se relaciona con la evaluación y monitoreo de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

1.4.1. CONVENIENCIA

Es conveniente por qué sirve para contribuir con el mejoramiento de la gestión de los procesos de los negocios en los microempresarios.

1.4.2. RELEVANCIA SOCIAL

Tiene alto contenido social porque trata de negocios que tienen fuerte impacto en la generación de empleo en Tacna.

1.4.3. IMPLICANCIAS PRÁCTICAS

Permitirá incrementar nuevos conocimientos sobre la importancia de la cultura financiera y la gestión de los procesos de los negocios en un contexto comercial.

1.4.4. VALOR TEÓRICO.

Porque los resultados de la investigación contribuirán con el mejoramiento de la Gestión de los procesos de negocios y contribuir con el crecimiento económico de Tacna.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

En base a la revisión efectuada, se ha detectado la siguiente bibliografía afín, tales como:

- Racannello y Herrera (2014). Desarrollaron una investigación titulada: *“Educación e inclusión financiera”*. En esta investigación se concluye que la inclusión financiera puede traer beneficios a los individuos cuando se acompaña del desarrollo de la educación financiera; de otra forma, puede fomentar un uso poco eficiente de los productos y servicios financieros.
- Mujica, et al. Smith, García, Gutierrez y Quero (2013), desarrollaron una investigación titulada: *“Emprendimientos productivos familiares”*. En esta investigación se concluye que la estrategia de emprendimiento productivo familiar en Red, permite impulsar el desarrollo local sostenible, desde emprendimientos en áreas agrícola y ganadero, pasando por iniciativas de manejo agroecológico.
- Mallar, M. (2010), desarrolló una investigación denominada: *“La gestión por procesos: Un enfoque de gestión eficiente”*. En esta investigación se concluye que la organización es una red de procesos interrelacionados o interconectados, donde la estructura organizativa vertical clásica, eficiente a nivel de funciones, se orienta hacia una concepción horizontal, desplazándose el centro de interés desde las

estructuras hacia los procesos, como metodología para mejorar el rendimiento, concentrándose en el diseño disciplinado y cuidadosa ejecución de todos los procesos de una organización.

- Riaga, Duque, y Camargo (2008), desarrollaron una investigación titulada: *“Una revisión a la investigación en emprendimientos femeninos”*. En esta investigación se concluye que existe interés por comprender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, considerando que la tendencia a nivel mundial muestra que las mujeres crean nuevas empresas que los hombres.
- La organización para la cooperación y el desarrollo económico OCDE (2005), define: *“La educación financiera y cultura financiera es el proceso mediante el cual los consumidores e inversionistas mejoran su comprensión de los productos y los conceptos financieros, por medio de la información, la instrucción o la asesoría objetiva, desarrollan las capacidades y la confianza para estar conscientes de los riesgos financieros y las oportunidades, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para obtener ayuda y tomar otras medidas eficaces para mejorar su bienestar financiero y su protección.”*
- La superintendencia de banca y seguros, SBS_AFP (2006), en su portal de SBS y la educación financiera, menciona lo siguiente: *“la educación financiera contribuye de manera importante al proceso de inclusión financiera responsable. Permitiendo que las personas puedan estar en capacidad de tomar decisiones financieras adecuadas, comprendiendo los beneficios y riesgos al utilizar los productos y servicios financieros”*.

- La Comisión Financiera¹ de Estados Unidos, (2006), teoriza:
“La educación financiera consiste en proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras”.

2.2.BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

2.2.1. CULTURA FINANCIERA

La cultura financiera es el dominio de habilidades, conocimientos y prácticas diarias necesario para tomar decisiones financieras con información y de una forma sensata a lo largo de la vida.

Según Millán (2015), sostiene al respecto:

“La cultura financiera es el proceso mediante el cual los inversores y los consumidores financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir

¹ Aguilar y Ortiz (2013), “diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”, citado en pág. 5, tesis de pregrado, universidad técnica particular de Loja, Ecuador, recuperado de:
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/tesis%20ecf%20final%20junio%203%2c%20%202013%20%281%29.pdf>

para pedir ayuda y llevar a cabo cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero”.

En un contexto comercial, donde los microempresarios inician sus negocios, la cultura financiera representa, las habilidades, conocimientos y las prácticas que realizan día a día para lograr una correcta administración de lo que ganan y lo que gastan, así como un adecuado manejo de los productos financieros para tomar adecuadas decisiones.

Según Amezcua ²(et. al, 2014) la define como:

“a mayor nivel de educación financiera corresponde un mayor grado de cultura financiera y por consiguiente un mayor bienestar social y desarrollo económico”

En un contexto comercial, donde los microempresarios inician sus negocios, la cultura financiera representa administrar las finanzas y sus inversiones. Conocimiento es tener educación financiera; entonces toda persona que asimila un conocimiento por más pequeña que sea, tiene una cultura financiera. Todo microempresario al tener cultura financiera entonces tiene educación financiera. Al respecto sobre el conocimiento en finanzas y costumbres financieras, los microempresarios podrán administrar e incrementar su patrimonio, si su estabilidad emocional

² Peñaloza (2016), “la cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones en los empresarios”, tesis de pregrado, pág. 18, Instituto Politécnico Nacional, México, 2016. Recuperado de: <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/19575/1/30.%20Laura%20Pe%C3%B1aloza%20Bola%C3%B1os.pdf>

vaya de la mano con su inteligencia emocional, a nivel empresarial, familiar y personal.

2.2.1.1. IMPORTANCIA DE LA CULTURA FINANCIERA

En mundo globalizado donde las finanzas son fundamentales para la toma de decisiones en los negocios familiares, es vital que las personas manejen un nivel suficiente de conocimiento sobre ahorro e inversión formal. En un estudio realizado por la OCDE en el año 2005 sobre los niveles de alfabetización financiera de los individuos, sobre la base de los resultados del análisis realizado en quince países, las conclusiones son similares en todas las jurisdicciones, reflejando un estado de situación caracterizado por los siguientes aspectos:

- a) Los conocimientos financieros de los consumidores y potenciales inversores son relativamente escasos.
- b) Los individuos creen que la información financieras difícil de obtener y de comprender. En general, los individuos sobrevaloran sus conocimientos en materia financiera, ya que se sienten más capacitados en cuestiones financieras de lo que lo están en realidad.
- c) Gran parte de la población tiene dificultades para gestionar su situación financiera, asimilar la información que está a su alcance y evaluar los riesgos que está asumiendo.
- d) La planificación de la mayoría de los hogares es escasa, con lo que el riesgo de endeudarse de manera inadecuada es elevado.
- e) Existe una correlación positiva entre los conocimientos financieros y el estatus socioeconómico de los consumidores, por lo que son los hogares con los niveles de renta más bajos los que presentan un menor nivel de educación financiera.

Se observa que el nivel de cultura financiera en las personas potencialmente inversores, o microempresarios es muy baja, lo que implica que existe desconocimiento sobre los principales conceptos financieros que se manejan en el complejo mundo de la economía y las finanzas.

2.2.1.2. CONSECUENCIAS DE LA CULTURA FINANCIERA

Adoptar hábitos y comportamientos financieros adecuados tiene consecuencias directas en la toma de decisiones financieras, pero también condiciona las oportunidades de futuro, afecta a la autoestima e incluso a las relaciones personales. Y es que, las malas decisiones financieras traen como consecuencia de un déficit de cultura financiera, y puede tener un impacto negativo en la vida durante muchos años.

La cultura financiera va relacionada con la educación financiera porque permite el acceso de las personas a información y herramientas sobre el funcionamiento de la economía y las finanzas; y su incidencia e importancia en la vida diaria, otorgando la confianza que da el conocimiento, en la toma de decisiones.

La cultura financiera es la adquisición de hábitos, de modelos que permite al microempresario aplicar los conocimientos, capacidades y habilidades en la toma de decisiones. Las consecuencias de la carencia de una cultura financiera es la alta mortalidad de emprendimientos que nacen sin la adecuada preparación y formación

financiera que un mercado competitivo no tienen muchas esperanzas de crecer y permanecer en el mercado.

2.2.1.3. HABILIDADES FINANCIERAS DEL EMPRENDEDOR

Las buenas prácticas en finanzas personales son fundamentales para el desarrollo de una gestión eficiente en las finanzas de la Empresa. La buena educación financiera crea condiciones para lograr desarrollar capacidades y consolidar conocimientos en aspectos básicos como en la gestión del presupuesto personal, planificación financiera y en gestión de riesgos.

Para los microempresarios es fundamental que logren y apliquen las siguientes habilidades en su gestión financiera:

a) Gestión presupuestal

Todo microempresario, lo primero que debe hacer es tener controlado su dinero, tanto el personal como el de la empresa, lo que significa vivir bajo un presupuesto. La palabra “presupuesto” significa previsión, estimar lo que es indispensable gastar. Presupuesto no significa sacrificar oportunidades por tratar de gastar poco o la de ahorrar.

Vivir bajo un presupuesto, simplemente significa planificar los ingresos y los gastos y así decidir racionalmente.

En un emprendimiento se tiene que controlar los gastos a través de la confección de un presupuesto. Dirige eficazmente el negocio implica gestionar en base a un presupuesto. El

crecimiento del negocio y la sostenibilidad en el mercado depende del control de tu principal recurso: los ingresos.

b) Planificación del consumo

La administración de un negocio significa tener que diferenciar entre los deseos y las necesidades. Implica un alto riesgo asumir gastos en bienes y servicios complementarios que no contribuyen con éxito del negocio. Suele priorizarse lo urgente y descuidar lo importante.

El consumo en los emprendimientos tiene que ser programados y evaluados para evitar generar desequilibrios en el presupuesto. Demasiados dueños de empresas, especialmente cuando están empezando, se precipitan en tratar de tener todo lo que necesita el negocio, ya sea un equipo innecesario, los últimos desarrollos de tecnología e incluso empleados adicionales.

Cuando se gasta demasiado en los deseos, se corre el riesgo de no tener los recursos suficientes para cubrir las necesidades básicas, como las oficinas necesarias, los equipos de informática, y un programa de marketing novedoso.

Los emprendimientos requieren de un gasto racional y pertinente, que sea esencial para el negocio, y evitar el gasto innecesario y poco relevante, que solamente signifique el haber cumplido con un deseo.

c) Diversificación de ingresos

Todo emprendimiento debe procurar diversificar la obtención de sus ingresos. El sólo hecho de estar dependiendo de un solo tipo de venta, implica un alto riesgo de un fracaso inminente. Los negocios exitosos por lo general, tienen ingresos por diferentes servicios. La diversificación del negocio es una excelente estrategia para asegurar su estabilidad económica y financiera.

Siempre que sea posible, trata de ofrecer servicios o productos complementarios o diversificar tus ingresos empresariales de otras maneras. De ese modo, si uno de sus productos cae en ventas en el mercado, están las ventas de los otros productos que sostendrán el negocio.

d) Gestión financiera

Alrededor de la mitad de los emprendimientos en negocios fracasan en los primeros años de vida. Muchas de estas empresas fracasan por la carencia de una cultura financiera. Muy rápidamente se endeudan y complican su solidez financiera. Mientras otros emprendimientos hacen una eficiente gestión financiera, sobre el cual encuentran el capital para crecer, otras se endeudan en exceso generando una sentencia de muerte. Es vital el conocimiento y manejo de los préstamos y los créditos. La deuda en préstamos puede ser fatal en el campo empresarial.

La adecuada gestión de la deuda es parte de la cultura financiera, que hace falta en gran parte de los microempresarios.

e) **Comprensión de producto y servicios financieros**

La consecución de un buen crédito para la implementación y crecimiento de un negocio es tan importante como la consecución de un buen crédito cuando se trata de las finanzas personales. Mediante la constitución de un buen crédito para el negocio, se pone en una posición adecuada para pedir dinero prestado cuando lo necesites para mover el negocio en el futuro.

La adecuada gestión financiera exige del conocimiento y puesta en práctica de la cultura financiera que debe tener todo emprendedor. Ingresar al mercado financiero implica conocer conceptos como la tasa de interés, inflación, riesgos, tarjetas de crédito, cuenta corriente, de tal forma que el emprendedor pueda tomar decisiones de la mejor manera posible

f) **Gestión de prevención de riesgos**

Toda inversión siempre implica un riesgo. El microempresario debe estar preparado para cualquier emergencia financiera que ponga en riesgo la estabilidad en tu negocio. Es vital prever y tomar en cuenta un fondo de emergencia para el negocio. Mientras que el uso de tarjetas de crédito y préstamos para mejorar el negocio no es necesariamente algo malo, pero es importante no caer en deudas que genere un aprieto financiero en el negocio.

