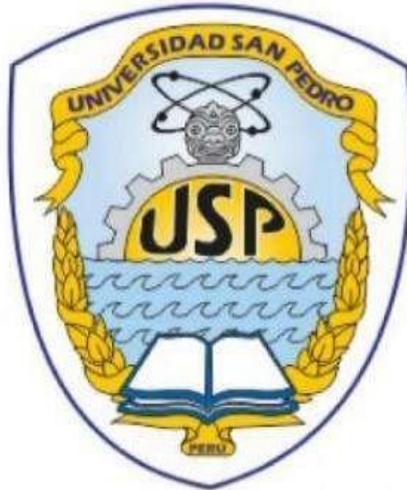


# **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



El financiamiento que otorga las empresas financieras y su influencia en la competitividad de las empresas de comercio en Huacho

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA**

Autor:

Chumbes Farromeque Anahí Evelyn

Asesor:

Mg. Roque Ceferino, Trebejo

Huacho – Perú

2019

## 1. Palabras clave

Tema	Financiamiento y Competitividad.
Especialidad	Contabilidad.

Theme	Financing and Competitiveness.
Specialty	Accounting.

## Línea de Investigación

**Área** : Ciencias Sociales

**Sub área** : Economía y Negocios

**Disciplina** : Economía

## Line of research

**Area** : Social Sciences

**Sub área** : Economy and Business

**Discipline** : Economy

## **2. Título**

EL FINANCIAMIENTO QUE OTORGA LAS EMPRESAS FINANCIERAS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EN HUACHO.

THE FINANCING OF FINANCIAL COMPANIES AND THEIR INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF COMMERCE COMPANIES IN HUACHO.

### **3. Resumen**

La investigación tuvo como objetivo establecer de qué manera el financiamiento que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018. La metodología fue de diseño no experimental, transversal, correlacional. La población fueron 63 empresas de comercio de Huacho, la muestra está representada por 54 empresas. Se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento un cuestionario. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,635). Se utilizó la Correlación Rho Spearman. Los resultados señalan respecto al financiamiento, los gerentes no saben cómo funciona o cuales son algunos de los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, el 76,9% es en referencia al sobregiro, el 78,8% es en referencia a las cartas de referencia, 90,4% es en referencia al arrendamiento financiero. Asimismo, respecto a la competitividad, el 92,3% manifestó que los costos que maneja la empresa no son adecuados, el 90,4% manifestó que la empresa no cuenta con un plan estratégico, el 50,0% manifestó que, en relación al negocio, no conoce la estructura del mercado donde trabaja. La conclusión señala que, teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.805; es decir si existe una relación alta.

#### **4. Abstract**

The objective of the research was to establish how the financing granted by financial companies influences the competitiveness of Huacho's commercial companies, 2018. The methodology was non-experimental, transversal, correlational. The population was 63 commerce companies of Huacho, the sample is represented by 54 companies. We used the survey technique and instrument a questionnaire. The reliability of the instrument was made using the Cronbach's Alpha coefficient (0.635). The Rho Spearman Correlation was used. The results indicate regarding the Financing, the managers do not know how it works or what are some of the financial instruments that the financial companies have, 76.9% is in reference to the overdraft, 78.8% is in reference to the letters of reference, 90.4% is in reference to financial leasing. Likewise, regarding Competitiveness, 92.3% said that the costs managed by the company are not adequate, 90.4% said that the company does not have a strategic plan, 50.0% said that, in relation to the business, you do not know the structure of the market where you work. The conclusion points out that, having a value of  $p = 0.00 < 0.05$ , the alternative hypothesis is accepted, thus the level of relationship between the variables was determined having a Spearman's Rho value of 0.805; that is, if there is a high relation.

## Índice

<b>Tema</b>	<b>Página N°</b>
Palabras clave	i
Título	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
Índice	v
Introducción	1
Metodología	33
Resultados	40
Análisis y discusión	56
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Referencias bibliográficas	61
Anexos y apéndice	64
<i>A.</i> Matriz de consistencia	64
<i>B.</i> Cuestionario	66

## 5. Introducción

### A. *Antecedentes y fundamentación científica*

Málaga (2015) realizaron la tesis titulada “El costo del financiamiento y su influencia en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmeccánicas del Perú, 2011-2014”, la que obtuvo la aprobación de la Universidad San Martín de Porres. El objetivo general de la investigación fue el determinar en qué medida el costo del financiamiento, influye en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmeccánicas del Perú. El tipo de investigación es aplicada. La población se compuso por empresas pertenecientes a la micro y pequeñas empresas ubicadas en Perú, que son 400. Como muestra se obtuvo un total de 103. Para la técnica de recolección de datos se empleó la encuesta, entrevista, y como instrumento se empleó el cuestionario. La conclusión que se llegó es que los procedimientos aplicados permitieron concluir que el costo del financiamiento afecta en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmeccánicas del Perú, debido a que contrae compromisos crediticios de fuentes no formales al inicio de sus actividades, cuyos intereses son muy elevados, sin determinar qué proyectos son prioritarios para la organización. De esta manera, la evidencia documental muestra que el sector más sensible es el de la microempresa. Los expertos opinan que se les debe capacitar para revertir su escasa cultura empresarial. Otra conclusión es que los datos obtenidos accedieron establecer que la tasa efectiva anual, proveniente de fuentes no formales es casi el 120 por ciento, en tanto las PYMES cobran tasas que oscilan entre el 49 por ciento para la micro empresa y 43 por ciento para la pequeña empresa, los bancos cobran el 32 por ciento para la microempresa y 20.57 por ciento para la pequeña empresa. Este costo frena recurrir al financiamiento y prefieren mantener como empresas de subsistencia, considerando que el costo les resulta muy oneroso.

Gonzales (2014) realizó la tesis que tienen por título “Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de la Victoria - año 2013”. La cual fue aprobado por la Universidad

San Martín de Porres. El objetivo general de la investigación fue el determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de La Victoria – 2013. El diseño de la tesis es una investigación no experimental, de carácter descriptivo y transaccional. La investigación utiliza el enfoque cuantitativo-deductivo, de corte transversal y descriptivo. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del Distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios. La muestra es un total de 50 personas. La técnica que se utilizó fue la encuesta. Como conclusión se llegó a que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. Otra conclusión es la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Por último, que un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015.

Kong & Moreno (2014) realizaron la tesis titulada “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del Distrito de San José – Lambayeque en el periodo 2010-2012”, la que fue apoyada por la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Como objetivo general, la tesis estableció el determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, en el período 2010-2012. El tipo de estudio fue de tipo correlacional, mientras que el diseño de la investigación fue de tipo Ex post facto, ya que busca recolectar información en un solo momento en otras palabras en un tiempo único. Para el desarrollo de la tesis la población se conformó por todas las MYPES del Distrito de San José, la cual está conformada por 130 MYPES. La muestra igualmente consta de 130 MYPES, pues es de tipo poblacional. Como técnica se utilizó: la entrevista. Como instrumento se empleó

el cuestionario. Al culminar toda la investigación los autores llegaron a la conclusión que las fuentes de financiamiento han venido influenciadas positivamente en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, ya que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, estimulándolos para que mejore tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para brindar a sus clientes. Otra conclusión es que en el momento de valorar el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José en el período 2010 al 2012, nos percatamos que la mayoría de las microempresas se han conservado en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar ciertamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que generalmente fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para poseer una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el Distrito de San José.

Romero & Guevara (2014) realizaron la tesis titulada “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, las mypes del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado”, aprobada por la Universidad de Piura. El objetivo general de la investigación es el presentar lineamientos estratégicos que permitan a las MYPES del sector Artesanal en la región de Piura, hacer frente a las nuevas tendencias del mercado, con el fin de mejorar su nivel de competitividad para su introducción y fortalecimiento a la actividad de exportación. La investigación desarrolló el análisis cuantitativo y cualitativo. La técnica que emplearon es la entrevista y el instrumento fue el cuestionario. La población se conformó por 2375 MYPES. La muestra que se halló a través de la fórmula general dio como resultado 330 MYPES. Los autores obtuvieron la conclusión que existen importantes oportunidades de negocio en el campo de la exportación de productos artesanales a diferentes países del mundo; los actuales Tratados de Libre Comercio y los vigentes Acuerdos Comerciales con países

amigos y vecinos nos dan el marco adecuado y legal para poder incursionar en el campo de la comercialización internacional de productos artesanales de la región Piura. Otra conclusión es que los productos artesanales del Departamento de Piura son altamente valorados por los turistas y visitantes extranjeros que llegan a nuestro país y región; tenemos la certeza que existirá un mercado y una demanda que iría en aumento con el conocimiento del tipo de productos que se desarrollan y elaboran en distintos conglomerados de Piura analizados en este Estudio.

Villaorduña (2014) realizó la investigación que lleva por título “Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana”, aprobada por la Universidad San Martín de Porres. La investigación obtuvo como objetivo general el conocer los efectos que tiene el financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Conforme a la naturaleza del estudio que se ha planteado, reúne las condiciones suficientes para ser consideradas como un tipo de investigación aplicada. La población consta de 12,000 empresas de servicio en Lima. La muestra equivale a 96 Gerentes, Propietarios o Administradores de MYPES de servicios de Lima Metropolitana. La técnica e instrumento que se utilizaron son: la encuesta y el cuestionario. La investigación obtuvo como principales conclusiones el que se pudo determinar que la evaluación financiera influye favorablemente en las políticas de las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Otra conclusión es que se consiguió constituir que el respaldo financiero influye favorablemente en el logro de objetivos y metas en las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Asimismo, se estableció que la rentabilidad financiera incide favorablemente en las estrategias de gestión las empresas de servicios en Lima Metropolitana.

Rivera (2014) realizó la tesis titulada “Planeación estratégica para aumentar la competitividad en las escuelas de español de la ciudad de Quetzaltenango”, apoyada por la Universidad Rafael Landívar. El objetivo general de la investigación fue el determinar la importancia de la planeación estratégica como

herramienta para aumentar la competitividad, en las escuelas de español de la ciudad de Quetzaltenango. El estudio está enmarcado dentro del diseño de investigación descriptiva. La población y la muestra constan de 35 personas, debido al ignorar el número exacto de escuelas en la ciudad de Quetzaltenango. Como instrumento se puede mencionar que se utilizó la boleta la cual contiene 13 preguntas que fueron formuladas a los Directores. Culminado el trabajo, se llegó a la conclusión que se pudo establecer por medio del trabajo de campo que la mayoría de los encuestados no poseen un conocimiento amplio acerca de la planeación estratégica, sin embargo existe un pequeño grupo de personas que poseen conocimientos acerca de la misión y visión en su mayoría con respecto a elementos de planeación estratégica, en menor cantidad poseen conocimientos acerca de la matriz FODA y evaluación, debido a ello se determinó que las empresas no utilizan en gran medida lo que es la planeación estratégica en sus actividades, por lo que generalmente y de acuerdo a lo observado realizan planeaciones únicamente a corto plazo. Según los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada, se comprobó que la mayor parte de Directores de escuelas de español no tienen claramente definido el concepto de misión y visión de la organización, por lo que resulta difícil para ellos localizar el camino adecuado para que la empresa pueda alcanzar un alto nivel de desempeño y crear ventajas competitivas en relación a instituciones similares.