El administrar adecuadamente un negocio implica disponer de un fondo de emergencia lo suficientemente grande que permita cubrir los gastos esenciales del negocio por un tiempo prudente,

en caso de perder los ingresos en una situación no prevista. No se tiene que financiar completamente el fondo de emergencia de inmediato. En su lugar, se puede construir lentamente depositando una cantidad fija o un porcentaje de los ingresos del negocio en el fondo cada mes hasta llegar a tu meta.

Si bien la gestión de las finanzas de una micro empresa puede ser compleja, pero no deja de ser indispensable que se necesite un contador para registrar los movimientos de las finanzas de tal forma que el negocio tenga éxito.

2.2.1.4. IMPACTO DE LA CULTURA FINANCIERA

El impacto real de la cultura financiera sucede en muchos aspectos, se indican las más relevantes:

- a) Los microempresarios participan legalmente en los negocios.
- b) Los microempresarios con el crédito se desarrollan más autónomamente y no dependen de prestamistas usureros.
- c) Los microempresarios con crédito son más productivas y dejan la pobreza.
- d) Con su trabajo contribuyen en el mejoramiento de su comunidad.
- e) Surgen espacios de diálogo entre los inversores y entidades financieras.
- f) Se incrementa la autoestima de los microempresarios aceptados en el sistema financiero.
- g) Los integrantes de las microempresas valoran su participación en el crecimiento económico de la comunidad.
- h) Los microempresarios se sienten con la capacidad de ahorrar.

- i) Los microempresarios han aprendido a manejar su negocio.
- j) Los microempresarios ven incrementado sus ingresos
- k) Los microempresarios han mejorado su calidad de vida en términos de alimentación.

Al respecto Álvarez (2011), sostiene que:

Los modelos económicos pretenden explicar por qué la inequidad afecta el crecimiento económico, encuentran como uno de sus principales factores de impacto las imperfecciones del mercado crediticio. Bajo el supuesto de la existencia de estas imperfecciones, el potencial de las personas más pobres para invertir en su educación y en la generación de mejores oportunidades laborales se ve dramáticamente limitado, pues sus posibilidades quedarán determinadas sólo por su situación actual. Lo cual plantea especial importancia a la inclusión financiera en zonas vulnerables y de alta marginación, tanto rural como urbana.

2.2.1.5. LA CULTURA FINANCIERA Y EL MERCADO FINANCIERO

Los temas financieros deben formar parte de la cultura financiera de todas las familias. Lo cierto es que cuanto menos conocimiento financiero exista, las microempresas se mantendrán al margen del sistema financiero y con ello los productos financieros tenderán a encarecerse. Eso implica que a las microempresas usuarias de los productos financieros les seguirán cobrando todos los costos de generación de los mismos. Por lo tanto a mayor cultura financiera las microempresas se verán beneficiadas.

La cultura financiera es un tema de interés común que tiene que mejorar en nuestro país. Las instituciones del sistema financiero, deberían liderar esta tarea de mejorar el conocimiento en finanzas. Las entidades educativas de todo nivel deberían concederle un espacio constante al tema.

Lo principal es ir mostrando a las personas el valor cotidiano de ir mejorando el conocimiento financiero. Cada microempresas es distinta y distinta también son las necesidades financieras, y que por tanto las soluciones no pueden ser universales. Saber personalizar las herramientas y los mensajes será parte esencial del camino a seguir.

2.2.1.6. ASPECTOS CLAVES DE LA CULTURA FINANCIERA

En efecto la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú, acaba de “*publicar resultados sobre una encuesta de cultura financiera*”, en la que resaltan algunos interesantes hallazgos:

- a) Cerca del 50 % de los entrevistados no sabe cómo explicar los efectos de la inflación sobre sus posibilidades de compra.
- b) Sólo 40% de los encuestados sabe calcular intereses de su cuenta de ahorros.
- c) Las personas de menores ingresos tienden a ahorrar más en el hogar (“bajo el colchón”).
- d) Una proporción pequeña de personas con menor educación utilizan los servicios del sistema financiero.
- e) 40% de las personas no hacen comparaciones previas para adquirir un producto financiero.

- f) Sólo 25 % de los entrevistados podrían cubrir sus gastos por 3 meses a más sin tomar deudas; en caso perdiera su principal fuente de ingresos (insuficiencia de ahorro para emergencias).

2.2.1.7. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

Las instituciones financieras, además de colocar créditos (operaciones activas) y captar depósitos (operaciones pasivas), ofrecen una serie de servicios a sus clientes, entre ellos:

A.- PARA LAS EMPRESAS

- Depósitos de ahorro
- Depósitos a plazo
- Deposito CTS
- Préstamos personales
- Préstamos hipotecarios
- Préstamos para estudios
- Cambio de moneda
- Envíos y transferencia de dinero
- Pago de impuestos
- Tarjeta de crédito
- Pago de servicios
- Emisión de cartas de presentación.

B.- PARA LAS PERSONAS

- Depósitos de ahorro.
- Préstamos.
- Pago de planillas.
- Pago a proveedores.
- Inversiones.

Operaciones de comercio exterior.

Arrendamiento financiero.

Servicios diversos.

2.2.1.8. MICROEMPRESA

Según el marco normativo Ley N°28015 (2003), ley de promoción y formalización de la Micro y pequeña empresa, las microempresas tiene las siguientes características concurrentes:

“El número total de trabajadores la microempresa: desde uno hasta 10 trabajadores. Ventas anuales de 150 unidades impositivas (UIT). La pequeña empresa de uno hasta 50 trabajadores. Ventas anuales hasta 850 unidades impositivas (UIT)”.

Según el Decreto Supremo N° 007-2008-TR-Artículo 4. Define:

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

2.2.1.9. CADENA DE VALOR

Garcia y Barba (2011) teorizan: “Se denomina cadena de valor, pues considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades (las cuales forman un proceso básicamente compuesto por el diseño, producción, promoción, venta y

distribución del producto), las cuales van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de éstas.”

2.2.1.10 FINANZAS

García, Padilla (2014), sostiene: *“conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor”*.

2.2.1.11 MOROSIDAD

Para Recarte³ (2015) la morosidad es: *“falta de puntualidad o retraso, en especial en el pago de una cantidad o en la devolución de una cosa”*.

2.2.2.- GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIOS

En un mercado globalizado y altamente competitivo, las empresas necesitan permanentemente adaptar y mejorar sus procesos, pero frecuentemente están frenadas por aplicaciones y sistemas que no están preparados para explotar nuevas oportunidades y adaptarse a los cambios de forma ágil. La gestión de procesos de negocios, con sus enfoques evolucionados y sus tecnologías punta, ha surgido como el elemento clave para proporcionar a las organizaciones la “Agilidad” y “Flexibilidad” necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado. La Gestión de

³ Coronel H. (2016), *“estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi banco”*, tesis de pregrado, pág 52, universidad Señor de Sipan, Perú. Recuperado de: http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3030/1/TESIS_ESTRATEGIAS%20DE%20COBRANZA_MOROSIDAD.pdf

Procesos de Negocio es una metodología empresarial cuyo objetivo es mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, que se deben modelar, automatizar, integrar, monitorizar y optimizar de forma continua.

Galvis, (2014) sostiene al respecto.

En la actualidad, las organizaciones enfrentan muchos retos que han emergido a partir del fenómeno de la globalización. Para hacer frente a competidores ubicados en diversas regiones del mundo y responder rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado, las organizaciones de diversos sectores le han prestado más atención y han invertido mayores recursos en la Gestión de Procesos de Negocio.

2.2.2.1.- FASES DE LA GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIOS

La metodología de procesos de negocios presenta las siguientes fases:

A.- DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS DE NEGOCIO

Todo proceso se inicia con diagnóstico, que implica analizar los procesos actuales o nuevos para conocer cómo definirlos (definición de tareas, cómo ejecutar dichas tareas, quién realiza las tareas, dónde se realizan, qué datos utiliza, qué reglas de negocio deben cumplirse...).

B.- DISEÑO DE PROCESOS DE NEGOCIO

El negocio para generar éxito tiene que diseñar los procesos de negocio siguiendo una secuencia lógica desde la introducción del producto hasta su venta.

C.- EJECUCION DE PROCESOS DE NEGOCIO

Implica automatizar los procesos de manera que la información se la obtenga de manera rápida y luego integrar las aplicaciones y datos para que exista una orquestación adecuada.

D.- EVALUACION Y MONITOREO

Conlleva la tarea de acompañar cada etapa del proceso, para corregir u reorientar las actividades de negocio hacia los objetivos de la empresa, y así tomar decisiones oportunas y efectivas.

2.2.2.2. IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO

Los negocios que buscan posesionarse y fidelizar a sus clientes, tienen que ser flexibles y ágiles para adaptarse a los rápidos y continuos movimientos del mercado, gestionando los riesgos operacionales y financieros, incrementando a su vez la rentabilidad empresarial y la satisfacción de sus clientes.

Los procesos y recursos empresariales deben dirigirse hacia la meta estratégica de la empresa, pero debemos ser capaces de conocer qué está impidiendo no llegar a los objetivos marcados, qué cuellos de botella están ocurriendo, cómo solventar las excepciones y cómo orquestar los procesos y recursos para conseguir el reto buscado. Para lograr tener un conocimiento y control absoluto de los procesos y recursos empresariales, se requieren de tecnologías que orquesten los procesos, la organización y los sistemas con los clientes, colaboradores y otros entes externos que garanticen el buen funcionamiento de la empresa hacia los objetivos empresariales.

2.2.2.3.- ALCANCE DE LA GESTION DE PROCESOS DE NEGOCIOS

La gestión de los negocios requiere necesariamente de nuevas herramientas e instrumentos, que le facilite brindar un conjunto de soluciones, actualmente se usan software especializados que logran automatizar los procesos de negocios de una manera eficiente, todo el ciclo de vida de los procesos, reglas y servicios de negocio, desde la identificación y modelización, hasta la monitorización, permitiendo así un entorno de Mejora Continua totalmente automatizado.

2.2.2.4. MODELOS DE NEGOCIOS

Para asegurar la buena gestión de los negocios, es determinante diseñar un modelo del comportamiento organizacional y del mercado, de tal forma que se pueda sistematizar y construir un software que facilite gestionar cualquier elemento empresarial.

Se debe considerar los siguientes aspectos:

- Tenerlo adecuadamente identificado y definido.
- Asignarle objetivos y metas.
- Disponer de medidas para valorar su actuación.

La modelización de un proceso de negocios es muy importante para la empresa. Por esta y muchas otras razones tales como competitividad, nuevos canales, compras y fusiones, y nuevas tecnologías y soluciones, cada vez hay más empresas que implementan la Gestión de Procesos en sus organizaciones. Para lograr implementar esta gestión se requiere de un elemento fundamental que se denomina “Modelos de Negocio”. Dichos modelos son un conjunto de

técnicas y representaciones gráficas plasmadas sobre una base de datos orientada a objetos, y basados en estándares, que permiten representar y entender cuáles son:

- Los puntos de encuentro con los clientes
- Los puntos de encuentro con proveedores, colaboradores y otros entes externos
- Los problemas y oportunidades de mejora
- Los procesos, datos y flujos de información
- La organización
- Los sistemas informáticos
- Los indicadores de gestión y calidad

La utilidad que se les da a los Modelos de Negocio varía de empresa a empresa según sus necesidades, objetivos y prioridades.

2.2.2.5. BENEFICIOS DE LA GESTIÓN

Los beneficios son múltiples. A continuación se describen los más importantes:

- Mejora la atención y servicio al cliente.
- Incrementa el número de actividades ejecutadas en paralelo.
- Minimiza el tiempo requerido por los participantes para acceder a la documentación, aplicaciones y bases de datos.
- Disminuye “drásticamente” el tiempo de transferencia de trabajo, información y documentos entre actividades.
- Asegura la continua participación y colaboración de todo el personal en el proceso.

- Disminuye “drásticamente” el tiempo que los participantes, supervisores y administradores necesitan para conocer la situación de un ítem de trabajo (Por.ej: Orden de compra, participación de siniestro, pedido de cliente).
- Simplificación de salidas - “outputs” – automáticas. Documentos Word, Faxes, e-mails, mensajes cortos a móviles, etc.
- Disponibilidad de mecanismos para una mejor gestión y optimización de procesos.

2.2.2.6. MONITOREO DE PROCESOS

Todo proceso de gestión de negocios, debe seguir un permanente monitoreo y evaluación, con la finalidad de medir y analizar indicadores claves con el propósito de ser más eficientes y lograr objetivos tácticos y estratégicos, bajo cuatro perspectivas: el aprendizaje y el crecimiento, los procesos de negocio, el cliente, y las finanzas. Los procesos y recursos empresariales deben ser monitorizados con el fin de saber cuáles son sus resultados, su rendimiento, y su comportamiento. Sólo de esta manera podremos implementar en la empresa u organización un ciclo permanente de Mejora Continua, y tener realmente dominados nuestros procesos de negocio.