### ***B. Justificación de la investigación***

La gran mayoría de las empresas de comercio para poder ejecutar sus actividades con la finalidad de ser una empresa competitiva requiere de recursos financieros, por distintos motivos ya sea para desarrollar de manera más eficiente y efectiva sus funciones actuales o ampliarlas, como también el inicio de nuevos proyectos que involucren alguna inversión para su desarrollo. La ausencia de liquidez en las organizaciones de comercio hace que deban recurrir a las fuentes de financiamiento los cuales les ofrecen las empresas financieras, las cuales les permiten hacerse de dinero para afrontar sus gastos presentes,

expandir sus instalaciones, iniciar nuevos proyectos, entre otros., en forma general, las empresas de comercio necesitan del financiamiento que les puedan ofrecer las empresas financieras para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento; además estos financiamientos servirán como impulsores para que las empresas comerciales logren mayor competitividad en el mercado. Por esta razón las empresas de comercio de Huacho tienen por obligación definir sus estrategias e incorporar, en el interior de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen la efectividad de cualquier financiamiento que la empresa vaya a tener por parte de las empresas financieras.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, deducimos que la presente investigación se justifica por su conveniencia ya que es importante para las empresas comerciales de Huacho el reconocer la importancia que tiene el financiamiento que les pueda otorgar las empresas financieras y como esto influye en su competitividad.

### ***C. Problema***

Las empresas dedicadas al sector del comercio son aquellas que se dedican a la compra y venta de los productos como materias primas o productos terminados: éstas tienen la función de ser intermediarias entre productores y consumidores. En la ciudad de Huacho existen 63 empresas comerciales que en algún momento han sido financiadas por las empresas financieras de la localidad, tales como son CrediScotia, Financiera Confianza, Financiera Efectiva, Financiera Qapaq y la Financiera OH!.

Es importante considerar que las PYMES, como son las empresas comerciales de Huacho, favorecen al constante desarrollo económico y sobre todo son productores de empleo y trabajo. Los gerentes o dueños de las empresas de comercio de Huacho deben tener claro que para crecer y tener mayor competitividad en el mercado hay que invertir, es necesario que para que una

empresa sea cada vez más grande diferentes factores como son el aumento el tamaño de su local, o en la cantidad de trabajadores, etc. Lo que se invierte es dinero y ese dinero puede proceder mayormente de dos lados, uno es de los propios bolsillos de los empresarios y por otro lado tenemos lo del financiamiento de instituciones financieras, y los empresarios deben tener en cuenta los diferentes instrumentos de financiamiento que les pone a disposición las empresas financieras para lograr maximizar su desarrollo empresarial y con ello generar mayor competitividad. Gracias a la buena situación económica del Perú en los últimos años, hoy es posible que las empresas financieras tengan dinero disponible para prestarlo a empresas jóvenes. El acceso a financiamientos por parte del sistema financiero permite a las MYPES como las empresas de comercio de Huacho obtener una gran y mayor capacidad de desarrollo lo cual conlleva a crecer competitivamente ya que esto ayudará a las empresas a hacer nuevas y más eficientes operaciones, extender el tamaño de sus operaciones, y otros beneficios que otorga el financiamiento. Las empresas de comercio de Huacho constituidas de manera formal tienen la facilidad de acceder a financiamientos provenientes de empresas financieras. Con esto se reconoce que una herramienta clave es la financiación para transformar proyectos sustentables de largo plazo, para crecimiento de la oferta a nivel global y también el incremento de este rubro y de toda la economía en general.

El financiamiento por parte de las empresas financieras otorgan una serie de instrumentos financieros los cuales son alternativas de decisión en que los gerentes y/o dueños de las empresas comerciales de Huacho pueden recurrir en circunstancias a ejecutarlos en inversiones como una estrategia financiera, por lo tanto si se va a dar uso de una de esas alternativas de financiamiento, esta debe ser analizada desde todos los escenarios posibles para que al momento de aplicarla dé resultados beneficiosos para las empresas de comercio. Sin embargo, algunos gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no conocen o no tienen claro los instrumentos financieros con los que cuenta a su disposición para poder optar por un financiamiento con la finalidad de crecer en el mercado competitivo y complejo de la actualidad. Es decir, los gerentes y/o

dueños de las empresas de comercio no saben cómo funciona o cuales son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son los productos crediticios directos de corto plazo los cuales son el sobregiro, tarjetas de crédito, pagarés para capital de trabajo, descuento de letras, factoring; como también la carta fianza, aval bancario; o los productos crediticios de mediano y largo plazo como son los pagarés, arrendamiento financiero y el retroarrendamiento financiero.

El efectivo y sobre todo el eficiente desarrollo de las empresas de comercio es un esfuerzo inagotable por lo tanto se debe de estar en constante renovación y actualización para mantener un alto nivel de calidad en todo momento, lo cual conllevará a las empresas a tener un alto nivel competitivo. Sin embargo los gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no están que manejan correctamente las actividades o desempeño económico de la empresa, así mismo se observó que no cuentan con un buen plan de marketing o una buena planificación; por otro lado los gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no evalúan a sus competidores o no se preocupan la mayoría por tener una buena relación con el cliente; por último se observó que las empresas de comercio de Huacho no innovan en tecnología para poder generar mayor calidad en el servicio que ofrece.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos observar que los gerentes y/o dueños de las empresas comerciales de Huacho están teniendo una serie de dificultades con respecto al evaluar cuál es la mejor opción de financiamiento que les ofrece las empresas financieras, por otro lado se muestran las debilidades que tienen algunas empresas comerciales las cuales están originando que el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado se estanque o aún peor tenga una disminución; se hace importante reconocer que al persistir dichos problemas las empresas comerciales de Huacho podrían fracasar en el intento de permanecer en el mercado actual el cual es tan competitivo y complejo. Es por esto que se hace de suma urgencia el desarrollar una estrategia financiera donde se evalúe tanto los factores externos como internos para lograr realizar un proceso de

mejora tanto en el aspecto financiero como en el desarrollo empresarial, lo cual servirá para crecer competitivamente.

En ese sentido se ha considerado formular los siguientes problemas que han dado inicio al proceso de investigación:

### ***Problema general***

¿De qué manera el financiamiento que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018?

### ***Problemas específicos***

- ¿De qué manera los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018?
- ¿De qué manera los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018?
- ¿De qué manera los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018?

## ***D. Conceptuación y operacionalización de variables,***

### **Financiamiento**

#### ***a) Definiciones***

Es un sistema que a través de ello un individuo o una organización alcanzan recursos para un determinado proyecto en particular cuyas posibilidades de adquirir bienes o servicios, pagar proveedores, entre otros. Al seguir una planificación financiera eficientes entonces un financiamiento en las empresas puede sostener una economía con estabilidad, proyectar el futuro y difundirse.

Ross, Westerfield & Jordan (2014) señalan que el financiamiento implica la forma como la empresa consigue los recursos indispensables para realizar inversiones.

Ochoa & Saldivar (2012) menciona que el financiamiento es el proceso de conceder préstamos a empresas o personas.

Gittman & Zutter (2012) indica que el capital de trabajo neto tiene como definición la resta entre los activos circulantes de la empresa.

### ***b) Definiciones de planificación financiera***

Ross, Westerfield & Jordán (2014) establecen la manera por la cual se obtendrán las metas financieras mediante una declaración de lo que va a realizar en el futuro.

Lerma & Bárcena (2012) mencionan que es una manera de presupuestación global de la compañía, teniendo en consideración los objetivos tácticos y estratégicos que incluyen la precaver momentos específicos, como ampliación de operaciones en otros mercados, de una planta productiva, depreciación de bienes muebles e inmuebles u otros factores cambiantes del entorno.

Besley & Brigham (2009) indican que la planeación financiera inicia con un pronóstico de ventas, la utilidad y activos, de la misma forma como el establecimiento de los recursos indispensables para alcanzar sus proyecciones.

Puente (2009) define a la planeación financiera como la identificación de herramientas que te ayudarán a conseguir un objetivo deseado en el futuro.

### ***c) Las empresas comerciales como clientes***

Las empresas de comercio ubicadas en la ciudad de Huacho que se han tomado como clientes de las empresas financieras se pueden clasificar en:

- Mayoristas: son aquellos que realizan la venta de gran escala.

- Minoristas: aquellos que realizan la venta al por menor.
- Comisionistas: aquellos que realizan la venta de lo que no es suyo, dan a consignación.

#### ***d) Dimensiones de financiamiento***

Lira (2009) indica que los instrumentos financieros están clasificados en corto y largo plazo. Por acuerdo se designó en un corto plazo en las operaciones lo que el plazo de pago de menor a un año, por consiguiente, las operaciones con plazos mayor a un año se denominarán de largo plazo. Del mismo modo, señala que, por el principio de Temporalidad, las peticiones para solicitar apoyo financiero para capital de trabajo yacerán esencialmente en operaciones de corto plazo y las del largo plazo están destinadas a financiar compras de activos.

- Instrumentos financieros directos de corto plazo

Son aquellos que tienen la posibilidad de ser usadas por personas naturales y empresas para el financiamiento de necesidades de capital de trabajo, puesto que son de un periodo corto y se puede solicitar en efectivo local o extranjero. En termino Directo, comprende que el apoyo financiero implica conceder dinero de del banco al individuo que lo solicita. Previo de comenzar a desarrollar los distintos productos que existen en esta categoría, es transcendental reconocer la definición de financiamiento puntual y línea de crédito. El primero involucra que cada operación de crédito será estudiada por la entidad financiera acorde se presenten, durante una línea de crédito es la cantidad máxima que la institución financiera puede disponer a conceder al cliente en el transcurso de un determinado periodo. En tal caso ¿Qué debe pedir? ¿Un financiamiento a tiempo o una línea de crédito? Normalmente se aconseja que una línea, porque de ese modo los pedidos de apoyo financiero en el transcurso de la vigencia de este podrán ser atendido de forma inmediata ya que el negocio ha sido analizado en su momento. En el caso de las operaciones a tiempo, aquellas se evaluarán acorde se presenten, lo que ocasionaría retrasos en tener el apoyo financiero. No

obstante, se debe de tener presente que si la operación que presenta llega a ser la primera lo más probable es que la entidad lo evalué como una operación a tiempo hasta que logré obtener un récord de crédito con la entidad. Determinándose, se inicia a la explicación de los productos financieros que se disponen para el financiamiento del capital de trabajo, los cuales son los siguientes:

- Sobregiro: Conocido como crédito en cuenta corriente. Y tiene la posibilidad de ser brindado únicamente por entidades financieras que se encuentren acreditadas para abran cuentas corrientes a sus clientes, lo cual en la actualidad se permite solamente en bancos. Un sobregiro consciente cuando lo requiere la empresa, girar cheques o pedir cargos a su cuenta corriente sin tener dinero, ante la espera de un periodo breve (8 días o menos) se normalice el saldo negativo. No se recomienda este tipo de crédito puesto que tiene mucho costo de todos los productos ofrecidos para la satisfacción de las necesidades de capital de trabajo. Pero, se puede disminuir el costo si se tiene aprobada una línea de sobregiro, no obstante, con todo, le aseguramos que el costo continuara siendo muy elevado.
- Tarjeta de crédito: Conocidos como dinero plástico, son aquellas líneas de crédito que admiten a empresas o personas naturales que las tienen adquieren, a manipularas en las adquisiciones en sitios que tienen afiliación o mediante el efectivo en el transcurso de 30 días. Lo que se tiene la posibilidad de pagar por medio las siguientes tres modalidades:
  - Full, tiene que ser cancelado el 100 % de lo que se utilizó, así se requirió el día 29 del ciclo de facturación.
  - Mínimo, se tiene que cancelar un % de compras realizadas o fondos adquiridos, por lo usual, 1/12 de los usado.
  - Crédito, se cancela en cuotas mensuales en el transcurso de un año.

A pesar de ello no hay limitación de la probabilidad de realizar la cancelación de los montos desde 100% y el mínimo determinado; sin embargo, si el

cliente no paga el mínimo, el individuo poseedor de la tarjeta será considerado como un usuario moroso y en efecto, será suspendida sus líneas de crédito.

En el momento en que se cancela el consumo de la tarjeta, de forma automática la línea de crédito vuelve por una cantidad que implica el saldo adicional del pago ejecutado. Se debe tener en cuenta, que, si al comienzo el diseño de la tarjeta de crédito fue para las personas naturales en la satisfacción de necesidades de consumo, continuamente es esgrimida por los empresarios de las Mypes que sus necesidades de capital de trabajo sean cubiertas. Aunque hay ventaja puesto que se tiene disponible de forma inmediata el efectivo o insumos o materias primas por medio de compras en sitios de los proveedores, se debe considerar dos factores que limitan su uso. El primero lugar, es el costo del financiamiento y lo segundo, el plazo. Con respecto al primero el costo se encuentra a menor proporción de los sobregiros y sobre los otros productos y, con respecto al periodo, si una adquisición no se realiza de forma específico por medio del crédito, se deberá cancelar por medio de plazos breves y no estar encajados con el pago de ventas que se encuentran financiados. En determinados bancos han proporcionado tarjetas de crédito que están diseñadas en particular a fin de suministrar a las micro y pequeñas empresas, como es el caso de financiar materias primas e insumos o el pago de efectivo de gastos concernientes al procedimiento de producción. Se recomienda averiguar en la entidad con la que trabaja usted para saber si estos productos se encuentran disponibles.

- Pagares para el capital de trabajo: Trata del desembolso del efectivo por medio de la entidad financiera a la empresa o el solicitante, y después se devuelva en uno de forma previa en un determinado plazo y con sus intereses. Está denominado así, porque se considera el título valor que el individuo o empresa que solicita abona con apoyo de una deuda adquirida, cuya denominación es pagaré. Este en su función como respaldo para el capital de trabajo, es una prestación de un plazo corto (menor a un año) y es empleado

en la obtención materias primas, insumos, pago de sueldos y salarios, asimismo también pagos de servicios como agua y energía eléctrica indispensables en la elaboración y la venta de bienes y servicios que la organización brinda al mercado.

- Descuento de letras: Consiste en el financiamiento de ventas hechas. Para utilizar este producto, el individuo solicitante o la empresa esencialmente han debido de vender al crédito, haciendo el giro de letras de cambio que el comprador de éste ha debido aceptar. Realizar el descuento de la letra simboliza que el individuo que realiza el giro se la transfiere a la institución financiera. Con la finalidad de admitir de un efectivo de hoy y que se habrá cancelado a futuro, con la cobranza de la letra que corresponde al banco. Para este tipo de operaciones el plazo tiene variación, aunque no supera los 180 días. Se tiene que tener en claro en la entidad no compra la letra y consecuentemente, el girador es el individuo o empresa responsable directo de la deuda adquirida. Del mismo modo, se tiene que comprender que el banco está disponible de dar aprobación al descuento, debe de tener referencias comerciales el aceptante. Por otra parte, el efectivo adquirido por el descuento que será de utilidad a la persona o empresa como capital de trabajo, para continuar produciendo en tanto lo que vendió a crédito será cancelado.
- Factoring: Se produce cuando una empresa o individuo realiza la venta de sus créditos comerciales a una organización o entidad financiera. El precio por el que obtendrá facturas o letras contiene una disposición de los intereses que adelantan por lo que cobra el factor, más se tiene que sumar una comisión por negociación. De la misma forma se da en el descuento de letras, los plazos son volubles, rara vez se excede los 180 días. Hay que tener en cuenta, que la factura o letra de cambio la entidad financiera lo compra, por consiguiente, el girador de la letra no llega ser el individuo responsable directamente de la deuda adquirida, por lo cual, si el cliente no realiza el pago del crédito, el banco deberá hacer el cobro a él y no a la empresa o persona que concibió el

crédito. Asimismo, se tienen que comprender que, para que el banco se encuentre en la disposición de comprar dicho documento, su cliente tiene que tener buenas referencias comerciales.

Se debe de destacar una ventaja más sobre el factoring, ya que al vender las facturas de la organización o individuo se libra de la cobranza generada, de forma que ahorra recursos materiales y humanos involucrando de esta manera gastos de condición administrativa en menor proporción y aumentando que el negocio tenga rentabilidad. Para finalizar, la diferencia más importante entre factoring nacional y global, llegar ser la locación del cliente de la organización o el solicitante. En caso de que la empresa realiza sus operaciones en el Perú en factoring será nacional, pero si este realiza operaciones en el extranjero debe ser global. En referencia a este último caso, si bien se están operando de la misma forma con la operación de cliente nacionales, debe considerar que los costos son muy elevados puesto que el descuento es realizado se tiene que sumar una comisión de negociación y otra aval y cobranza al banco extranjero.

#### - Instrumentos financieros indirectos de corto plazo

En el interior de este tipo de productos se puede nombrar la carta fianza y el aval. La palabra indirecta se traduce en el apoyo que se brinda por el banco no comprende entregar el efectivo, sino hace referencia a una garantía de pago, por consiguiente, los ingresos obtenidos no se designan como intereses sino comisiones.

- o Carta fianza: Es un tipo de documento emitido por un banco a favor de un cliente o empresa que lo solicite, por el que este hace su compromiso de garantizar que se cumplan la obligación ante un tercero. Mejor dicho, que en el caso de que la persona o empresa afianzada no lleva a cabo el pago de la deuda, es el banco emisor de la carta fianza es la responsable del pago del monto que se ha garantizado. Hecho este proceso de la carta fianza, el banco tiene un plazo de no mayor a 48 horas para dar efectivo la garantía, mejor dicho, hace efectivo el pago del monto garantizado y después se le solicitará

el pago a su cliente para que realizar el pago. Por lo usual, las Mypes se usan las cartas de fianza que la garantía del pago de líneas de crédito brindadas por sus proveedores.

- Aval bancario: este es la representación de una garantía que proporciona el banco para que se cumpla la obligación en un título de valor, por lo usual una letra de cambio o un pagaré. El acuerdo finaliza por medio de la firma de los funcionarios autorizados de la empresa cuya finalidad es el título de valor está garantizado.

#### - Instrumentos financieros de mediano y largo plazo

Los instrumentos financieros directo tiene la posibilidad de ser usados por personas naturales y empresas para el financiamiento de la compra de activos, los que son de periodos extensos y también puede adquirir en efectivo local o extranjera. Recordando que, el termino Directo comprende el apoyo financiero que comprende el otorgamiento del monto por parte del banco al solicitante.

- Pagarés: Comprende el desembolso del efectivo por parte del banco a la persona o banco solicitante, para que en un determinado periodo mayor de un año sea devuelto con sus respectivos intereses. El pagaré es considerado como un préstamo y es de largo plazo, se usa con el fin de adquirir activos fijos, tales como máquinas, equipos e inmuebles, estos son requeridos en la operación como fianza. Este instrumento por su naturaleza es una fianza a tasa vencida y es un pagadero a través de diversas contribuciones durante un periodo establecido, este proceso se recibe una tabla de amortizaciones que tiene como función informar acerca de las fechas precisas y montos a pagar.
- Arrendamiento financiero: Es también conocido como leasing, este tipo de producto, admite la adquisición de activos fijos (tangibles e intangibles) durante amortización en cuotas periódicas con unas opciones de adquisición, siendo su valor total del producto el 1% representado habitualmente. El más atrayente por sus consecuencias tributarias es el producto crediticio. Profundicemos sobre su definición de manera más amplia. Mediante el

leasing una entidad financiera “el arrendador”, por requerimiento del usuario “el arrendatario”, obtiene un activo fijo por medio de los proveedores, por lo que es entregada su utilización a este, mediante un tiempo entablado a través de cuotas periódica (habitualmente mensuales) siendo gravadas por el igr.

Ya concluido el cronograma de remuneraciones. El leasing directo consiste en que la empresa interesada cuenta con la opción de preferir el precio alegórico referente al bien arrendado. El leasing accede a adquirir todo tipo de producto como inmueble para la instalación o ampliación de establecimiento. Asimismo, se incorpora bienes muebles la cual puede ser nuevo o gastado. Existen limitaciones solo en los bienes intangibles, en caso de que sea esencial para su operatividad. La primordial ventaja, adicionalmente es el acceso a un préstamo que sea de mediano plazo de manera rápida, debido que el leasing admite aminorar rápidamente el producto. Pese a tener ciertas restricciones, pues para conseguir las ventajas tributarias Sobre el tipo de desvalorización, el tiempo de ejecución tiene que ser en cinco años en los inmuebles y para los muebles en dos años; el bien es empleado en las funciones organizacionales del usuario y la opción de adquisición tiene que ser efectuada en la finalización de la transacción. Además, el leasing de importación es muy parecido al leasing directo, la diferencia es que el proveedor del producto se encuentra en el extranjero. Siendo así la entidad financiera tiene la función de importar el bien, lo que eximir a la empresa de realizar los trámites operativos. Asimismo, la persona inicia en pagar el producto al estar en disposición y en firmar el convenio decisivo.

- Retroarrendamiento financiero: Durante esta operación la entidad financiera obtiene un producto de una organización y se accede a su empleo en tiempo determinado por la organización, posee la opción de rescatar el producto que fue vendido a un determinado precio. El primordial beneficio del lease-back es aumentar el capital de las funciones que la organización requiera correspondido sobre los activos fijos que posee. No obstante, esta modalidad no concede las ventajas tributarias de la depreciación acelerada siendo un

aspecto a tomar en consideración, siendo la organización que deberá aminorar el bien en un tiempo en lo habitualmente dispone la Sunat. Hay un aspecto que es oportuno predominar. Muchas personas cuestionan sobre el activo propiedad de una entidad financiera, ya sea el leasing o lease-back, la organización es quien tiene el derecho a la desvalorización. La razón es por la norma de la NIC 17, donde indica que toda ejecución sobre el arrendamiento financiera se trata con la contabilidad de la organización, frente a un préstamo para la consecución de activos fijos.

#### *e) Etapas de financiamiento de las MYPES*

Lira (2009) señala que existe una serie de etapas que cualquier persona natural o jurídica debe continuar para conseguir ayuda de la entidad financiera. Este proceso constituye de diferentes pasos, siendo los primeros pasos de responsabilidad del moroso, siendo la responsabilidad del acreedor la etapa 5, por lo que el siguiente paso es distribuido uno y otro, finalmente la responsabilidad recae en el moroso. En lo que continua, se asumirá que la persona natural o jurídica que requiere el préstamo está en capacidad de requerirlo.

##### - Determinación de la necesidad financiera

Para conseguir ayuda de la entidad financiera de manera breve y apropiada se debe enfrentar victorioso la primera etapa. Se debe tomar en cuenta esta recomendación: Ninguna persona natural o jurídica debe acceder a un préstamo por que se lo brinda. Lo primero es evaluar si es real que requiere el dinero. Luego, con esta idea, analizamos que las necesidades de la institución que pueden tener una empresa presentan dos dimensiones: temporalidad (tiempo determinado) y moneda. Con respecto, a la temporalidad, se puede solicitar ayuda económica de un periodo corto, la cual el periodo de pago tiene que ser menor a un año ya que el periodo de mediano plazo es superior a doce meses. Con respecto al dinero, el crédito puede ser desembolsado mediante moneda,

tanto nacional como internacional. La ayuda económica de una organización que pueda solicitar es empleada para subvencionar los activos o el capital de trabajo. Por medio de los fondos nos permitirá conseguir activos, en este caso deberán ser reembolsado en un periodo largo. Si el efectivo se usara para costear el capital de trabajo, los créditos para el capital de trabajo están coincidiendo con los días que obtendrá la remuneración de venta financiada. El financiamiento predestinado a la compra de los activos fijos, el periodo de ayuda económica se establece durante la realización de un flujo de caja, la razón es debida que mediante este se programa la generación futura del dinero de la organización. Finalmente, el efectivo deber ser requerido para enfrentar las necesidades económicas que se desean cubrir. La cual no se debe agrupar, bajo ninguna perspectiva, necesidades personales o de la organización que no pertenezcan a las actividades en concreto que se desea costear.