2.2.2.7. CONDICIONES PARA APLICAR LOS PROCESOS

Para aplicar los procesos se deben tener claras las tareas, una estructura jerárquica y una tendencia a la interacción y comunicación vertical.

| Visión funcional:

Es el norte del negocio. Descansa en el organigrama de la empresa como modelo fundamental del negocio; las actividades que debe ejecutar la

organización, para cumplir con su misión, se estructuran en conjuntos de funciones relativamente homogéneas.

- **Visión de procesos:**

Orienta el trabajo que se debe desarrollar en la organización, para que el negocio funcione y entregue un producto o servicio, por el cual un cliente externo está dispuesto a pagar. La vista de procesos es una manera tan poderosa de visualizar y analizar un negocio, porque provee de la lógica con la cual los clientes lo miran; los clientes interactúan con la empresa, a través de los procesos del negocio, contratando un servicio, recibiendo dicho servicio, pagándolo y recibiendo atención de post venta.

2.2.2.8. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROCESOS

La gestión de los negocios, es un proceso que permite observar el nivel de avance de la organización de acuerdo a las metas previstas a lograr. El enlace entre procesos de negocio y generación de valor permite ver los procesos de negocio como los flujos de trabajo que efectúan las tareas de una organización. Los procesos poseen las siguientes características:

- Pueden ser medidos y están orientados al rendimiento.
- Tienen resultados específicos.
- Entregan resultados a clientes o “stakeholders”.
- Responden a alguna acción o evento específico.
- Las actividades deben agregar valor a las entradas del proceso.

Los procesos de negocio pueden ser vistos como un recetario para hacer funcionar un negocio y alcanzar las metas definidas en la estrategia de negocio de la empresa. Las dos formas principales de visualizar una organización, son la vista funcional y la vista de procesos.

2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

A. ADMINISTRACIÓN DE PROCESOS

Según Sheer (2010), sostiene: *“es asegurar que los procesos de negocio desplegados están funcionando tal y como fueron definidos y diseñados durante las fases correspondientes y que todos los pasos de control de procesos están funcionando”*.

B. SISTEMA DE GESTION DE PROCESOS

Ibisate (2005), indica: *“Procesos estratégicos, son los que definen hacia donde debe de ir la empresa; procesos operativos, son los que constituyen las líneas de negocio de la institución recogiendo los requerimientos y expectativas de los clientes suministrándoles productos de calidad; procesos de soporte, procesos que proporcionan apoyo y recursos a los estratégicos y operativos”*.

C. MAPA DE PROCESOS

Ibisate (2005), expresa *“es una representación gráfica del conjunto macro procesos, mostrando la relación a nivel estratégico entre ellos”*.

D. CONTROL SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROCESOS

Ibisate (2005), sostiene que el sistema de control contempla tres tipos de indicadores: *“Indicadores de conformidad: miden el cumplimiento del proceso y sus productos con respecto a los requisitos aplicables, tanto a través de la salida o resultado, como mediante parámetros de regulación del proceso. Indicadores de rendimiento: comparan la productividad actual del proceso con respecto a su capacidad teórica. Indicadores de satisfacción: evalúan directa o indirectamente la percepción del cliente (interno o externo) sobre la calidad de la salida del proceso. Se obtiene a través de encuestas o análisis de quejas o reclamaciones”*.

E. PROCESOS DE NEGOCIO

Es un conjunto de tareas relacionadas lógicamente, llevadas a cabo para generar productos y servicios. Los procesos reciben insumos para transformarlos utilizando recursos de la empresa.

F. NEGOCIO

Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios.

G. MEJORA CONTINUA

Mejorar la eficacia de su sistema aplicando la política de calidad, los objetivos de calidad, los resultados de las verificaciones de inspección, los análisis de los datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión de la Dirección.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. HIPÓTESIS

3.1.1. HIPÓTESIS GENERAL

La cultura financiera se relaciona significativamente con la gestión de procesos de negocios de los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna.

3.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) La cultura financiera se relaciona significativamente con el diagnóstico de procesos de negocio de los centros comerciales en la ciudad de Tacna.
- b) La cultura financiera se relaciona significativamente con el diseño de procesos de negocios en los Centros Comerciales de Tacna.
- c) La cultura financiera se relaciona significativamente con la ejecución de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna.
- d). La cultura financiera se relaciona significativamente con la evaluación y monitoreo de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna

3.2. VARIABLES E INDICADORES

3.2.1. Variables

Son las cualidades, propiedades o características, de los sujetos en estudio, que le interesan estudiar o conocer al investigador, pueden ser enumeradas o medidas y que varían de un sujeto a otro. Son la base del problema, del objeto y de la hipótesis.

A. Análisis de variables

Las variables que intervendrán en la investigación son:

a) Variable 1

Cultura Financiera

b) Variable 2

Gestión de procesos de negocios

3.2.2. Operacionalización de las variables

A.- Variable 1

Tabla 1

Cultura financiera

Definición	Indicadores	Unidad de medida		Dimensiones
		Escala cualitativa		
		Grado de aceptación	Puntos	
Son las habilidades, conocimientos y prácticas que llevamos día a día para lograr una correcta administración de lo ganamos y gastamos, así como un adecuado manejo de los productos financieros para tener una mejor calidad de vida.	1)Gestión presupuestal	Siempre	5	Cultura financiera
	2)Planificación del consumo	Frecuentemente	4	
	3)Diversificación de ingresos	Parcialmente	3	
	4)Gestión financiera	Raramente	2	
	5)Comprensión de productos financieros	Nunca	1	
	6)Gestión de prevención de riesgos			
	7) Morosidad			

Nota. Adaptado con base en Ranccanello y Herrera (2014), “Educación e Inclusión financiera”.y Dominguez J.M (2013), “Educación financiera para jóvenes”. Recuperado de:
www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles
• Fuerte cultura financiera
• Débil cultura financiera

B. - Variable 2

Tabla 2

Gestión de procesos de negocios

Definición	Indicadores	Unidad de medida		Dimensiones
		Escala cualitativa		
		Grado de aceptación	Puntos	
Un conjunto de herramientas, tecnologías, técnicas, métodos y disciplinas de gestión para la identificación, modelización, análisis, ejecución, control y mejora de los procesos de negocio.	1.1.- Diagnóstico de procesos.	Siempre	5	1. Diagnóstico y análisis de procesos
	1.2.- Descubrimiento de procesos	Frecuentemente	4	
	1.3.- Definición de procesos	Parcialmente	3	
		Raramente	2	
		Nunca	1	
	2.1.- Despliegue de procesos.			2.- Diseño de proceso de negocio
	2.2.- Implementación de procesos.			
	2.3. - Diseño de procesos.			
	3.1.- Adopción de procesos.			3.- Ejecución de procesos de negocio
	3.2.- Control de procesos.			
	3.3. - Ejecución de procesos.			
	4.1.- Medición de procesos.			4.- Evaluación y monitoreo de proceso de negocios
	4.2.- Mejora de procesos.			
4.3. - Monitoreo de procesos.				

Nota. Adaptado con base en J.Bravo (2008), "Gestión de Procesos", recuperado de: <http://www.evolucion.cl/cursosdestacados/12/Libro%20GP%20Juan%20Bravo%20versi%F3n%20especial.pdf>

Escala de valoración

Niveles
Adecuada gestión de negocios
Inadecuada gestión de negocios

3.3. TIPO INVESTIGACIÓN

La investigación es del tipo aplicada, porque tiene como finalidad brindar nuevos conocimientos y llevar a efecto su aplicación en el campo de la gestión de los negocios en un contexto económico que promueve el desarrollo de la microempresa.

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación responde al diseño no experimental. (Hernández, 2014). Y están dentro del nivel descriptivo y correlacional.

A. Descriptivo.

Porque comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos, y describirá la cultura financiera y los procesos de negocios.

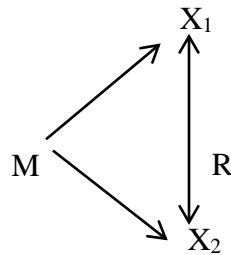
B. Correlacional.

Porque estudia la relación entre variables dependiente e independiente, es decir, estudia la correlación entre las dos variables: la cultura financiera y procesos de negocio.

C. Espacial.

Es espacial en el sentido de llevarse a cabo en el momento presente y en los centros comerciales de Tacna, como lugar específico.

El esquema es el siguiente:



M : Muestra

X_1 : Variable “Cultura financiera”

X_2 : Variable “Gestión de procesos de negocios”

R : Relación entre variables

Además, señalaremos la correlación entre las variables, que serán interpretados para determinar el nivel de consistencia de las variables independiente y dependiente.

3.5. AMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se planificó para llevarse a cabo en los centros comerciales de Tacna, durante el año corriente del 2017.

3.6. UNIDADES DE ESTUDIO

Negocios de los centros comerciales de Tacna

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.7.1. Población

Estuvo constituida por los negocios de los de los Centros Comerciales de la ciudad de Tacna. La población alcanza el tamaño de 250 negocios emprendedores, que laboran en los siguientes centros comerciales de la ciudad de Tacna: Feria Comercial “Caplina” Centro Comercial “Luis

Banchero”, Centro Comercial polvos Rosados, Centro Comercial “Siempre Tacna”, Centro Comercial” Túpac Amaru”, Galería Comercial “Pacífico”, Galería Comercial “Coronel Mendoza”, Mercadillo 28 de Julio, Mercadillo Bolognesi.

3.7.2. Muestra

La muestra será elegida considerando criterios aleatorios, por la naturaleza de las variables.

b.1. Tamaño de muestra:

Se estimará con una confianza del 95% y con un margen de error del 5 %, $P = 50$ y $Q = 50$. La fórmula corresponde a una población conocida.

$$n = \frac{(Z^2) (P) (Q) N}{(E^2) (N-1) + Z^2 (P) (Q)}$$

Dónde:

N : 250 microempresarios

n : Tamaño de la muestra.

P : Estimador de la proporción poblacional de la característica de interés (0,50)

Q : $1 - p$ (0,50)

$p .q$: Varianza del estimador de la característica de interés

- Z : Número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza. (1.96)
- E : Error máximo permitido entre la proporción estimada y la proporción de la población en el nivel de confianza elegido (11%)

Aplicando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0.5) (0.5) 250}{(0.11)^2 (250-1) - (1.96)^2 (0.5). (0.5)}$$

n = 120 microempresarios

La muestra queda distribuida de la siguiente manera:

Tabla 3

Distribucion de la muestra

Centros Comerciales y Mercadillos	Microempresarios
Feria Comercial “Caplina”	15
Centro Comercial “Luis Bancharo”	10
Centro Comercial “Polvos Rosados”	15
Centro Comercial “Siempre Tacna”	13
Centro Comercial” Túpac Amaru”	15
Galería Comercial “Pacífico”	11
Galería Comercial “Coronel Mendoza”	11
Mercadillo 28 de Julio	16
Mercadillo Bolognesi	14
TOTAL	120

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.8.1. Instrumentos

A los microempresarios de la población en estudio se aplicó un cuestionario para determinar su apreciación con respecto a la cultura financiera y los procesos de gestión de negocios en los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, con la finalidad de establecer su relación.

3.8.1.1.- Encuesta sobre cultura financiera

Este instrumento se diseñó para evaluar la Cultura Financiera de los microempresarios a partir de la apreciación de los comerciantes que forman parte del estudio. Para recoger información de la primera variable Cultura Financiera, se tomó en cuenta la estructura de esta variable, y se diseñó y aplicó un cuestionario segmentado en seis grupos de ítems que se corresponden con las dimensiones de la cultura financiera en esta investigación.

La distribución de los ítems por dimensiones e indicadores es como sigue:

Tabla 4

La estructura del cuestionario: Indicadores- Ítems:

Indicadores	Ítems
Gestión presupuestal	1,2,3,4
Planificación del gasto	5,6,7,8,
Diversificación de ingresos	9,10,11,12
Gestión financiera	13,14,15,16
Productos financieros	17,18,19,20
Gestión de prevención de riesgos	21,22,23,24
Morosidad	25,26,27,28

Nota. Adaptado con base en Ranccanello y Herrera (2014), "Educación e Inclusión financiera". y Domínguez J.M (2013), "Educación financiera para jóvenes". Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Este instrumento tiene la siguiente escala de valoración en el cada ítem se valora de 1-5:

Escala de Valoración sobre cultura financiera

Niveles	Puntajes
Fuerte cultura financiera	155 - 210
Moderada cultura financiera	99 - 154
Baja cultura financiera	42 - 98

3.8.1.2. Encuesta sobre gestión de procesos de negocios

Para recopilar información se utilizó la técnica de la encuesta; el instrumento contiene las dimensiones e indicadores de la variable.

Teniendo en cuenta la estructura de la variable gestión de procesos de negocios, se diseñó un cuestionario segmentado en cuatro grupos de ítems que corresponden a las dimensiones e indicadores. En total se ha considerado cuarenta y ocho ítems para la variable gestión de procesos de negocios.