- Búsqueda de información

La etapa anterior ayudo para la determinación de las necesidades que poseía la organización y el producto que podía satisfacerlas. En esta etapa se debe conocer, a donde dirigirse para conseguir la ayuda económica. Para lograr eso se debe investigar la información relación de quienes brinda el bien que se anhela y en que situaciones lo realizan. Uno va investigando para conseguir una propuesta que se acople a lo que anhela ya sea en costo y bien. De igual forma, se utiliza cuando se requiere apoyo económico. Para lo cual se tiene que indagar hasta conseguir la información global, pues de ese modo se podrá tomar mejores decisiones permisibles.

- Elección de proveedor financiero

Ya optada la decisión de solicitar ayuda económica y de haber obtenido toda la información principal con respecto de los bienes brindados, se debe afrontar la decisión optada, la cual está en relación a la selección con respecto a una entidad financiera que asistirá para conseguir los necesitados fondos. Es decir, donde solicitará el préstamo que se requiera, aquella respuesta no es fácil como pueda aparentar, siendo la primera duda es acudir a una institución donde cobran

menos, en la práctica esto a veces no es apropiado realizarlo. Lo que sucede es que la institución no puede ser usuario de tal entidad financiera designada, debido a la sencilla prioridad del individuo.

- Documentación sustentatoria

En las etapas ya mencionadas se respondieron a las interrogantes: ¿Qué se quiere financiar? ¿Cómo y dónde financiarlo? En esta etapa se necesita saber la asesoría ya que es primordial al momento de acontecer la solicitud del préstamo. ¿Por qué requieren información las entidades financieras sobre la organización o individuo que requiere el préstamo? La razón es que necesitan datos para determinar la súplica del préstamo. La ecuación que maniobra la entidad financiera al evaluar para otorgar un préstamo es: a mayor información disminuye el riesgo. Entonces, si la entidad financiera posee mayor información sobre la organización y sus actividades por consiguiente podrá sentir un mayor respaldo en la decisión que opte.

- El proceso de evaluación del riesgo crediticio

En la etapa anterior se estableció el tipo de información que se tiene que agrupar previamente al mostrar la solicitud a la organización escogida. Actualmente nos enfocaremos hacia las etapas que la institución sigue para la aprobación o no sobre el financiamiento requerido. En esta etapa se le designa la valoración de la contingencia crediticia, se concreta mediante dos interrogantes: ¿el peticionario podrá remunerar? Antes de comenzar con esta etapa en sí, la institución debe conocer al solicitante y la información que necesita tener en cuenta lo que pueda acumular dependiendo de la suma de información.

- Aprobación y desembolso

La aprobación del crédito requerido se puede realizar por medio del empleado que tenga independencia o por medio del comité de crédito de la entidad financiera. La determinación es informada, por lo general lo realizan en muy pocos casos por escrito y habitualmente de manera verbal.

- Pago de crédito

En las etapas ya mencionadas anteriormente poseen cualidades generales: la organización interesado aún no tiene el dinero. En esta etapa presume que el crédito ya fue desembolsado. A pesar que sea uno de las etapas, tal vez es la más sustancial para la organización ya que recibido el crédito, pues si abona el efectivo recibido de manera adecuada y sin demora le accederá tener una buena reputación crediticia de cierto modo le facilitar permitir a préstamos casa vez mayores y en mejores términos financieros.

***f) Financiamiento de comercio internacional***

Gittman & Zutter (2012) mencionan que distintos métodos enfocados se han desarrollado con el propósito de financiar el comercio internacional. Es posible que el vínculo del financiamiento más primordial es la carta de crédito, es una carta que realiza el banco del proveedor extranjero de la institución, donde manifiesta que avala la remuneración facturada si efectúan con la totalidad de los acuerdos fundamentales. Por lo tanto, la carta de crédito reemplaza el prestigio y la habilidad crediticia del usuario comercial hacia las instituciones financieras.

***g) Retroalimentación del financiamiento***

Besley & Brigham (2009) mencionan que los fondos externos recaudados para pagar los nuevos activos generan desembolsos financieros complementarios que son reflejados en el estado de resultado y son reducidos en la suma los beneficios conservados, pronosticada al inicio. Esto significa que se necesitan más fondos externos que los pronosticados al inicio para resarcir la baja cantidad añadida a las utilidades retenidas.

## **Competitividad**

### ***a) Definiciones***

Iborra, Dasí, Dolz & Ferrer (2014) mencionan que una organización logra tener competitividad cuando llega a implementar una estrategia que le permita incrementar su valor en el mercado.

Wheelen & Hunger (2013) señalan que la competitividad es el valor que logra la empresa poniendo en marcha un plan maestro integral que logre eficientemente la misión de la empresa al igual que sus metas.

Longenecker, Petty, Palich & Hoy (2012) señalan que tener una ventaja competitiva es tener una posición creadora de valor sobre la competencia con respecto al factor humano, tecnológico, económico, etc., que tiende a perdurar con el tiempo.

Cardenas (2010) define a la competitividad es un proceso que permite que la institución genere valor agregado por medio del incremento de la productividad y el crecimiento del valor agregado es permanente, quiere decir que perdura a mediano y largo plazo; interpretada como la consecuencia que se obtiene por medio de altos grados de eficiencia en la utilización del capital humano y económico.

Porter (2009) menciona que la competitividad es la habilidad que cuenta la empresa para ejecutar e incrementar rentablemente, siendo eficaz en el éxito de la empresa y en la prosperidad económica en general de la misma.

### ***b) Dimensiones de la competitividad***

Cárdenas (2010) menciona que, adaptando los elementos de competitividad de las naciones de la institución, se puede deducir que la competitividad de la institución se puede medir mediante los factores y subfactores siguientes:

- Actividad o desempeño económico de la empresa

Se refiere al aspecto económico que tiene la empresa y que le genera valor en el

mercado. Que comprende los subfactores siguientes:

- Costos
- Precios relativos
- Empleo
- Eficiencia en la administración de la empresa

Se refiere a la eficiente administración estratégica con la que cuenta la empresa y aporta generar valor en el mercado. Que comprende los subfactores siguientes:

- Planificación
- Marketing
- Tipo de Organización
- Eficiencia de los negocios de la empresa

Que comprende los subfactores siguientes:

- Estructura del Mercado
- Conocimiento de Competidores
- Relación con los clientes
- Infraestructura de la empresa

Se refiere a la infraestructura que maneja la empresa y que aporta un valor en el mercado. Que comprende los subfactores siguientes:

- Inversión Inicial
- Reinversión
- Innovación Tecnológica

### ***c) El entorno competitivo***

Bateman & Snell (2009) indican que la mayoría las organizaciones funcionan en un entorno competitivo próximo y contiguo, que comprende otras instituciones

que interactúan directamente. Asimismo, el ambiente competitivo inserta contrincantes que se encuentran mediante los competidores de hoy, el impacto de los resientes participantes, los productos reemplazables, los proveedores y los usuarios. Fue Michael Porter quien originó este modelo. Según él, los dirigentes triunfadores hacen mucho más que progresar el ambiente; ejercen de manera que, en acción cambian al ambiente de la empresa. El modelo de Michael Porter, sobre en la de decisiones estratégicas, cuenta con un sistema superior de apoyo para los directivos en el estudio del entorno competitivo y la adecuación o influencia de la esencia de la competencia.

#### ***d) Competitividad de costos***

Bateman & Snell (2009) indican que la competitividad de costos, significa conservar los costos mínimos para que la empresa obtenga rendimiento y también pueda obtener productos, como bienes o servicios, precios que manifiesten llamativos a los clientes.

Dirigir y conservar los costos bajos necesitan eficacia: establecer los objetivos empleando recursos sensatamente y disminuyendo el residuo. Mediante las mínimas cosas se puede ahorra bastante dinero, pero minimizar los costos implica sacrificios.

#### ***e) La competitividad con base al tiempo: la organización orientada a la rapidez***

Bateman & Snell (2009) manifiestan que las empresas del mundo, han empleado inmensa energía a progresar a calidad de los productos, al nivel que en la actualidad la gran calidad es el modelo asequible de todos los rivales.

La competencia ha ocasionado que la calidad en ciertas circunstancias los productos de calidad no se pueden diferenciar de una empresa de otra. El tiempo es la ventaja competitiva esencial que puede dividir a los líderes de mercados hacia los demás.

Las instituciones de hoy deben saber cuáles son las carencias de los clientes y poder satisfacerlas inmediato de manera factible. La competencia se encuentra fundamentada en el tiempo (TBC, por sus siglas de ingles) hace mención a estrategias con el fin de disminuir el tiempo esencial para la entrega ya sea producto o servicio. La TBC tiene componentes organizacionales esenciales: la logística, el justo a tiempo (JIT) y la ingeniería sincronizada. Los métodos de producción JIT disminuyen el tiempo de la fabricación de los productos. La logística se encarga de acelerar la entrega del producto a los usuarios. Los dos forman etapas importantes en la entrega de productos a los usuarios en el mínimo tiempo factible. La rapidez es muy importante en mundo de hoy.

#### ***f) Competencia en el trabajo en equipo***

Hellriegel, Jackson & Slocum (2009) mencionan que los líderes triunfadores laboran duro y se orientan al trabajo en extremo, pero no son lobos solitarios; un individuo no puede realizarlo solo. En caso que forme un equipo efectivo, el progreso de las instituciones llegara con el tiempo que por lo usual ayudan a los trabajadores y sus proyectos con admiración. Los emprendedores cuentan con buenos vínculos con sus socios de la institución.

El estudio de emprendedores descrito con anterioridad encontró que la mayoría de las compañías exitosas tenía un equipo de administración de primer nivel muy efectivo. Solo 3% de estos directores generales actuaban solos en la función de administración de primer nivel. Dichos equipos tendían a ser pequeños, con 67% variado en tamaño de tres a seis gerentes e innovación del equipo se lograron cambiando a personas que habrían trabajado juntas en forma estrecha antes con personas que no lo habían hecho. Todos estos equipos administrativos usaron un estilo de toma de decisiones en colaboración.

#### ***g) Competencia en la comunicación***

Hellriegel, Jackson & Slocum (2009) indican que, un administrador con ideas y

anhelos, pero poco más con lo cual trabajar, debe saber comunicarse de manera objetiva para alcanzar la asistencia y ayuda necesaria para hacerlo realidad la visión planteada.

La comunicación en las grandes compañías con asiduidad implica alegatos, documentación escrita, proposiciones formales y revisión programada. Todos los conceptos y habilidades de la comunicación interpersonal expuestos en el capítulo 16, comunicación organizacional, se aplican tanto para el emprendedor como para en una organización grande.

#### ***h) Fuerzas competitivas en una industria***

Hellriegel, Jackson & Slocum (2009) mencionan las instituciones de diferentes industrias se ven perjudicadas de forma directa por medio de cinco fuerzas competitivas: tenemos los rivales, integrantes, bienes y servicios reemplazables, clientes y proveedores, el poder combinado de estas fuerzas afecta la rentabilidad a largo plazo, por consiguiente, los directivos tienen que observar y determinar individualmente, semejante que su poderío compuesto, al momento de tomar decisiones de acuerdo a los cursos de acciones futuras. En esta sección continuamos examinando la industria de la comida rápida para ilustrar la forma en que compiten las compañías.

##### **- Competidores**

Comenta: “para casi todas las organizaciones cualquier ambiental critica son sus acciones en relación con los competidores. Por consiguiente, cualquier cambio en el medio ambiente que afecta a cualquier competidor tendrá consecuencias que requieren algún grado de adaptación. Esto requiere un cambio y adaptación continuos de todos los competidores tan solo para mantener su posición relativa”.