En el siguiente cuadro apreciamos la distribución de los ítems por cada dimensión:

Tabla 5***La estructura del cuestionario: Dimensión-Indicador-Ítems:***

Dimensiones	Indicadores	Ítems
	Diagnóstico de procesos	1,2,3,4
Diagnóstico y análisis de procesos	Descubrimiento de procesos	5,6,7,8
	Definición de procesos	9,10,11,12
	Despliegue de procesos	13,14,15,16
Diseño de proceso de negocios	Implementación de procesos	17,18,19,20
	Diseño de procesos	21,22,23,24
	Adopción de negocios	25,26,27,28
Ejecución de proceso de negocios	Control de procesos	29,30,31,32
	Ejecución de procesos	33,34,35,36
Evaluación y monitoreo de proceso de negocio	Medición de procesos	37,38,39,40
	Mejora de procesos	41,42,43,44
	Monitoreo de procesos	45,46,47,48

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), “Herramientas para la gestión de procesos de Negocios y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio”. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

A continuación, presentamos la escala de valoración de este instrumento, en el que cada ítems tiene un valor que fluctúa entre 1-5.

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Optima gestión de procesos de negocios	177 - 240
Buena gestión de procesos de negocios	113 - 176
Deficiente gestión de procesos de negocios	48 - 112

3.8.2 Validación del instrumento

La validez en términos de Chávez (2007), define a la validez como la eficacia con que un instrumento mide lo que pretende el investigador, es decir, la validez de una escala va estar relacionada con la confiabilidad del instrumento.

La validación de los instrumentos se realizó a través de la prueba de confiabilidad del estadístico Alpha de Cronbach, luego de la aplicación de una prueba piloto, cuyos resultados estuvieron dentro del rango de aceptabilidad. Los reportes de presentan a continuación:

Reporte de confiabilidad del cuestionario sobre cultura financiera:

Tabla 6

Alpha de Cronbach: Cultura financiera

Alfa de Cronbach	Elementos
0,938	24

Nota. Adaptado con base a Sampieri (2010)
“Metodología de la investigación”
México, McGRAW-HILL

Tabla 7

Alpha de Cronbach: Gestión de procesos de negocios

Alfa de Cronbach	Elementos
0,938	48

Nota. Adaptado con base a Sampieri (2010)
“Metodología de la investigación”
México, McGRAW-HILL

3.9 PROCESAMIENTO DE DATOS

Para la técnica de procesamiento de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 18.0, se obtendrá las tablas, según variables, dimensiones e indicadores, y para desarrollar las figuras, se utilizó el Excel.

Para las técnicas de procesamientos de datos, se aplicó las siguientes opciones estadísticas:

- a) Tablas de frecuencias
- b) Figuras estadísticas
- c) Tablas de contingencia
- d) Medidas de posición central
- e) Medidas de dispersión
- f) Pruebas estadísticas no paramétricas

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

La información procesada se presenta según el siguiente orden:

- a) Información sobre la cultura financiera
 - Análisis de resumen de la información estadística procesada.
- b) Información sobre gestión de procesos de negocios
 - Análisis de resumen de la información estadística procesada.

4.2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS SOBRE CULTURA FINANCIERA

4.2.1. ANALISIS DE INDICADORES

Tabla 8

Indicador 1: Gestión presupuestal en la microempresa

Indicador	Media	Desviación típica
Gestión presupuestal	3.65	0.44

Indicador	Sumatoria
Gestión presupuestal	14.60

Ítems	Media	Desv. Típica
1.- Los microempresarios deben tener planificado el ingreso y egreso de su presupuesto para asegurar sus beneficios.	3.90	.45
2.- Los microempresarios deben controlar sus gastos a través de un presupuesto.	3.80	.27
3.- La competencia y la incertidumbre del mercado obliga a los microempresarios a minimizar su riesgo y asegurar sus ganancias.	3.40	.44
4.- La gestión presupuestal es un medio para asegurar el equilibrio económico y la solidez financiera.	3.50	.60

. Nota. Adaptado con base en Ranccanello y Herrera (2014), "Educación e Inclusión financiera". y Domínguez J.M (2013), "Educación financiera para jóvenes". Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada gestión presupuestal	13 – 20
Inadecuada gestión presupuestal	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 8 representan el comportamiento del indicador gestión presupuestal, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 14.60, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales manejan adecuadamente la gestión presupuestal, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 9***Indicador 2: Planificación del gasto en la microempresa***

Indicador	Media	Desviación típica
Planificación del gasto	3.80	0.45

Indicador	Sumatoria
Planificación del gasto	15.20

Ítems	Media	Desv. Típica
5.- Los microempresarios deben planificar el gasto para evitar el déficit que afecten su capacidad de decisión.	3.60	.55
6.- Los microempresarios deben aplicar estrategias para controlar racionalmente su capacidad de gasto.	3.90	.40
7.- La planificación del gasto es un factor que influye en la minimización del riesgo en el mercado.	3.80	.60
8.- La gestión empresarial exitosa del microempresario depende de la buena planificación del gasto.	3.90	.25

Nota. Adaptado con base en Ranccanello y Herrera (2014), "Educación e Inclusión financiera" y Domínguez J.M (2013), "Educación financiera para jóvenes". Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada planificación del gasto	13 – 20
Inadecuada planificación del gasto	4 – 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 9 representan el comportamiento del indicador planificación del gasto, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 15.20, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la planificación de gasto, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 10

Indicador 3: Diversificación de ingresos en la microempresa

Indicador	Media	Desv. típica
Diversificación de ingresos	3.925	0.62

Indicador	Sumatoria
Diversificación de ingresos	15.70

Ítems	Media	Desv. Típica
9.- Los microempresarios deben diversificar sus fuentes de obtención de ingresos por ventas.	3.90	.60
10.- Los microempresarios tienen que desarrollar estrategias para crear nuevas alternativas de ventas y maximizar sus beneficios.	4.10	.59
11.- La diversificación de ingresos en las microempresas es una fórmula para asegurar su permanencia en el mercado.	3.70	.57
12.- La gestión exitosa del microempresario depende de la capacidad intuitiva para descubrir nichos y proyectar sus ingresos.	4.00	.72

Nota. Adaptado con base en Rancanello y Herrera (2014), "Educación e Inclusión financiera". y Domínguez J.M (2013), "Educación financiera para jóvenes". Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada diversificación de ingresos	13 – 20
Inadecuada diversificación de ingresos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 10 representan el comportamiento del indicador diversificación de ingresos, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 15.70, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la diversificación de ingresos, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 11

Indicador 4: Gestión financiera en la microempresa

Indicador	Media	Desv. típica
Gestión financiera	4.125	0.64

Indicador	Sumatoria
Gestión financiera	16.50

Ítems	Media	Desv. Típica
13.- Los microempresarios deben conocer los productos del mercado financiero y evaluar sus efectos.	4.00	.70
14.- Los microempresarios tienen que buscar alternativas financieras que les permita invertir y ampliar su mercado.	4.20	.66
15.- El desconocimiento del mercado financiero puede afectar su solidez económica y poner en riesgo su permanencia en el mercado.	4.20	.57
16.- La gestión financiera es un factor impulsor del crecimiento económico de la microempresa.	4.10	.63

Nota. Adaptado con base en Ranccanello y Herrera (2014), "Educación e Inclusión Financiera". y Domínguez J.M (2013), "Educación financiera para jóvenes". Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada gestión financiera	13 – 20
Inadecuada gestión financiera	4 - 12

Los resultados de la Tabla 11 representan el comportamiento del indicador gestión financiera, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 16.50, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la gestión financiera, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 12

Indicador 5: Productos financieros en la microempresa

Indicador	Media	Desv. típica
Productos financieros	3.475	0.39

Indicador	Sumatoria
Productos financieros	13.90

Ítems	Media	Desv. Típica
17.- Los microempresarios evalúan y seleccionan los productos financieros que requieren el crecimiento del negocio.	3.10	.29
18.- Los microempresarios tienen asistencia en finanzas por parte de las instituciones financieras en aspectos de costo-beneficio.	3.60	.42
19.- El mercado financiero ofrece productos que promueven el desarrollo de sistemas de avance tecnológico.	3.50	.35
20.- De la buena elección de los productos financieros la microempresa crea condiciones para sostenerse y desarrollarse en el mercado.	3.70	.50

Nota. Adaptado con base en Rancanello y Herrera (2014), “*Educación e Inclusión financiera*”. y Dominguez J.M (2013), “*Educación financiera para jóvenes*”. Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de Valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada gestión de productos financieros	13 – 20
Inadecuada gestión de productos financieros	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 12 representan el comportamiento del indicador gestión de productos financieros, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 13.90, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la gestión de productos financieros, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 13

Indicador 6: Gestión de prevención de riesgos en la microempresa

Indicador	Media	Desv. típica
Prevención de riesgos	3.45	0.46

Indicador	Sumatoria
Prevención de riesgos	13.80

Ítems	Media	Desv. Típica
21.- Los microempresarios deben conocer los sistemas de seguros para prevenir situaciones críticas en épocas recesivas del mercado.	3.60	.37
22.- Los microempresarios deben planificar sus inversiones para controlar los riesgos en épocas de bonanza o recesiva.	3.80	.32
23.- El desconocimiento del mercado financiero pone el alto riesgo la estabilidad económica de la empresa.	3.10	.53
24.- La gestión de prevención de riesgos asegura la solidez del crecimiento económico de la microempresa.	3.30	.62

Nota. Adaptado con base en Rancanello y Herrera (2014), “Educación e Inclusión financiera”. y Domínguez J.M (2013), “Educación financiera para jóvenes”. Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada gestión de prevención de riesgos	13 – 20
Inadecuada gestión de prevención de riesgos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 13 representan el comportamiento del indicador de gestión de prevención de riesgos, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 13.80, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la gestión de prevención de riesgos, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

Tabla 14
Indicador 7: Morosidad

Indicador	Media	Desv. típica
Morosidad	3.35	0.48

Indicador	Sumatoria
Morosidad	13.40

Ítems	Media	Desv. Típica
25.- Los microempresarios no retrasan sus pagos al banco, cuando disminuyen sus ventas.	3.20	.36
26.- Los microempresarios antes de firmar contrato con la entidad, perciben las implicancias de una morosidad alta.	3.10	.50
27.- Los microempresarios frente a un préstamo no olvidan sus deberes de pagar al banco, ya que el incumplimiento genera morosidad.	3.90	.42
28.- Los microempresarios consideran que la cobranza del banco es justa, por conceptos de morosidad.	3.20	.64

Nota. Adaptado con base a Coronel (2016), "Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera Mi Banco, Jaén, 2015". (Tesis de pregrado), Universidad Señor de Sipán, Pimentel Perú., Recuperado de:
http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3030/1/TESIS_ESTRATEGIAS%20DE%20COBRANZA_MOROSIDAD.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada gestión de morosidad	13 – 20
Inadecuada gestión de morosidad	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 14 representan el comportamiento del indicador de morosidad, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 13.40, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios en los centros comerciales, consideran la disminución de la morosidad, como estrategia para mejorar su competitividad en el mercado.

4.2.1.1. RESUMEN GENERAL DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Tabla 15

Cultura financiera

Dimensiones	Media	Desv. Típica
1) Gestión presupuestal	14.60	0.44
2) Planificación del gasto	15.20	0.45
3) Diversificación de ingresos	15.70	0.62
4) Gestión financiera	16.50	0.64
5) Productos financieros	13.90	0.39
6) Gestión de prevención de riesgos	13.80	0.46
7) Morosidad	13.40	0.48
TOTAL	103.10	3.48

Nota. Adaptado con base en Rancanello y Herrera (2014), “Educación e Inclusión financiera”. y Domínguez J.M (2013), “Educación financiera para jóvenes”. Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Fuerte cultura financiera	155 - 210
Moderada cultura financiera	99 - 154
Baja cultura financiera	42 - 98

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 15 representa el resumen del comportamiento de cada indicador que comprende la variable cultura financiera, en los datos se observa que la sumatoria de la dimensión alcanza el valor de 103.10, ubicándose en el intervalo (99-154) lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales existe una moderada cultura financiera, como estrategia para mejorar la productividad y competitividad en el mercado financiero.

Figura 1: Nivel de cultura financiera



Nota. "figura 1" elaboración propia tomado del programa SPSS, versión 18.

INTERPRETACIÓN

La Figura 1 nos permite comprobar que el 70% de los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, tienen una moderada cultura financiera, según las percepciones obtenidas en la investigación.

4.2.1.2. PRUEBA ESTADÍSTICA

4.2.1.2.1. Prueba de normalidad

Para el empleo de la prueba estadística paramétricas, previamente se ha verificado si los datos se ajustan a una distribución, mediante la prueba de ajuste de Kolmogorov-Smirnov, según el procedimiento que a continuación se presenta.