### *i) Recursos y competencia clave*

Bateman & Snell (2009) señalan que obviamente, en los años recientes se influyó firmemente la planeación estratégica debido al enfoque de los recursos internos. Estos recursos son insumos para la elaboración que son agrupadas con el tiempo con el fin desarrollar el desempeño de la empresa. Los recursos son de distintas maneras, no obstante, se encuentran en una de estas dos categorías siguientes:

- Activos tangibles

Son los bienes raíces, el establecimiento de producción, la materia prima, etc.

- Activos intangibles

El prestigio de la empresa, su cultura, el entendimiento técnico y las exclusivas, tal como el saber y la experiencia almacenada.

Un análisis interno eficaz presenta una compensación clara de manera que la empresa utiliza recursos para desafiar. Estos son causas de ventajas competitivas exclusivamente bajo ciertas condiciones. En primer lugar, si el recurso es empleado para atribuir valor al usuario, quiere decir que, si aumenta las ganancias que el usuario obtiene mediante un bien o servicio por igual costo, los recursos pueden dirigirse a una ventaja competitiva.

Segundo, los recursos son orígenes de las ventajas competitivas. Sin embargo, los recursos extremadamente valiosos, si los rivales acceden a ellos, el recurso ya no es una ventaja competitiva.

### *j) Fuerzas competitivas*

Kerin, Hartley & Rudelius (2014) señalan que existen varias maneras de competencia, cada empresa tiene que estimar a sus rivales de hoy y condicionales al diseño de la estrategia de marketing.

#### - Formas alternativas de competencia

Las formas comunes de competencia constituyen a un prolongado que se dirige a la competencia pura, la competencia monopolística y el oligopolio, hasta el monopolio puro.

En un extremo del continuo, está la competencia pura, en la que individuales empresas cuentan con productos semejantes que las de las otras. Las empresas dedicadas al comercio de productos agrícolas (como trigo, arroz y granos) con frecuencia se hallan en un entorno de competencia pura, es el que la distribución (en el sentido del embarque de productos) es importante, en tanto que otros elementos del marketing tienen poco efecto.

En el siguiente elemento del continuo, el de la competencia monopolística, los cuantiosos vendedores desafían mediante sus productos en un entorno de cambio. Por ejemplo, si el precio del café aumenta demasiado, los consumidores podrían decidirse por el té. Los descuentos y los cupones son tácticas de marketing utilizadas con frecuencia.

El oligopolio, sistema usual en ciertas ramas de actividad, sucede en el momento que unas cuantas empresas manipulan gran parte de las ventas de la institución.

#### - Componentes de la competencia

En la elaboración de un programa de marketing, las empresas tienen que tener presente que las causas que fomentan la competencia: entrada, poderío de negociación de compradores y proveedores, competencias existentes y probabilidades de sustitución. El escaneo del ambiente necesita estudiarlos a todos. Estos factores se relacionan con las decisiones de la mezcla de marketing de una empresa y podrían usarse para crear una barrera que impida la entrada de otros competidores, aumentar el reconocimiento de la marca o intensificar la lucha por la participación de mercado.

## ***Marco conceptual***

### *Financiamiento*

El financiamiento es una herramienta en la cual un individuo o una institución consiguen recursos para emplearlo en un proyecto determinado, como en conseguir bienes y servicios, remunerar proveedores, etc.

#### *Financiamientos directos de corto plazo*

Son procedimientos directos que son empleados por personas naturales y las instituciones con el fin de subvencionar las necesidades del capital de trabajo, que por concepto son de corto plazo y se pueden gestionarse mediante moneda nacional como también moneda extranjera.

#### *Financiamientos indirectos de corto plazo*

Son procedimientos directos que son empleados por instituciones e individuos naturales con el fin de subvencionar las necesidades del capital de trabajo, son de corto plazo y se solicitan mediante la moneda nacional como la extranjera.

#### *Financiamientos de mediano y largo plazo*

Son resultados fiduciarios directos que son empleados mediante instituciones e individuos naturales con el fin de financiar la transacción de activos, que son de largo plazo y son requeridos mediante monedas nacional o extranjera.

### *Competitividad*

Es un proceso que permite que la institución genere valor agregado por medio del incremento de la productividad y el crecimiento del valor agregado es permanente, quiere decir que perdura a mediano y largo plazo; interpretada como la consecuencia que se obtiene por medio de altos grados de eficiencia en la utilización del capital humano y económico.

#### *Actividad o desempeño económico de la empresa*

Se refiere al aspecto económico que tiene la empresa y que le genera valor en el mercado.

### *Eficiencia en la administración de la empresa*

Se refiere a la eficiente administración estratégica con la que cuenta la empresa y aporta generar valor en el mercado.

### *Infraestructura de la empresa*

Se refiere a la infraestructura que maneja la institución y que aporta un valor en el mercado.

### *Operacionalización de variables*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Variable independiente: Financiamiento</b>	Financiamientos directos de corto plazo  Financiamientos indirectos de corto plazo  Financiamientos de mediano y largo plazo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sobregiro.</li><li>- Tarjeta de crédito.</li><li>- Pagarés para capital de trabajo.</li><li>- Descuento de letras.</li><li>- Factoring.</li> <li>- Carta fianza.</li><li>- Aval bancario</li> <li>- Pagarés.</li><li>- Arrendamiento financiero.</li><li>- Retroarrendamiento financiero.</li></ul>
<b>Variable dependiente: Competitividad</b>	Actividad o desempeño económico de la empresa  Eficiencia en la administración de la empresa  Eficiencia de los negocios de la empresa  Infraestructura de la empresa	<ul style="list-style-type: none"><li>- Costos.</li><li>- Precios relativos.</li><li>- Empleo.</li> <li>- Planificación.</li><li>- Marketing.</li><li>- Tipo de organización.</li> <li>- Estructura del mercado.</li><li>- Conocimiento de competidores.</li><li>- Relación con los clientes.</li> <li>- Inversión inicial.</li><li>- Reinversión.</li><li>- Innovación tecnológica.</li></ul>

## ***E. Hipótesis***

### ***Hipótesis general***

El financiamiento que otorga las empresas financieras influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

### ***Hipótesis específicas***

- Los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.
- Los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.
- Los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

## ***F. Objetivos***

### ***Objetivo general***

Establecer de qué manera el financiamiento que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

### ***Objetivos específicos***

- Establecer de qué manera los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

- Establecer de qué manera los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.
- Establecer de qué manera los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

## 6. Metodología

### A. Tipo y diseño de la investigación

El proyecto de investigación tendrá como tipo de diseño a la investigación no experimental, transversal, correlacional.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio.

Es transversal ya que se recolectarán en un solo momento, en un tiempo único.

Es correlacional, porque busca explicar de qué manera las variables se encuentran asociadas, determinando su correlación positiva o negativa.

### B. Población y muestra

La población está conformada por 63 empresas de comercio de Huacho, los cuales son o han sido clientes de las empresas financieras.

Para el cálculo de la muestra se usa la fórmula estadística de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

**n** Representa el tamaño de la muestra.

**p y q** Representan la probabilidad de la población de estar (p) o no (q) incluidas en la muestra. Cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

- Z** Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal, definen una probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor  $Z = 1.96$
- N** El total de la población. Este caso 63 empresas de comercio de Huacho.
- EE** Representa el error estándar de la estimación, de acuerdo a la doctrina se ha tomado 0.05

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 63}{0.0025 (62) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 54$$

La muestra está representada por 54 empresas de comercio de Huacho, los cuales son o han sido clientes de las empresas financieras.

### ***C. Técnicas e instrumentos de investigación***

La técnica de la investigación fue la encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario. El cuestionario ayudó a medir ambas variables, las cuales fueron “Financiamiento” y “Competitividad”.

### ***D. Validación y confiabilidad***

#### ***Validación del cuestionario***

La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Hernández, Fernández & Baptista (2007) en el mismo sentido, Bernal (2006) establece que la validez indica el grado con que pueden

inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos. Para esta investigación se examinó la validez de constructo.

La validez de constructo es la más importante, sobre todo desde una perspectiva Científica, y se refiere a qué tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico. Parte del grado en que las mediciones del concepto proporcionadas por el instrumento se relacionan de manera consistente con otras mediciones de otros conceptos. A tales conceptos se les denomina constructos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2007)

Para la validez del constructo, se realiza con los resultados de la aplicación piloto con 30 personas que laboran en las empresas financieras, en la cual para estudiar la dimensionalidad del constructo, se realiza una primera aproximación a través del análisis factorial exploratorio. Pero antes, como requisitos previos, se utiliza el test de esfericidad de Barlett y el índice KMO de Kaiser-Meyer-Oklin. El primero se emplea para contrastar la hipótesis de que la matriz de correlaciones obtenidas no es una matriz identidad, es decir, que hay intercorrelaciones significativas entre las variables que justifican el análisis factorial. En cuanto al índice KMO se utiliza como medida de adecuación de la muestra, sabiendo que los valores bajos de dicho índice desaconsejan la aplicación de este análisis. El análisis factorial exploratorio fue realizado con el método de factorización de ejes principales y el método de factorización de componentes principales, ambos contenidos en el paquete de programa estadístico SPSS. Se aplica también la rotación Varimax.

1. La prueba de esfericidad de Bartlett, requisito previo al análisis factorial, mostró un valor sig.  $< 0,05$ ; lo que supone que la matriz de correlaciones no es una matriz identidad. Esto indica que existen correlaciones altas, por lo que se admite que la matriz de datos obtenida es apta para el análisis factorial. En segundo lugar, el índice Kaiser-Meyer-Oklin (KMO) = 0,406; que según Díaz, (2007) lo recomienda como bueno. Ambos resultados nos confirman la adecuación de los datos al análisis factorial.

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,406
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	316,090
	gl	190
	Sig.	,000

2. Aplicando las comunalidades por el Análisis del componente principal se observa que cada ítem supera el 0,3 por lo tanto ningún ítem deberá retirarse.

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
1. ¿Has escuchado sobre el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,920
2. ¿Has utilizado el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,845
3. ¿Has escuchado sobre la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,970
4. ¿Has utilizado la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,855
5. ¿Has escuchado sobre los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,700
6. ¿Has utilizado los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,685
7. ¿Has escuchado sobre el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,872
8. ¿Has utilizado el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,697
9. ¿Has escuchado sobre el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,864
10. ¿Has utilizado el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,745
11. ¿Has escuchado sobre la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,917
12. ¿Has utilizado la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,781
13. ¿Has escuchado sobre el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,800
14. ¿Has utilizado el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,611
15. ¿Has escuchado sobre los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,853

16. ¿Has utilizado los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,825
17. ¿Has escuchado sobre el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,832
18. ¿Has utilizado el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,772
19. ¿Has escuchado sobre el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,750
20. ¿Has utilizado el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	1,000	,788
21. ¿Los costos que maneja tu empresa son los adecuados?	1,000	,709
22. ¿Con respecto al precio de tus productos, consideras que, está en relación con los precios de tus competidores?	1,000	,957
23. ¿El número de trabajadores que maneja tu empresa es el adecuado para que la empresa realice sus actividades eficientemente?	1,000	,908
24. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	1,000	,902
25. ¿En cuanto a la planificación de su empresa, ha realizado un estudio de mercado?	1,000	,954
26. ¿En relación al tipo de organización de su empresa, permite que sus trabajadores intervengan en las decisiones en relación a la empresa?	1,000	,920
27. ¿En relación al negocio, conoce la estructura del mercado donde trabajas?	1,000	,845
28. ¿Conoces a los principales competidores de tu empresa?	1,000	,970
29. ¿Has establecido canales de relación a largo plazo con tus principales clientes?	1,000	,855
30. ¿Iniciaste tu empresa con un capital considerable?	1,000	,876
31. ¿Reinviertes en tu empresa parte de tus ganancias generadas?	1,000	,840
32. ¿Inviertes en tecnología para tu empresa cada cierto tiempo?	1,000	,954
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.		

3. A través de la través la matriz varianza explicada (rotada) podemos observar arrojó un valor del 83,660%, de esta manera comprobamos la validez de constructo del instrumento, al establecer una estrecha relación entre las dimensiones teóricas con los elementos medidos en los distintos ítems que componen la prueba, asegurando la fiabilidad de los resultados que pudiésemos obtener a partir de ella.

Varianza total explicada									
Comp	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la var	% acum	Total	% de la vari	% acum	Total	% de la var	% acum
1	7,219	22,561	22,561	7,219	22,561	22,561	5,852	18,286	18,286
2	5,253	16,416	38,977	5,253	16,416	38,977	4,801	15,002	33,289
3	3,129	9,779	48,756	3,129	9,779	48,756	2,824	8,824	42,113
4	2,690	8,406	57,162	2,690	8,406	57,162	2,796	8,739	50,852
5	2,403	7,511	64,672	2,403	7,511	64,672	2,512	7,851	58,703
6	2,062	6,442	71,115	2,062	6,442	71,115	2,507	7,835	66,538
7	1,753	5,478	76,593	1,753	5,478	76,593	2,105	6,577	73,115
8	1,232	3,851	80,444	1,232	3,851	80,444	2,100	6,563	79,678
9	1,029	3,217	83,660	1,029	3,217	83,660	1,274	3,982	83,660
10	,956	2,987	86,648						
11	,711	2,221	88,869						
12	,658	2,056	90,925						
13	,587	1,834	92,759						
14	,478	1,495	94,254						
15	,452	1,411	95,665						
16	,400	1,251	96,917						
17	,337	1,054	97,971						
18	,200	,626	98,597						
19	,134	,420	99,017						
20	,109	,339	99,356						
21	,083	,259	99,615						
22	,067	,210	99,825						
23	,024	,075	99,900						
24	,016	,049	99,949						
25	,011	,034	99,983						
26	,005	,017	100,000						
27	4,777E-005	,000	100,000						
28	2,413E-016	7,539E-016	100,000						
29	1,762E-016	5,506E-016	100,000						
30	5,420E-017	1,694E-016	100,000						
31	-5,016E-017	-1,567E-016	100,000						
32	-1,075E-016	-3,358E-016	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

### ***Confiabilidad del cuestionario***

La confiabilidad del Cuestionario se realiza con los mismos resultados de la aplicación piloto para su evaluación se emplea el coeficiente alfa de Cronbach, cuya expresión es:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Donde:

K = número total de ítems que conforman la prueba,

$\sum Si^2$  = la sumatoria de la varianza de cada uno de los ítems y

$St^2$  = la varianza total del instrumento, (Garret, 1976).

Este coeficiente toma valores entre 0 y 1, y un valor mayor a 0,6 indica que el cuestionario es confiable. El coeficiente alfa de Cronbach del test, calculado con el SPSS 24 es 0,820, con el cual se concluye que el cuestionario es confiable.

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>			
		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0
a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.			

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	32

### ***E. Procesamiento y análisis de la información***

Para el procesamiento y análisis de la información se utilizará la distribución de frecuencias, la prueba de Rho de Spearman y el SPSS versión 24.

## 7. Resultados

### A. Datos Generales

Tabla 1  
*Género de los gerentes empresas de comercio de Huacho*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Masculino	32	61,5
Válidos Femenino	20	38,5
Total	52	100,0

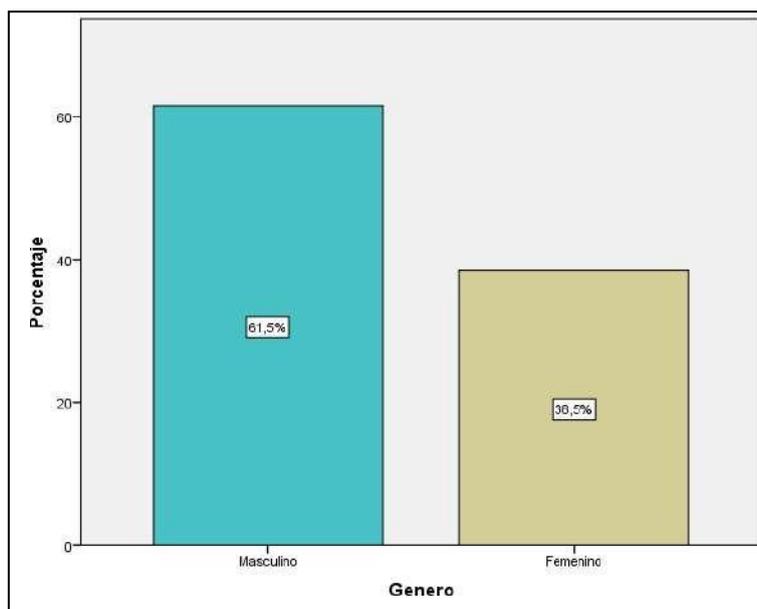


Figura 1. Género de los gerentes empresas de comercio de Huacho.

Se observa en la Tabla 1 que el 61,5% de los encuestados son del género masculino y el 39,5% son del género femenino.

Tabla 2  
*Edad de los gerentes empresas de comercio de Huacho*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Entre 25 y 31 años	10	19,2
Entre 32 y 45 años	32	61,5
De 45 años a mas	10	19,2
Total	52	100,0

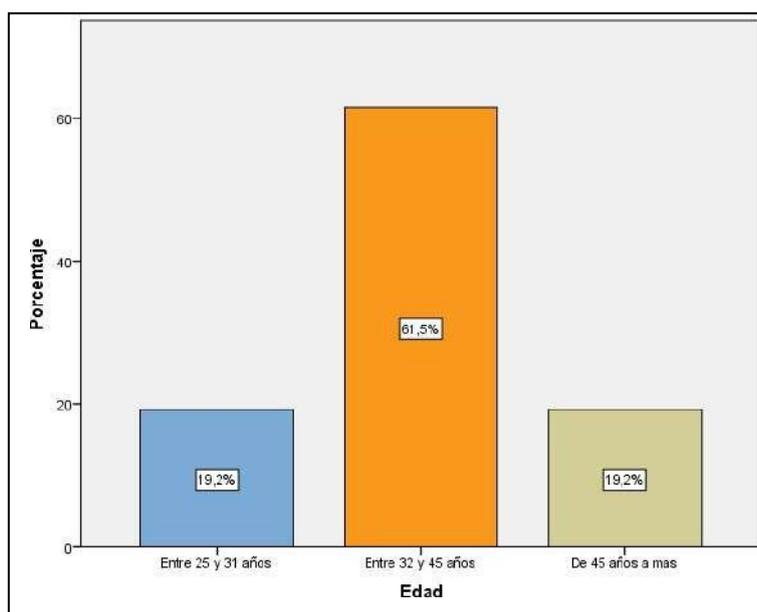


Figura 2. Edad de los gerentes empresas de comercio de Huacho.

Se observa en la Tabla 2 que el 19,2% de los encuestados tienen entre 25 y 31 años; el 61,5% entre 32 y 45 años; y el 19,2% tienen de 45 años a más.

Tabla 3  
*Grado Académico de los gerentes empresas de comercio de Huacho*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Título Profesional	8	15,4
	Otros	44	84,6
	Total	52	100,0

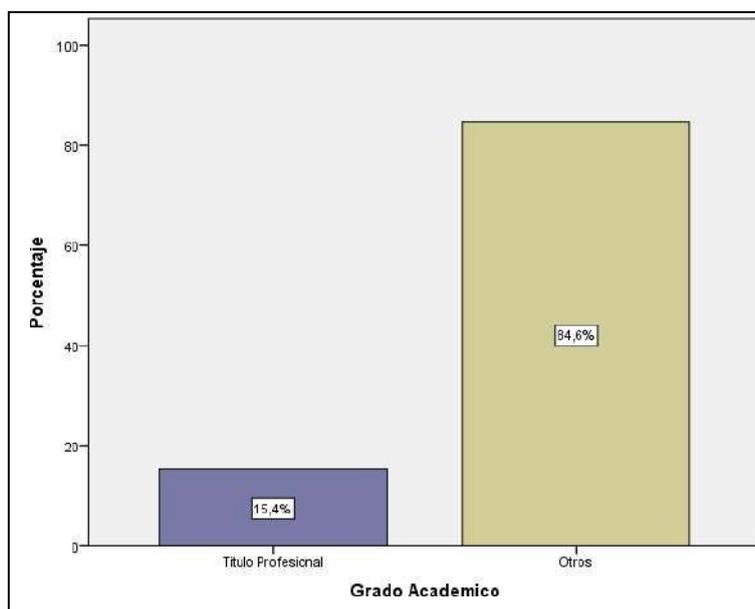


Figura 3. Grado Académico de los gerentes empresas de comercio de Huacho.

Se observa en la Tabla 3 que el 15,4% tiene título profesional, y el 84,6% tiene otro grado académico.

Tabla 4  
*Años de la Empresa de los gerentes empresas de comercio de Huacho*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
De 0 a 2 años	26	50,0
De 2 a 5 años	10	19,2
De 10 años a más	16	30,8
Total	52	100,0

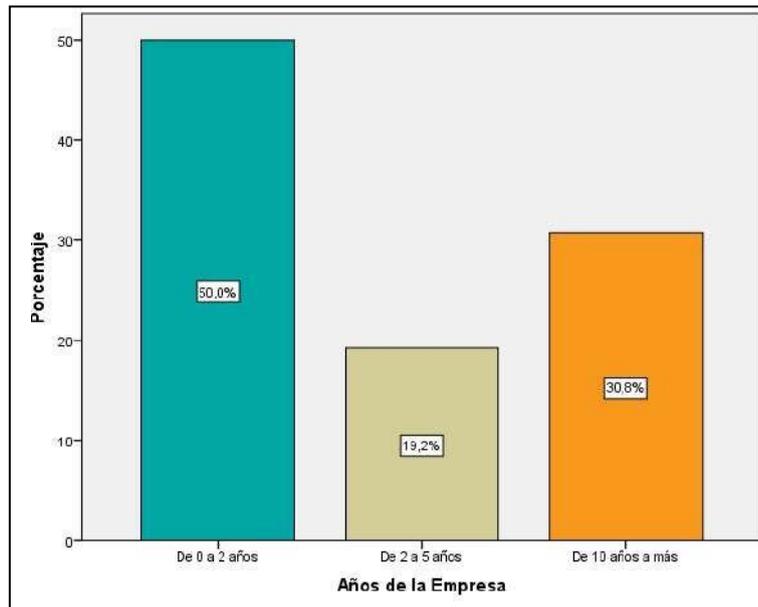


Figura 4. Años de la Empresa de los gerentes empresas de comercio de Huacho.

Se observa en la Tabla 4 que el 50% tiene entre 0 a 2 años su empresa, el 19,2% tiene entre 2 años a 5 años y el 30,8% tiene más de 10 años.

## B. Análisis estadístico de la variable “Financiamiento”

La población objeto de nuestro estudio presentó los siguientes resultados en las áreas de Financiamiento.