Tabla 16

Prueba de normalidad para una Muestra

		TOTAL
N		120
Parámetros normales(a,b)	Media	103.04
	Desviación típica	3.738
Diferencias más extremas	Absoluta	.101
	Positiva	.094
	Negativa	-.101
Z de Kolmogorov-Smirnov		1.108
Sig. Asintót. (bilateral)		.171

a La distribución de contraste es la Normal.

b Se han calculado a partir de los datos.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Como el valor crítico de la prueba (p_value: 0,171) es mayor a $\alpha=0,05$ significa que los datos procesados se ajustan a una distribución normal,

por lo tanto, se puede aplicar los modelos paramétricos de la estadística inferencial.

4.2.1.2.2. Prueba de hipótesis estadística

Para establecer un nivel de confianza sobre los resultados del análisis estadístico, se desarrolla la siguiente prueba de hipótesis considerando los siguientes aspectos:

a) Formulación de las hipótesis estadísticas

H_0 : Moderada cultura financiera.

$$H_0 = \mu < 154$$

H_1 : Fuerte cultura financiera

$$H_1 = \mu \geq 154$$

b) Nivel de significación

α : 5% Nivel de significación

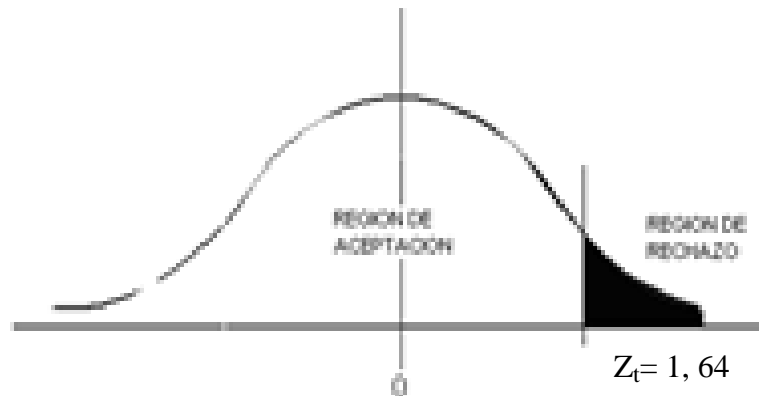
c) Estadígrafo de prueba

Se aplica la prueba de “Z” de la distribución normal

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Como $n > 30$, se asume que: $\sigma = s$

d) Zona de aceptación y de rechazo



e) Resultados de la aplicación del estadístico de prueba

Reemplazando los datos del análisis estadístico, en el estadístico de prueba “Z”, se obtiene lo siguiente:

$$Z = \frac{103.10 - 154}{3.48 / \sqrt{120}}$$

Se tiene que el valor de $Z = -160.21$

f) Regla de decisión

Si $Z_c < Z_t$ Entonces se acepta la H_0

Si $Z_c > Z_t$ Entonces se rechaza la H_0

g) Decisión

Como el valor de “ Z_c ” calculado (- 160.21) es menor que $Z= 1,64$, entonces, se decide rechazar la hipótesis aceptar (H_0) y en consecuencia se rechaza la hipótesis alternativa.

h) Conclusión

Se concluye con un nivel de confianza del 95%, que la cultura financiera de los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, es moderada.

4.3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS SOBRE GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIOS

4.3.2.1. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN DIAGNOSTICO Y ANÁLISIS DE PROCESOS

Tabla 17

Diagnóstico de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Diagnóstico de procesos	4.57	0.66

Indicador	Sumatoria
Diagnóstico de procesos	18.28

Ítems	Media	Desv. Típica
1. En los negocios las tareas deben ser claras y cumplirse en el momento establecido.	4.80	.402
2. En los negocios es vital conocer las necesidades e intereses que tienen los clientes.	4.54	.634
3. Existen en los negocios la necesidad de conocer las reglas del mercado financiero.	4.43	.976
4. En los centros comerciales el conocimiento de las tareas a realizar es determinante para asegurar el éxito.	4.51	.648

Nota. Adaptado con base en Pérez (2004), "*Gestión por Procesos, Como utilizar ISO 9001:2000 para Mejorar la gestión de la organización*", Recuperado de:

<https://gestiondecualidadmpn.files.wordpress.com/2012/02/01-pc3a9rez-gestic3b3n-por-procesos-cc3b3mo-utilizar-iso-9001-2000-para-mejorar-la-gestic3b3n-de-la-organiz.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuado diagnóstico de procesos	13 – 20
Inadecuado diagnóstico de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 17 representan el comportamiento del indicador diagnóstico de procesos, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 18.28, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el diagnóstico de procesos de los negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 18

Indicador descubrimiento de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Descubrimientos de procesos	4.07	0.85

Indicador	Sumatoria
Descubrimiento de procesos	16,28

Ítems	Media	Desv. Típica
5. En los negocios las estrategias surgen de acuerdo al comportamiento del mercado.	3.73	.788
6. En los negocios es vital estar informado acerca del comportamiento del consumidor	4.45	.732
7. Existen en los negocios desafíos comerciales que es necesario resolver para continuar en competencia.	3.80	.984
8. En los centros comerciales el comportamiento de las ventas es variada e impredecible.	4.30	.904

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuado descubrimiento de procesos	13 – 20
Inadecuado descubrimiento de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 18 representan el comportamiento del indicador descubrimiento de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 16.28, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el descubrimiento de procesos de los negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 19***Indicador definición de procesos***

Indicador	Media	Desv. típica
Definición de procesos	4.39	0.76

Indicador	Sumatoria
Definición de procesos	17.55

Ítems	Media	Desv. Típica
9. En los negocios la determinación de las tareas requieren del conocimiento y compromiso del equipo de trabajo.	3.78	1.168
10. En los negocios es indispensable la confianza y la identidad con las actividades del negocio.	4.27	.932
11. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	4.54	.607
12. En los centros comerciales los negocios se desarrollan considerando las estrategias básicas del marketing.	4.96	.328

Nota. Adaptado con base en Pérez (2004), “*Gestión por Procesos, Como utilizar ISO 9001:2000 para Mejorar la gestión de la organización*”, Recuperado de: <https://gestiondecalidadmpn.files.wordpress.com/2012/02/01-pc3a9rez-gestic3b3n-por-procesos-cc3b3mo-utilizar-iso-9001-2000-para-mejorar-la-gestic3b3n-de-la-organiz.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada definición de procesos	13 – 20
Inadecuada definición de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 19 representan el comportamiento del indicador definición de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 17.55, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la definición de procesos de los negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

4.3.2.2. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN DISEÑO DE PROCESO DE NEGOCIO

Tabla 20

Indicador despliegue de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Despliegue de procesos	4.30	0.75

Indicador	Sumatoria
Despliegue de procesos	17.19

Ítems	Media	Desv. Típica
13. En los negocios las decisiones deben ser pertinentes y oportunas.	4.72	.638
14. En los negocios es indispensable planificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	4.31	.896
15. Existen en los negocios la necesidad de diseñar y planificar las estrategias a desarrollar para enfrentar a la competencia.	3.98	.667
16. En los centros comerciales, los negocios requieren de capacitación sobre innovación comercial.	4.18	.778

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada despliegue de procesos	13 – 20
Inadecuado despliegue de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 20 representan el comportamiento del indicador despliegue de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 17.19, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el despliegue de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado

Tabla 21

Implementación de Procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Implementación de procesos	4.08	0.90

Indicador	Sumatoria
Implementación de procesos	16.30

Ítems	Media	Desv. Típica
17. En los negocios la determinación de las tareas requieren del conocimiento y compromiso del equipo de trabajo.	4.37	.579
18. En los negocios es indispensable la confianza y la identidad con las actividades del negocio.	4.13	1.213
19. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	3.40	1.024
20. En los centros comerciales los negocios se desarrollan considerando las estrategias básicas del marketing.	4.40	.803

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada implementación de procesos	13 – 20
Inadecuada implementación de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 21 representan el comportamiento del indicador implementación de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 16.30, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la implementación de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 22***Indicador diseño de procesos***

Indicador	Media	Desv. típica
Diseño de procesos	4.70	0.57

Indicador	Sumatoria
Diseño de procesos	18.79

Ítems	Media	Desv. Típica
21. Los microempresarios optimizan los procesos de su negocio.	4.70	.669
22. Los microempresarios desarrollan una gestión de procesos creando valor.	4.75	.554
23. Los microempresarios combinan la operación funcional por la operación administrada por procesos.	4.58	.545
24. Los centros comerciales se caracteriza por desarrollar negocios con visibilidad y control de todos los participantes.	4.76	.502

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuado diseño de procesos	13 – 20
Inadecuado diseño de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 22 representan el comportamiento del indicador diseño de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 18.79, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el diseño de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

4.3.2.3. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN EJECUCIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO

Tabla 23

Indicador adopción de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Adopción de procesos	4.54	0.75

Indicador	Sumatoria
Adopción de procesos	18.15

Ítems	Media	Desv. Típica
25. Los negocios administran un sistema de gestión por procesos alienados a la optimización del uso de los recursos.	4.58	.545
26. En los negocios aplican herramientas de informática que dan solidez a los procesos de gestión.	4.62	.812
27. Los negocios actúan según escalas de prioridades para alcanzar sus metas.	4.60	.803
28. En los centros comerciales los negocios aplican la cadena de valor para incrementar la eficacia en el logro de metas.	4.35	.857

Nota. Adaptado con base en Galvis y González (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada adopción de procesos	13 – 20
Inadecuada adopción de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 23 representan el comportamiento del indicador diseño de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 18.15, que se encuentra comprendida en la escala de

(13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la adopción de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 24

Indicador control de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Control de procesos	4.25	0.70

Indicador	Sumatoria
Control de procesos	17.00

Ítems	Media	Desv. Típica
29. En los negocios se controlan los procesos de gestión de acuerdo al fin que se han propuesto lograr.	4.40	.492
30. En los negocios se aplican reglas que aseguran lograr un nivel adecuado en las ventas.	4.00	.635
31. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	4.60	.492
32. En los centros comerciales se aplican el modelo de la gestión por procesos con el fin de aumentar los beneficios.	4.00	1.100

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "*Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio*". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuado control de procesos	13 – 20
Inadecuado control de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 24 representan el comportamiento del indicador control de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 17.00, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el control de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 25

Indicador ejecución de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Ejecución de procesos	4.35	0.80

Indicador	Sumatoria
Ejecución de procesos	17.40

Ítems	Media	Desv. Típica
33. En los negocios se observa una tendencia a gestionar en forma sistemática las reglas del mercado.	4.40	.803
34. En los negocios la rentabilidad es un factor que determina que lo que se haciendo; está bien.	3.60	1.205
35. Los microempresarios aplican las reglas de negocio siguiendo los principios de la cadena de valor.	4.60	.803
36. En los centros comerciales los negocios manejan los flujos financieros con la finalidad de mantener su financiamiento.	4.80	.402

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "*Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio*". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada ejecución de procesos	13 – 20
Inadecuada ejecución de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 25 representan el comportamiento del indicador ejecución de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 17.40, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la ejecución de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

4.3.2.4. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN EVALUACIÓN Y MONITOREO DE PROCESO DE NEGOCIO

Tabla 26

Indicador Medición de Procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Medición de procesos	4.75	0.42

Indicador	Sumatoria
Medición de procesos	19.00

Ítems	Media	Desv. Típica
37. En los negocios se implementan estrategias que permiten establecer los niveles de generación de beneficios.	5.00	.000
38. En los negocios se calculan los flujos de ingresos y egresos para conocer la efectividad de la gestión de los procesos.	4.80	.402
39. Existen negocios que aplican herramientas para medir el nivel de rentabilidad.	4.60	.803
40. En la gestión de los negocios se administra la gestión de los créditos con el fin ver su recuperación y seguimiento.	4.60	.492

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "*Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio*". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada medición de procesos	13 – 20
Inadecuada medición de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 26 representan el comportamiento del indicador medición de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 17.40, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la medición de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 27

Indicador Mejora de Procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Mejora de procesos	4.14	0.44

Indicador	Sumatoria
Mejora de procesos	16.55

Ítems	Media	Desv. Típica
41. En la gestión de los negocios el mejoramiento de los procesos es un medio para asegurar el logro de los beneficios.	3.80	.240
42. En los negocios es indispensable la administración de los indicadores de rendimiento.	4.25	.412
43. Existen en los negocios áreas de compras, ventas, servicios al cliente que depende de la mejora continua de sus servicios.	4.40	.743
44. En los centros comerciales se promueven el desarrollo de estrategias que aseguran la mejora continua de la calidad del servicio.	4.10	.372

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "*Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio*". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuada mejora de procesos	13 – 20
Inadecuada mejora de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 27 representan el comportamiento del indicador mejora de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 16.55, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente la mejora de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

Tabla 28

Indicador monitoreo de procesos

Indicador	Media	Desv. típica
Monitoreo de procesos	4.73	0.55

Indicador	Sumatoria
Monitorio de procesos	18.93

Ítems	Media	Desv. Típica
45. En los negocios es indispensable el seguimiento y monitoreo de las etapas de la gestión de la producción y venta del servicio.	4.73	.594
46. En los negocios los indicadores de rendimiento permiten establecer el éxito o fracaso de la gestión de los procesos.	4.80	.402
47. En los centros comerciales los negocios desarrollan modelos de monitoreo que permiten asegurar la atención de las necesidades del cliente.	4.72	.582
48. En los centros comerciales los negocios se conducen a través del modelo de gestión de procesos como un sistema de aseguramiento de la calidad	4.68	.622

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Adecuado monitoreo de procesos	13 – 20
Inadecuado monitoreo de procesos	4 - 12

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 28 representan el comportamiento del indicador monitoreo de procesos de negocios, donde se observa que la sumatoria de las medias de los ítems es 18.93, que se encuentra comprendida en la escala de (13-20), lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales desarrollan adecuadamente el monitoreo de procesos de negocios, como estrategia para mejorar su nivel productivo y competitivo en el mercado.