Tabla 5

*Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos directos de corto plazo*

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
1. ¿Has escuchado sobre el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	40	76,9	12	23,1
2. ¿Has utilizado el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	31	59,6	21	40,4
3. ¿Has escuchado sobre la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	34	65,4	18	34,6
4. ¿Has utilizado la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	36	69,2	16	30,8
5. ¿Has escuchado sobre los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	25	48,1	27	51,9
6. ¿Has utilizado los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	42	80,8	10	19,2
7. ¿Has escuchado sobre el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	11	21,2	41	78,8
8. ¿Has utilizado el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	27	51,9	25	48,1
9. ¿Has escuchado sobre el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	52	100,0	0	0,0
10. ¿Has utilizado el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	52	100,0	0	0,0

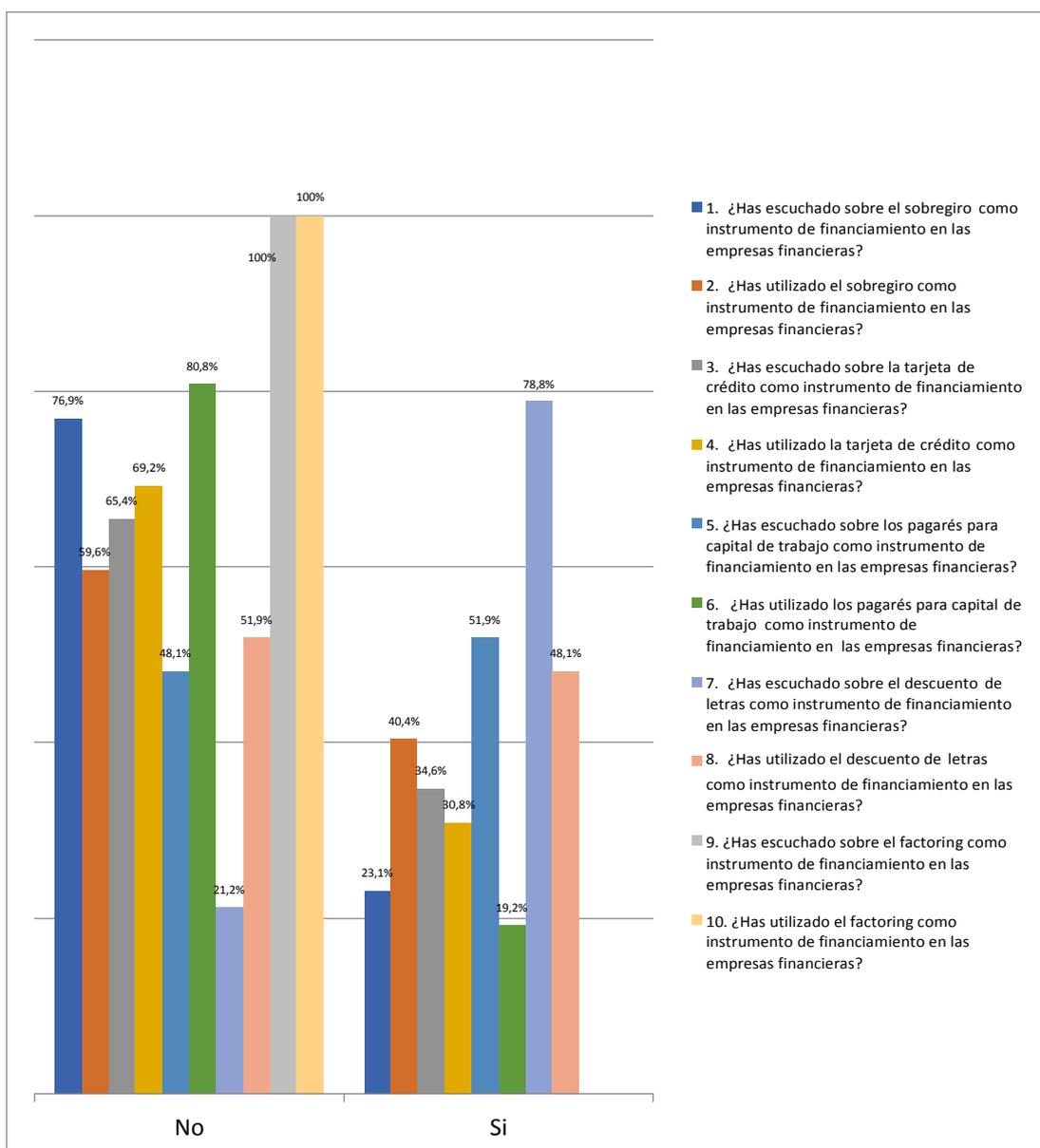


Figura 5. Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos directos de corto plazo.

Se observa en la Tabla 5 que los gerentes no saben cómo funciona o cuáles son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son los productos crediticios directos de corto plazo los cuales el 76,9% es en referencia al sobregiro, el 65,4% es en referencia a la tarjeta de crédito, el 48,1% es en cuanto a los pagarés y en cuanto al factoring está representado por el 100%.

Tabla 6

Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos indirectos de corto plazo

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
11. ¿Has escuchado sobre la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	41	78,8	11	21,2
12. ¿Has utilizado la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	40	76,9	12	23,1
13. ¿Has escuchado sobre el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	28	53,8	24	46,2
14. ¿Has utilizado el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	32	61,5	20	38,5

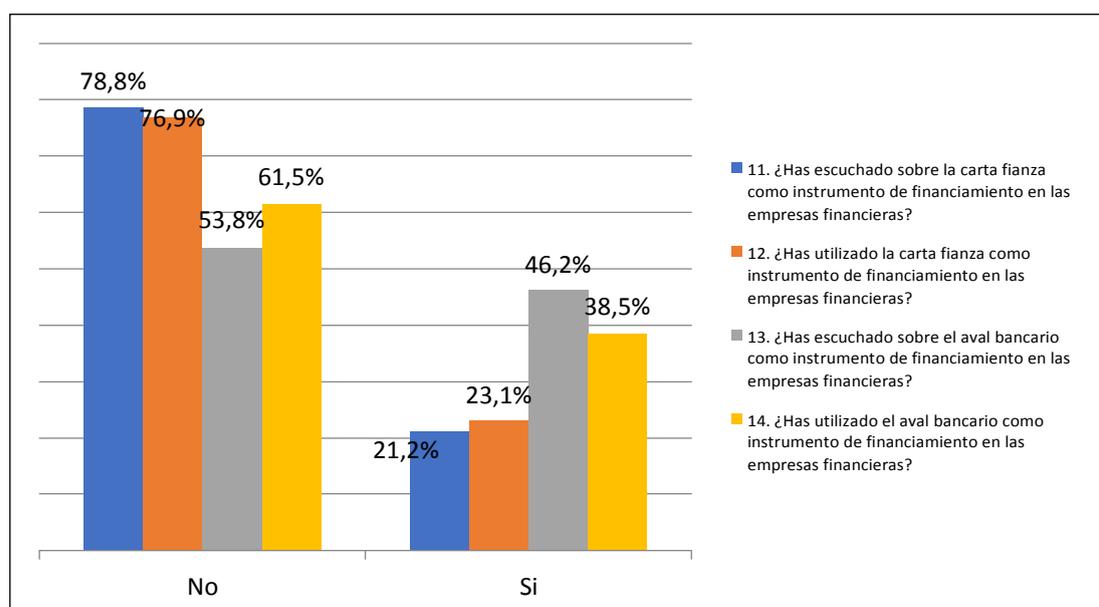


Figura 6. Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos indirectos de corto plazo.

Se observa en la Tabla 6 que los gerentes no saben cómo funciona o cuales son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son los productos crediticios indirectos de corto plazo los cuales el 78,8% es en referencia a las cartas de referencia y el 53,8% es en referencia al aval bancario.

Tabla 7

Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos de mediano y largo plazo

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
15. ¿Has escuchado sobre los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	31	59,6	21	40,4
16. ¿Has utilizado los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	37	71,2	15	28,8
17. ¿Has escuchado sobre el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	47	90,4	5	9,6
18. ¿Has utilizado el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	47	90,4	5	9,6
19. ¿Has escuchado sobre el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	47	90,4	5	9,6
20. ¿Has utilizado el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?	47	90,4	5	9,6

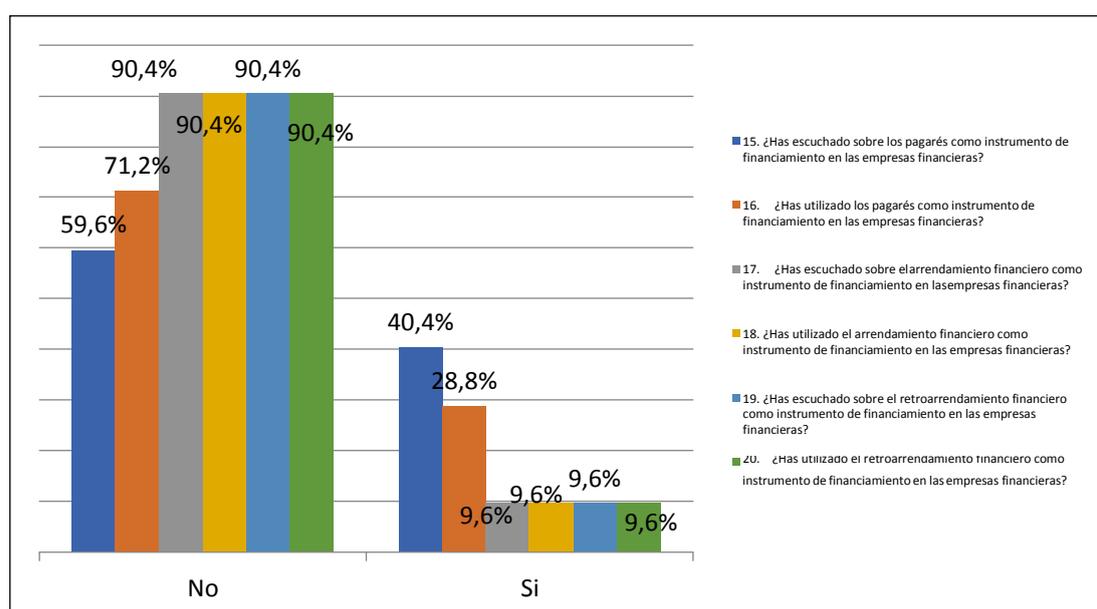


Figura 7. Porcentaje de Financiamiento en la dimensión de financiamientos de mediano y largo plazo.

Se observa en la Tabla 7 que los gerentes no saben cómo funciona o cuales son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son los productos crediticios directos de mediano y largo los cuales el 59,3% es en referencia a los pagarés, el 90,4% es en referencia al arrendamiento financiero y el 90,4 es referente al retroarrendamiento.

### C. Análisis estadístico de la variable “Competitividad”

La población objeto de nuestro estudio presentó los siguientes resultados en las áreas Competitividad.

Tabla 8

*Porcentaje de Competitividad en la dimensión de actividad o desempeño económico de la empresa*

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
21. ¿Los costos que maneja tu empresa son los adecuados?	48	92,3	4	7,7
22. ¿Con respecto al precio de tus productos, consideras que, está en relación con los precios de tus competidores?	40	76,9	12	23,1
23. ¿El número de trabajadores que maneja tu empresa es el adecuado para que la empresa realice sus actividades eficientemente?	39	75,0	13	25,0

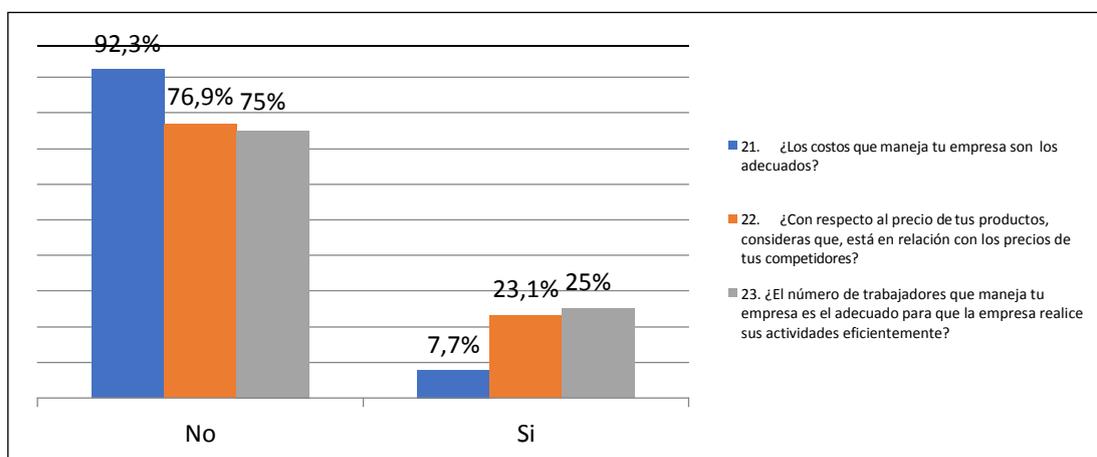


Figura 8. Porcentaje de Competitividad en la dimensión de actividad o desempeño económico de la empresa.