4.3.2.5. RESUMEN GENERAL DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO**Tabla 29***Gestión de procesos de negocios*

Dimensiones	Media	Desv. Típica
1. Diagnóstico y análisis de procesos	52.11	2.27
2. Diseño de procesos de negocio	52.38	2.22
3. Ejecución de procesos de negocio	52.55	2.25
4. Evaluación y monitoreo de proceso de negocio	54.48	1.41
TOTAL	211.52	5.90

Nota. Adaptado con base en Galvis y Gonzáles (2014), "*Herramientas para la gestión de procesos De negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio*". Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>

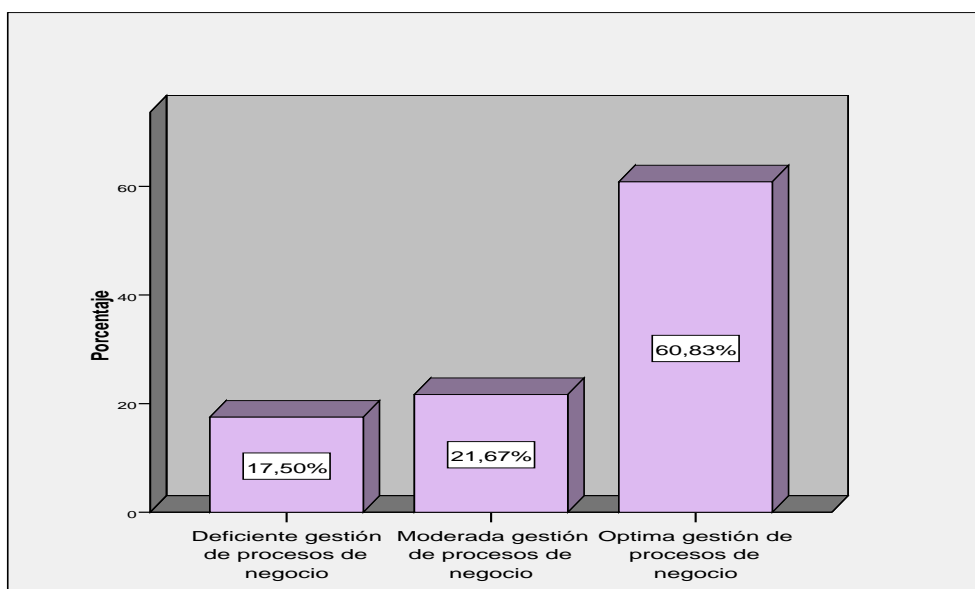
Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Optima gestión de procesos de negocios	177 - 240
Buena gestión de procesos de negocios	113 - 176
Deficiente gestión de procesos de negocios	48 - 112

INTERPRETACIÓN

Los resultados de la Tabla 29 representa el resumen del comportamiento de cada indicador que comprende la variable gestión de procesos de negocios, en los cuales se observa que la sumatoria de las cuatro dimensiones alcanza el valor de 211.52, ubicándose en el intervalo (177-240) lo cual significa que los microempresarios expresan que en los centros comerciales se desarrolla una óptima gestión de procesos de los negocios, como estrategia para mejorar la competitividad, calidad y productividad en la empresa.

Figura N° 2: Niveles de gestión de procesos de negocios



Nota. "figura 2" elaboración propia tomado del programa SPSS, versión 18.

INTERPRETACIÓN

La Figura 2 nos permite comprobar que los microempresarios de los centros comerciales predomina un óptimo nivel en la gestión de procesos de negocios; con el 60.83%, según las percepciones obtenidas en la investigación.

4.3.2.6. PRUEBA ESTADÍSTICA

4.3.2.3.1. Prueba de normalidad

Para el empleo de la prueba estadística paramétricas, previamente se ha verificado si los datos se ajustan a una distribución, mediante la prueba de ajuste de Kolmogorov-Smirnov, según el procedimiento que a continuación se presenta.

Tabla 30

Prueba de normalidad para una muestra

		SUMA
N		120
Parámetros normales(a,b)	Media	196.80
	Desviación típica	7.112
Diferencias más extremas	Absoluta	.253
	Positiva	.253
	Negativa	-.207
Z de Kolmogorov-Smirnov		2.773
Sig. Asintót. (bilateral)		.100

a La distribución de contraste es la Normal.

b Se han calculado a partir de los datos.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Como el valor crítico de la prueba (p_value: 0.100) es mayor a $\alpha = 0,05$ significa que los datos procesados se ajustan a una distribución normal, por lo tanto se puede aplicar los modelos paramétricos de la estadística inferencial.

4.3.2.3.2. Prueba de hipótesis sobre gestión de procesos de negocios

Para establecer un nivel de confianza sobre los resultados del análisis estadístico, se desarrolla la siguiente prueba de hipótesis considerando los siguientes aspectos:

a) Formulación de las hipótesis estadísticas

H_0 : $\mu < 176$ Buena gestión de procesos de negocios

H_1 : $\mu \geq 176$ Optima gestión de procesos de negocios

b) Nivel de significación

α : 5% Nivel de significación

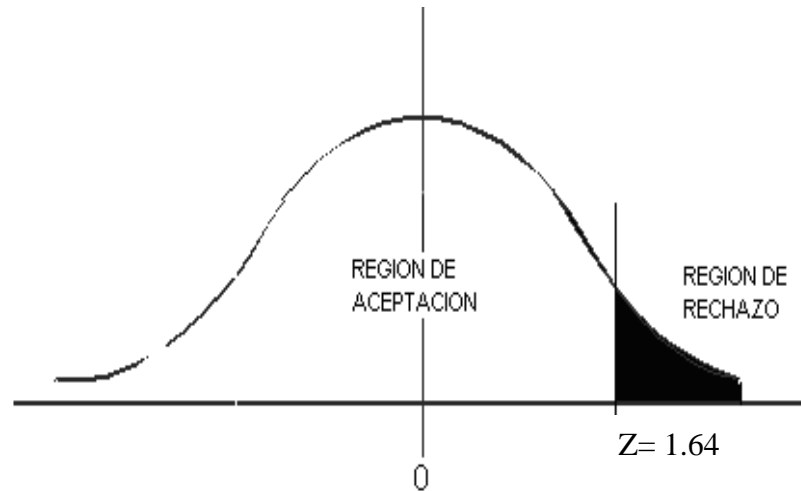
c) Estadígrafo de prueba

Se aplica la prueba de “Z” de la distribución normal

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Como $n > 30$, se asume que: $\sigma = s$

d) **Zona de aceptación y de rechazo**



e) **Resultados de la aplicación del estadístico de prueba**

Reemplazando los datos del análisis estadístico, en el estadístico de prueba “Z”, se obtiene lo siguiente:

$$Z = \frac{211.52 - 176}{5.90 / \sqrt{120}}$$

Se tiene que el valor de $Z = 65.95$

f) **Regla de decisión**

Si $Z_c < Z_t$ Entonces se acepta la H_0

Si $Z_c > Z_t$ Entonces se rechaza la H_0

g) Decisión

Como el valor de “ Z_c ” calculado (65.95) es mayor a $Z= 1.64$, entonces se decide rechazar la hipótesis nula (H_0) y en consecuencia se acepta la hipótesis alternativa.

h) Conclusión

Se concluye con un nivel de confianza del 95%, que el nivel de gestión de procesos de negocios de los microempresarios en los Centros Comerciales de Tacna; es óptima.

4.4. COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

4.4.1. Verificación de la primera hipótesis específica

La cultura financiera se relaciona en forma directa con el diagnóstico de procesos de negocio de los centros comerciales en la ciudad de Tacna.

Para contrastar la primera hipótesis específica se ha considerado la Tabla de contingencia N° 31 que contiene los datos de la relación entre cultura financiera y diagnóstico de procesos de negocios, para medir su grado de relación.

Tabla 31

Tabla de contingencia Cultura Financiera y Diagnóstico de procesos de negocios

Cultura financiera	Diagnóstico de procesos de negocio		Total
	Insuficiente diagnóstico de procesos	Eficiente diagnóstico de procesos	Insuficiente diagnóstico de procesos
Moderada cultura financiera	1	47	48
Fuerte cultura financiera	6	66	72
Total	7	113	120

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Para calcular los coeficientes de correlación, se ha recurrido al programa SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 32

Coefficientes de Correlación

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por	Phi	.731	.152
nominal	V de Cramer	.731	.152
N de casos válidos		120	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Interpretación

El valor del coeficiente de correlación $\Phi = 0.731$ obtenido alcanza el nivel de correlación alta, entonces se establece que existe relación directa entre cultura financiera y diagnóstico de los procesos de negocios, en los microempresarios de los Centros comerciales de Tacna.

Por lo tanto, se ACEPTA la hipótesis de investigación planteada.

4.4.2. Verificación de segunda hipótesis específica

La cultura financiera se relaciona significativamente con el diseño de procesos de negocios en los Centros Comerciales de Tacna.

Para contrastar la primera hipótesis específica se ha considerado la Tabla de contingencia N° 33 que contiene los datos de la relación entre cultura financiera y el diseño de procesos de negocios, para medir su grado de relación.

Tabla 33

Tabla de contingencia Cultura financiera y diseño de procesos

Cultura financiera	Diseño de procesos		Total
	Regular diseño de procesos	Eficiente diseño de procesos	
Moderada cultura financiera	28	20	48
Fuerte cultura financiera	1	71	72
Total	29	91	120

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) "Estadística con SPSS 22".

Para calcular los coeficientes de correlación, se ha recurrido al programa SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 34.

Coefficientes de Correlación

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	.652	.000
	V de Cramer	.652	.000
	Coefficiente de contingencia	.546	.000
N de casos válidos		120	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) "Estadística con SPSS 22".

Interpretación

El valor del coeficiente de correlación $\Phi = 0.652$ obtenido alcanza el nivel de correlación alta, entonces se establece que existe relación directa entre la cultura financiera y el diseño de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros comerciales de Tacna.

Prueba de significatividad de la correlación

Para establecer si el valor del coeficiente es estadísticamente significativo, se aplica el criterio de P_value , donde la regla de decisión es:

Si $P_value < 0.05$ El coeficiente de correlación es significativa

Si $P_value > 0.05$ El coeficiente de correlación no es significativa

Como el valor $P_value = 0.000$ es menor que 0.05, entonces se comprueba que

el coeficiente de correlación Phi es estadísticamente significativa.

Luego con un nivel de confianza del 95%, se determina que existe evidencia de la relación significativa entre la Cultura Financiera y diseño de procesos de negocio en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna.

Por lo tanto, se ACEPTA la hipótesis de investigación planteada.

4.4.3. Verificación de tercera hipótesis específica

La cultura financiera se relaciona significativamente con la ejecución de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna.

Para contrastar la primera hipótesis específica se ha considerado la Tabla de contingencia N° 35 que contiene los datos de la relación entre cultura financiera y gestión de procesos de negocios, para medir su grado de relación.

Tabla 35

Tabla de contingencia Cultura Financiera y Ejecución de Procesos de negocios

Cultura financiera	Gestión de procesos de negocios		Total
	Regular ejecución de procesos	Eficiente ejecución de procesos	
Moderada cultura financiera	3	45	48
Fuerte cultura financiera	0	72	72
Total	3	117	120

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) "Estadística con SPSS 22".

Para calcular los coeficientes de correlación, se ha recurrido al programa SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 36***Coefficientes de Correlación***

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	.796	.032
	V de Cramer	.796	.032
	Coefficiente de contingencia	.792	.032
N de casos válidos		120	

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) "Estadística con SPSS 22".

Interpretación

El valor del coeficiente de correlación $\Phi = 0.796$ alcanza el nivel de correlación alta, entonces se establece que existe relación directa entre la cultura financiera y gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros comerciales de Tacna.

Prueba de significatividad de la correlación

Para establecer si el valor del coeficiente es estadísticamente significativo, se aplica el criterio de P_value , donde la regla de decisión es:

Si $P_value < 0.05$ El coeficiente de correlación es significativa

Si $P_value > 0.05$ El coeficiente de correlación no es significativa

Como el valor P_value es = 0.000 es menor que 0.05, entonces se comprueba que el coeficiente de correlación Φ es estadísticamente significativa.

Luego con un nivel de confianza del 95%, se determina que existe evidencia de la relación significativa entre la Cultura Financiera y gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna.

Por lo tanto, se ACEPTA la hipótesis de investigación planteada

4.4.4. Verificación de cuarta hipótesis específica

La cultura financiera se relaciona significativamente con la evaluación y monitoreo de proceso de negocio en los Centros Comerciales de Tacna

Para contrastar la primera hipótesis específica se ha considerado la Tabla de contingencia N° 37 que contiene los datos de la relación entre cultura financiera y evaluación de los procesos de negocios, para medir su grado de relación.

Tabla 37

Tabla de contingencia Cultura Financiera y evaluación y monitoreo de procesos de negocios

Cultura financiera	Evaluación y monitoreo de procesos de negocios		Total
	Regular evaluación de procesos	Eficiente evaluación de procesos	
Moderada cultura financiera	21	28	49
Fuerte cultura financiera	4	67	71
Total	25	95	120

Nota.adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Para calcular los coeficientes de correlación, se ha recurrido al programa SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 38
Coefficientes de Correlación

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	.675	.000
	V de Cramer	.675	.000
	Coefficiente de contingencia	.576	.000
N de casos válidos		120	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) "Estadística con SPSS 22".

Interpretación

El valor del coeficiente de correlación $\Phi = 0.675$ alcanza el nivel de correlación alta, entonces se establece que existe relación directa entre la cultura financiera y evaluación de los procesos de negocios en los microempresarios de los Centros comerciales de Tacna.

Prueba de significatividad de la correlación

Para establecer si el valor del coeficiente es estadísticamente significativo, se aplica el criterio de P_value , donde la regla de decisión es:

Si $P_value < 0.05$ El coeficiente de correlación es significativa

Si $P_value > 0.05$ El coeficiente de correlación no es significativa

Como el valor P_value es $= 0.000$ es menor que 0.05 , entonces se comprueba que el coeficiente de correlación Φ es estadísticamente significativa.

Luego con un nivel de confianza del 95%, se determina que existe evidencia de la relación significativa entre la Cultura Financiera y evaluación de procesos de negocio en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna.

Por lo tanto, se ACEPTA la hipótesis de investigación planteada.

4.4.5. Verificación de la hipótesis general

La cultura financiera se relaciona significativamente con la gestión de procesos de negocios de los microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna.

Para comprobar la hipótesis general se ha considerado la Tabla de contingencia N° 39 que contiene los datos de la relación entre las variables cultura financiera y la gestión de procesos de negocios, para medir su grado de relación.

Tabla 39

Tabla de contingencia Cultura Financiera y gestión de los procesos de negocios

Cultura financiera	Gestión de procesos de negocios		Total
	Buena gestión de procesos de negocios	Optima gestión de procesos de negocios	
Moderada cultura financiera	48	0	48
Fuerte cultura financiera	0	72	72
Total	48	72	120

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Para calcular los coeficientes de correlación, se ha recurrido al programa SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 40

Coeficientes de Correlación

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	.720	.000
	V de Cramer	.720	.000
	Coeficiente de contingencia	.707	.000
N de casos válidos		120	

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Nota, adaptada con base a Quezada (2016) “Estadística con SPSS 22”.

Interpretación

El valor del coeficiente de correlación $\Phi = 0.720$ alcanza el nivel de correlación alta, entonces se establece que existe relación directa entre la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los Centros comerciales de Tacna.

Prueba de significatividad de la correlación

Para establecer si el valor del coeficiente es estadísticamente significativo, se aplica el criterio de P_value , donde la regla de decisión es:

Si $P_value < 0.05$ El coeficiente de correlación es significativa

Si $P_value > 0.05$ El coeficiente de correlación no es significativa

Como el valor $P_value = 0.000$ es menor que 0.05 , entonces se comprueba que el coeficiente de correlación Φ es estadísticamente significativa.

Con un nivel de confianza del 95%, se determina que existe evidencia de la relación significativa entre la Cultura financiera y la Gestión de procesos de negocio en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna.

Por lo tanto, se procede a **ACEPTAR** la hipótesis general de la Investigación

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

En un mercado globalizado y altamente competitivo, las empresas necesitan permanentemente adaptar y mejorar sus procesos, pero frecuentemente están frenadas por aplicaciones y sistemas que no están preparados para explotar nuevas oportunidades y adaptarse a los cambios de forma ágil. La gestión de procesos de negocios con sus enfoques evolucionados y sus tecnologías punta, ha surgido como el elemento clave para proporcionar a las organizaciones la “Agilidad” y “Flexibilidad” necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado. La Gestión de Procesos de Negocio es una metodología empresarial cuyo objetivo es mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, que se deben modelar, automatizar, integrar, monitorizar y optimizar de forma continua.

Galvis, (2014) sostiene que en la actualidad, las organizaciones enfrentan muchos retos que han emergido a partir del fenómeno de la globalización. Para hacer frente a competidores ubicados en diversas regiones del mundo y responder rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado, las organizaciones de diversos sectores le han prestado más atención y han invertido mayores recursos en la Gestión de Procesos de Negocio.

La presente investigación, comprueba que las organizaciones micro empresariales se encuentran en un buen nivel en cuanto a la gestión de procesos de los negocios, como una estrategia necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado. La Gestión de Procesos de Negocio es una metodología empresarial cuyo objetivo es mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de

los procesos de negocio, que se deben modelar, automatizar, integrar, monitorizar y optimizar de forma continua.

La gestión de procesos de negocios con sus enfoques evolucionados y sus tecnologías punta, ha surgido como el elemento clave para proporcionar a las organizaciones la “Agilidad” y “Flexibilidad” necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado.

CONCLUSIONES

Primera

En los centros comerciales de Tacna se comprueba que existe una relación significativa entre la cultura financiera y la gestión de procesos de negocios, como estrategia comercial para competir en un mercado globalizado e impredecible.

Segunda

En los centros comerciales se comprueba que los microempresarios presentan una moderada cultura financiera, caracterizado por un adecuado manejo de la gestión presupuestal, planificación del gasto, diversificación de los ingresos, gestión financiera y morosidad.

Tercera:

En los centros comerciales se comprueba que los microempresarios desarrollan de manera óptima la gestión de los procesos de negocios, caracterizados por un adecuado diagnóstico, diseño, ejecución y evaluación de los procesos, en escenarios de alta competitividad comercial.

Cuarta:

En la región de Tacna, caracterizado por una alta actividad comercial, se comprueba que en los centros comerciales se desarrollan gestiones de procesos de negocios con significativo nivel competitivo, basado en sistemas de mejora continua que promueve el crecimiento económico y financiero en microempresarios que buscan posesionarse y mantenerse en mercados de alta competencia.

RECOMENDACIONES

Primera:

Invocar a las instituciones de la región, a implementar estrategias para promover y fortalecer los micronegocios y emprendimientos que se inician y desarrollan en los Centros Comerciales de Tacna.

Las instituciones de la región, deberían tener herramientas metodológicas sobre gestión por procesos, que le permita tener las herramientas para sistematizar y transferir, técnicas, conocimientos, en inteligencia emocional financiera, a los que se inician y desarrollan en los centros comerciales de Tacna.

Segunda:

Para lograr mejorar la competitividad de los microempresarios de los Centros Comerciales es imprescindible que se implementen programa de capacitación en el manejo de sistemas de gestión de procesos de negocios, con la finalidad de asegurar el compromiso con la calidad y productividad del microempresario, en un marco de promoción de la cultura de la calidad y competitividad.

Tercera:

Para superar las consecuencias de la fuerte competencia y del crecimiento de la economía informal, los microempresarios deben fortalecer su formalización y fortalecer su cultura financiera para asegurar su desarrollo de las competencias gerenciales y financieras en un mercado comercial competitivo.

Para superar las consecuencias de la fuerte competencia y del crecimiento de la economía informal, los microempresarios deben mejorar no solo en capacidad tecnológica de la empresa, sino a nivel de capacidad científica a través del conocimiento y de la información.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez C. (2011), “De la inclusión financiera a la intervención social: Una experiencia en el sureste de México”, recuperado de:

<http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052012000100006>

Aguilar y Ortiz (2013), “diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”, tesis de pregrado, universidad técnica particular de Loja, Ecuador, recuperado de:

<<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/tesis%20ecf%20final%20juni%202013%20281%29.pdf>>

Bravo J. (2001), “Gestión de procesos”, Santiago de Chile, Ed. Evolución S.A, recuperado de:

<<http://www.evolucion.cl/cursosdestacados/12/Libro%20GP%20Juan%20Bravo%20versi%20F3n%20especial.pdf>>

Briones, G. (1988). “Métodos y Técnicas avanzadas de Investigación Aplicadas a la Investigación y a las Ciencias Sociales”. PIIIE. Curso de Educación a Distancia, Santiago.

Catacora L. (2012). “Fundamentos para investigar y presentar una tesis”. UPT. Tacna. Perú.

Casselles, J. (2003). “Exposición en el 2º Congreso Nacional de Estadísticas e Investigación Operativa”, Lérida, España.

Coronel H. (2016), “estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi banco”, tesis de pregrado, universidad Señor de Sipan, Perú.

Recuperado

de:<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3030/1/TESIS_ESTRATEGIAS%20DE%20COBRANZA_MOROSIDAD.pdf>

Díaz E. (2011). “La Cultura financiera en el Perú”.

Recuperado de <<https://www.comparabien.com.pe/blog-consejos/cultura-financiera-peru>>

Castro D. et al. (2001). “Administración y Dirección”, Madrid, Ed. Mc Graw - Hill / Interamericana de España S.A.U.

Domínguez J. (2013), “Educación Financiera para Jóvenes: Una visión introductoria”, recuperado de:

<http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf>

Galvis y Gonzales (2014). “Herramientas para la gestión de procesos de negocio y su relación con el ciclo de vida de los procesos de negocio”, recuperado de:

<<http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v24n2/v24n2a03.pdf>>

García y Barba (2011), “estrategia competitiva ventaja competitiva y la cadena de valor”, página de internet, recuperado de:

<https://competitivestrategy404a.files.wordpress.com/2011/06/ventaja_competitiva_y_cadena_de_valor-informe.pdf>

García P. (2014), “Introducción a las finanzas”, 2 edición, grupo editorial Patria.

Garza T. (2000). “Administración Contemporánea”, 2º ed., México, Ed. Mc Graw - Hill.

Gibson, J. et al. (2002). “Las Organizaciones - Comportamiento, Estructura, Procesos”, 11º Edición, Chile, Ed. Mc Graw - Hill / Irwin.

Hertel, M. (2012). Emprendimiento. Recuperado de [http:](http://www.compromisorse.com/entrevista/directora/fundacion-bertelsmann/michaela-hertel)

www.compromisorse.com/entrevista/directora/fundacion-bertelsmann/michaela-hertel>

Ibisate (2005), “Conceptos básicos de la gestión de procesos en las empresas”, recuperado de:

<http://www.ub.edu/empresariales/ec/pdfs/1543-ESP-conceptos_gestion_procesos.pdf>

Koontz, H. et al. (2009). “Administración: una perspectiva global”. México, Ed. Mc Graw - Hill.

Lardent, A. R., (2001). “Sistemas de información para la gestión empresarial”. Buenos Aires, Ed. Pearson Education.

Ley N°28015 (2003), “ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, recuperado de:

<http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf>

Mallar, M (2010), “la gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente”, ,
Recuperado de:< www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082010000100004>

Millan J (2015), “Cultura Financiera, El agobio de nuestros tiempos”, Bogotá,
Recuperado de: <[www.academia.edu/2255357/Ensayo -
Cultura Financiera El Agobio De Nuestros Tiempos](http://www.academia.edu/2255357/Ensayo_-_Cultura_Financiera_El_Agobio_De_Nuestros_Tiempos)>

Mujica, et al. Smith, García, Gutiérrez y Quero (2013), “emprendimientos productivos familiares”, Venezuela, revista multiciencias, Vol. 13, N° 3. Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/pdf/904/90429040004.pdf>>

Mintzberg, H. (2004). “Diseño de organizaciones eficientes”, Buenos Aires, El Ateneo.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos **OCDE** (2012) “apertura de la conferencia de educación financiera”, Recuperado de: <<https://www.oecd.org/finance/financial-education/50347719.pdf>>

Peñaloza (2016), “la cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones en los empresarios”, tesis de pregrado, Instituto Politécnico Nacional, México, 2016.

Recuperado de:

<<https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/19575/1/30.%20Laura%20Pe%C3%B1aloza%20Bola%C3%B1os.pdf>>

Pérez (2004), “Gestión por procesos como utilizar Iso 9001:2000 para mejorar la gestión”, Madrid España, editorial Esic. Recuperado de:

<<https://gestiondecalidadmpn.files.wordpress.com/2012/02/01-pc3a9rez-gestic3b3n-por-procesos-cc3b3mo-utilizar-iso-9001-2000-para-mejorar-la-gestic3b3n-de-la-organiz.pdf>>

Quezada L. (2016), “Estadística con SPSS 22”, Barcelona, España, Editorial Marcombo.

Riaga, Duque, y Camargo (2008), “Una revisión a la investigación en emprendimientos femeninos”, Colombia, revista, de la facultad de ciencias económicas, Recuperado de:<<http://www.redalyc.org/pdf/909/90916107.pdf>>

Raccanello y Herrera (2014), “Educación e inclusión financiera”, México, Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, vol. XLIV, núm. 2. Recuperado de:<www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf>

Sampieri (2010), “metodología de la investigación”, México D.F, edición Interamericana, quinta edición, recuperado de:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, “La SBS y la educación financiera”, Recuperado de:<<http://www.sbs.gob.pe/educacion-financiera/aprende-con-nosotros#tab-2011>>

Teiceira, M. R. (2013). “Sucesión y conflictos en empresas familiares”. Recuperado de:

<https://www.researchgate.net/publication/303311229_Sucesion_y_conflictos_en_empresas_familiares_Estudio_de_casos_multiples_en_pequeñas_empresas_hoteleras>

Valdivia D. (2009). “Elaborando la Tesis”. Tacna. Perú. Editorial UPT.

Vargas C. (2009), “La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencias científicas”. Recuperado de [http:
<www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>](http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf)

ANEXOS: INSTRUMENTOS



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

CULTURA FINANCIERA

INSTRUCCIONES: A continuación le presentamos un conjunto de afirmaciones para ser valoradas de acuerdo a su apreciación que tiene sobre la cultura financiera que se desarrolla en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna. El cuestionario es anónimo.

1. Totalmente incierto
2. Bastante incierto
3. Indiferente
4. Bastante cierto
5. Totalmente cierto

1	GESTION PRESUPUESTAL	1	2	3	4	5
1.-	Los microempresarios deben tener planificado el ingreso y egreso de su presupuesto para asegurar sus beneficios.	1	2	3	4	5
2.-	Los microempresarios deben controlar sus gastos a través de un presupuesto.	1	2	3	4	5
3.-	La competencia y la incertidumbre del mercado obliga a los microempresarios a minimizar su riesgo y asegurar sus ganancias.	1	2	3	4	5
4.-	La gestión presupuestal es un medio para asegurar el equilibrio económico y la solidez financiera.	1	2	3	4	5
2.	PLANIFICACION DEL GASTO					
5.-	Los microempresarios deben planificar el gasto para evitar el déficit que afecten su capacidad de decisión.	1	2	3	4	5
6.-	Los microempresarios deben aplicar estrategias para controlar racionalmente su capacidad de gasto.	1	2	3	4	5
7.-	La planificación del gasto es un factor que influye en la minimización del riesgo en el mercado.	1	2	3	4	5
8.-	La gestión empresarial exitosa del microempresario depende de la buena planificación del gasto.	1	2	3	4	5
3.	DIVERSIFICACION DE INGRESOS					
9.-	Los microempresarios deben diversificar sus fuentes de obtención de ingresos por ventas.	1	2	3	4	5

10.- Los microempresarios tienen que desarrollar estrategias para crear nuevas alternativas de ventas y maximizar sus beneficios.	1	2	3	4	5
11.- La diversificación de ingresos en las microempresas es una fórmula para asegurar su permanencia en el mercado.	1	2	3	4	5
12.- La gestión exitosa del microempresario depende de la capacidad intuitiva para descubrir nichos y proyectar sus ingresos.	1	2	3	4	5
4 GESTION FINANCIERA					
13.- Los microempresarios deben conocer los productos del mercado financiero y evaluar sus efectos.	1	2	3	4	5
14.- Los microempresarios tienen que buscar alternativas financieras que les permita invertir y ampliar su mercado.	1	2	3	4	5
15.- El desconocimiento del mercado financiero puede afectar su solidez económica y poner en riesgo su permanencia en el mercado.	1	2	3	4	5
16.- La gestión financiera es un factor impulsor del crecimiento económico de la microempresa.	1	2	3	4	5
5.- PRODUCTOS FINANCIEROS					
17.- Los microempresarios evalúan y seleccionan los productos financieros que requieren el crecimiento del negocio.	1	2	3	4	5
18.- Los microempresarios tienen asistencia en finanzas por parte de las instituciones financieras en aspectos de costo-beneficio..	1	2	3	4	5
19.- El mercado financiero ofrece productos que promueven el desarrollo de sistemas de avance tecnológico.	1	2	3	4	5
20.- De la buena elección de los productos financieros la microempresa crea condiciones para sostenerse y desarrollarse en el mercado.	1	2	3	4	5
6.- GESTION DE PREVENCION DE RIESGOS					
21.- Los microempresarios deben conocer los sistemas de seguros para prevenir situaciones críticas en épocas recesivas del mercado.	1	2	3	4	5
22.- Los microempresarios deben planificar sus inversiones para controlar los riesgos en épocas de bonanza o recesiva.	1	2	3	4	5
23.- El desconocimiento del mercado financiero pone el alto riesgo la estabilidad económica de la empresa	1	2	3	4	5
24.- La gestión de prevención de riesgos asegura la solidez del crecimiento económico de la microempresa.	1	2	3	4	5
7.- MOROSIDAD					
25.- Los microempresarios no retrasan sus pagos al banco, cuando disminuyen sus ventas.	1	2	3	4	5
26.- Los microempresarios antes de firmar contrato con la entidad, perciben las implicancias de una morosidad alta.	1	2	3	4	5
27.- Los microempresarios frente a un préstamo no olvidan sus deberes de pagar al banco, ya que el incumplimiento genera morosidad.	1	2	3	4	5
28.- Los microempresarios consideran que la cobranza del banco es justa, por conceptos de morosidad.	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIOS

INSTRUCCIONES: A continuación le presentamos un conjunto de afirmaciones para ser valoradas de acuerdo a su apreciación que tiene sobre la gestión de los procesos de negocios en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna. Ponga un aspa en el número de la alternativa que considere que se acerca más a la realidad. El cuestionario es anónimo.

1. Totalmente incierto
2. Bastante incierto
3. Indiferente
4. Bastante cierto
5. Totalmente cierto

DIMENSIÓN DIAGNOSTICO Y ANALISIS DE PROCESOS	1	2	3	4	5
1.- DIAGNÓSTICO DE PROCESOS					
2. En los negocios las tareas deben ser claras y cumplirse en el momento establecido.	1	2	3	4	5
2.- En los negocios es vital conocer las necesidades e intereses que tienen los clientes.	1	2	3	4	5
3. Existen en los negocios la necesidad de conocer las reglas del mercado financiero.	1	2	3	4	5
4.- En los centros comerciales el conocimiento de las tareas a realizar en determinante para asegurar el éxito.	1	2	3	4	5
2.- DESCUBRIMIENTO DE PROCESOS					
5. En los negocios las estrategias surgen de acuerdo al comportamiento del mercado.	1	2	3	4	5
6. En los negocios es vital estar informado acerca del comportamiento del consumidor	1	2	3	4	5
7. Existen en los negocios desafíos comerciales que es necesario resolver para continuar en competencia.	1	2	3	4	5

8. En los centros comerciales el comportamiento de las ventas es variada e impredecible.	1	2	3	4	5
3.- DEFINICION DE PROCESOS					
9. En los negocios la determinación de las tareas requieren del conocimiento y compromiso del equipo de trabajo.	1	2	3	4	5
10. En los negocios es indispensable la confianza y la identidad con las actividades del negocio.	1	2	3	4	5
11. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	1	2	3	4	5
12. En los centros comerciales los negocios se desarrollan considerando las estrategias básicas del marketing.	1	2	3	4	5
DIMENSION DISEÑO DE PROCESO DE NEGOCIO					
4.- DESPLIEGE DE PROCESOS					
13. En los negocios las decisiones deben ser pertinentes y oportunas.	1	2	3	4	5
14. En los negocios es indispensable planificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	1	2	3	4	5
15. Existen en los negocios la necesidad de diseñar y planificar las estrategias a desarrollar para enfrentar a la competencia.	1	2	3	4	5
16. En los centros comerciales los negocios requieren de capacitación sobre innovación comercial.	1	2	3	4	5
5.- IMPLEMENTACION DE PROCESOS					
17. En los negocios la determinación de las tareas requieren del conocimiento y compromiso del equipo de trabajo.	1	2	3	4	5
18. En los negocios es indispensable la confianza y la identidad con las actividades del negocio.	1	2	3	4	5
19. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	1	2	3	4	5
20. En los centros comerciales los negocios se desarrollan considerando las estrategias básicas del marketing.	1	2	3	4	5
6.- DISEÑO DE PROCESOS					
21. Los microempresarios optimizan los procesos de su negocio.	1	2	3	4	5
22. Los microempresarios desarrollan una gestión de procesos creando valor.	1	2	3	4	5
23. Los microempresarios combinan la operación funcional por la operación administrada por procesos.	1	2	3	4	5
24. Los centros comerciales se caracteriza por desarrollar negocios con visibilidad y control de todos los participantes.	1	2	3	4	5
DIMENSION EJECUCION DE PROCESOS DE NEGOCIO					
6.- ADOPCION DE PROCESOS					

25. Los negocios administran un sistema de gestión por procesos alienados a la optimización del uso de los recursos.	1	2	3	4	5
26. En los negocios aplican herramientas de informática que dan solidez a los procesos de gestión.	1	2	3	4	5
27. Los negocios actúan según escalas de prioridades para alcanzar sus metas.	1	2	3	4	5
28. En los centros comerciales los negocios aplican la cadena de valor para incrementar la eficacia en el logro de metas.	1	2	3	4	5
7.- CONTROL DE PROCESOS					
29. En los negocios se controlan los procesos de gestión de acuerdo al fin que se han propuesto lograr.	1	2	3	4	5
30. En los negocios se aplican reglas que aseguran lograr un nivel adecuado en las ventas.	1	2	3	4	5
31. Existen en los negocios la necesidad de establecer un plan de actividades que definan las acciones a realizar.	1	2	3	4	5
32. En los centros comerciales se aplican el modelo de la gestión por procesos con el fin de aumentar los beneficios.	1	2	3	4	5
8.- EJECUCION DE PROCESOS					
33. En los negocios se observa una tendencia a gestionar en forma sistemática las reglas del mercado.	1	2	3	4	5
34. En los negocios la rentabilidad es un factor que determina que lo que se haciendo; está bien.	1	2	3	4	5
35. Los microempresarios aplican las reglas de negocio siguiendo los principios de la cadena de valor.	1	2	3	4	5
36. En los centros comerciales los negocios manejan los flujos financieros con la finalidad de mantener su financiamiento.	1	2	3	4	5
DIMENSION EVALUACION Y MONITOREO DE PROCESO DE NEGOCIO					
9.- MEDICION DE PROCESOS					
37. En los negocios se implementan estrategias que permiten establecer los niveles de generación de beneficios.	1	2	3	4	5
38. En los negocios se calculan los flujos de ingresos y egresos para conocer la efectividad de la gestión de los procesos.	1	2	3	4	5
39. Existen negocios que aplican herramientas para medir el nivel de rentabilidad.	1	2	3	4	5
40. En la gestión de los negocios se administra la gestión de los créditos con el fin ver su recuperación y seguimiento.	1	2	3	4	5
10.- MEJORA DE PROCESOS					
41. En la gestión de los negocios el mejoramiento de los procesos es un medio para asegurar el logro de los beneficios.	1	2	3	4	5

42. En los negocios es indispensable la administración de los indicadores de rendimiento.	1	2	3	4	5
43. Existen en los negocios áreas de compras, ventas, servicios al cliente que depende de la mejora continua de sus servicios.	1	2	3	4	5
44. En los centros comerciales se promueven el desarrollo de estrategias que aseguran la mejora continua de la calidad del servicio.	1	2	3	4	5
11.- MONITOREO DE PROCESOS					
45. En los negocios es indispensable el seguimiento y monitoreo de las etapas de la gestión de la producción y venta del servicio.	1	2	3	4	5
46. En los negocios los indicadores de rendimiento permiten establecer el éxito o fracaso de la gestión de los procesos.	1	2	3	4	5
47. En los centros comerciales los negocios desarrollan modelos de monitoreo que permiten asegurar la atención de las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
48. En los centros comerciales los negocios se conducen a través del modelo de gestión de procesos como un sistema de aseguramiento de la calidad	1	2	3	4	5