Se observa en la Tabla 8 que los gerentes muestran las debilidades en el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado referente a la actividad o desempeño económico de la empresa. El 92,3% manifestó que los costos que maneja la empresa no son adecuados, el 76,9% manifestó que con respecto al precio de tus productos no consideran que está en relación con los precios de sus competidores y el 75,0% determinó que el número de trabajadores que maneja la empresa no es el adecuado para que la empresa realice sus actividades eficientemente.

Tabla 9

Porcentaje de Competitividad en la dimensión de eficiencia en la administración de la empresa

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
24. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	47	90,4	5	9,6
25. ¿En cuanto a la planificación de su empresa, ha realizado un estudio de mercado?	47	90,4	5	9,6
26. ¿En relación al tipo de organización de su empresa, permite que sus trabajadores intervengan en las decisiones en relación a la empresa?	46	88,5	6	11,5

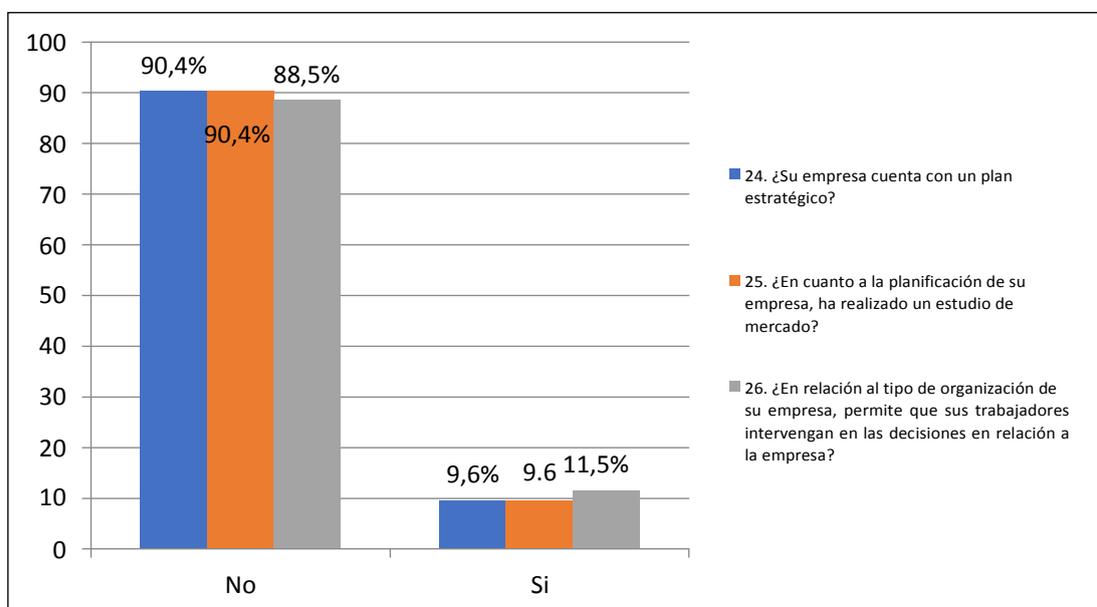


Figura 9. Porcentaje de Competitividad en la dimensión de eficiencia en la administración de la empresa.

Se observa en la Tabla 9 que los gerentes muestran las debilidades en el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado en referencia eficiencia en la administración de la empresa. El 90,4% manifestó que la empresa no cuenta con un plan estratégico, tampoco han realizado un estudio de mercado y el 88,5% manifestó que, en relación al tipo de organización de su empresa, no permite que sus trabajadores intervengan en las decisiones en relación a la empresa.

Tabla 10

*Porcentaje de Competitividad en la dimensión de eficiencia de los negocios de la empresa*

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
27. ¿En relación al negocio, conoce la estructura del mercado donde trabajas?	26	50,0	26	50,0
28. ¿Conoces a los principales competidores de tu empresa?	28	53,8	24	46,2
29. ¿Has establecido canales de relación a largo plazo con tus principales clientes?	46	88,5	6	11,5

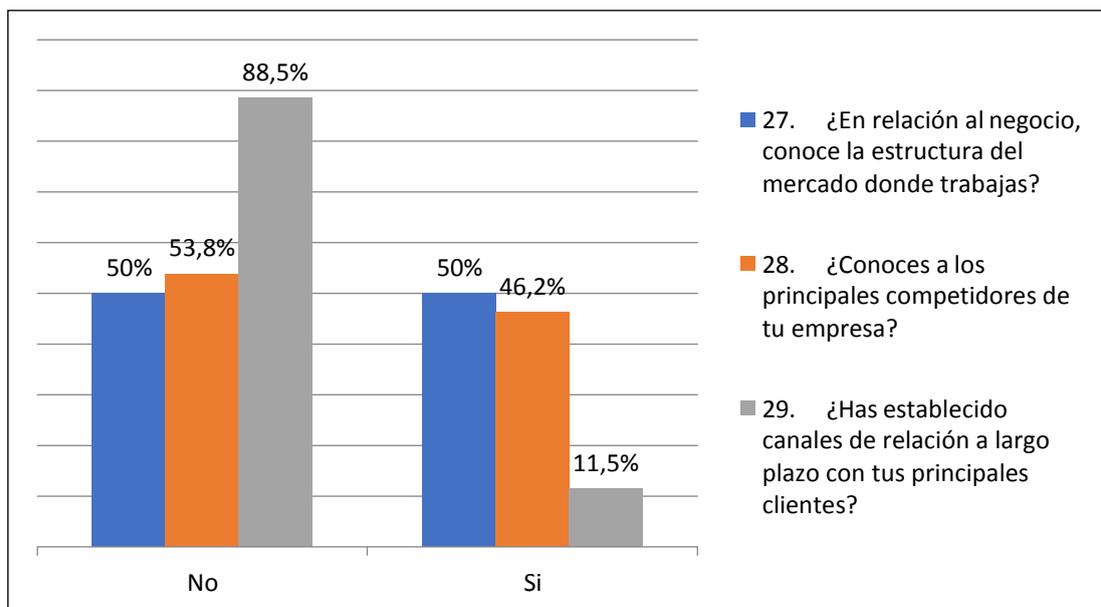


Figura 10. Porcentaje de Competitividad en la dimensión de eficiencia de los negocios de la empresa.

Se observa en la Tabla 10 que los gerentes muestran las debilidades en el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado en referencia eficiencia de los negocios de la empresa. El 50,0% manifestó que, en relación al negocio, no conoce la estructura del mercado donde trabajas, el 53,8% no conoce a los principales competidores de su empresa y el 88,5% no ha establecido canales de relación a largo plazo con tus principales clientes.

Tabla 11

*Porcentaje de Competitividad en la dimensión de infraestructura de la empresa*

Ítems	No		Si	
	Frec.	%	Frec.	%
30. ¿Iniciaste tu empresa con un capital considerable?	22	42,3	30	57,7
31. ¿Reinviertes en tu empresa parte de tus ganancias generadas?	27	51,9	25	48,1
32. ¿Inviertes en tecnología para tu empresa cada cierto tiempo?	41	78,8	11	21,2

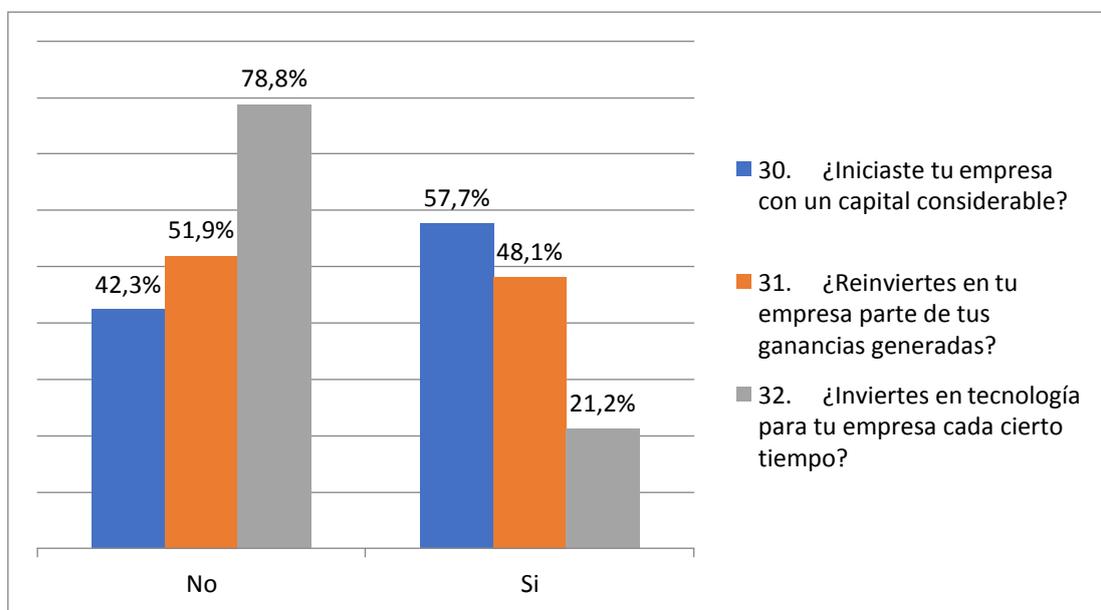


Figura 11. Porcentaje de Competitividad en la dimensión de infraestructura de la empresa.

Se observa en la Tabla 11 que los gerentes muestran las debilidades en el desarrollo con respecto a la infraestructura de la empresa. El 42,3% manifestó que no inicio tu empresa con un capital considerable, el 51,9% no reinvierte en su empresa parte de las ganancias generadas y el 78,8% tampoco invierte en tecnología para su empresa cada cierto tiempo.

#### D. Comprobación de hipótesis

##### Hipótesis Específica 01

Ho: Los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras no influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Ha: Los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Tabla 12

*Correlación Rho Spearman entre los financiamientos directos de corto plazo y competitividad de las empresas de comercio de Huacho*

			Financiamientos directos de corto plazo	Competitividad
Rho de Spearman	Financiamientos directos de corto plazo	Coeficiente de correlación	1,000	,882**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Competitividad	N	52	52
		Coeficiente de correlación	,882**	1,000
	N	Sig. (bilateral)	,000	.
				52

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Existe relación significativa entre los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.882; es decir si existe una relación alta.

## Hipótesis Específica 02

Ho: Los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras no influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Ha: Los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Tabla 13

*Correlación Rho Spearman entre los financiamientos indirectos de corto plazo y competitividad de las empresas de comercio de Huacho*

			Financiamientos indirectos de corto plazo	Competitividad
Rho de Spearman	Financiamientos indirectos de corto plazo	Coefficiente de correlación	1,000	,713**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Competitividad	N	52	52
		Coefficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	52

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Existe relación significativa entre los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.713; es decir si existe una relación alta.

### Hipótesis Específica 03

Ho: Los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras no influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Ha: Los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Tabla 14

*Correlación Rho Spearman entre financiamientos de mediano y largo plazo y competitividad de las empresas de comercio de Huacho*

		Financiamientos de mediano y largo plazo	Competitividad	
Rho de Spearman	Financiamientos	Coficiente de correlación	1,000	,597**
	de mediano y	Sig. (bilateral)	.	,000
	largo plazo	N	52	52
	Competitividad	Coficiente de correlación	,597**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	52

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Existe relación significativa entre los financiamientos indirectos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018 teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.597; es decir si existe una relación moderada.

## Hipótesis General

Ho: El financiamiento que otorga las empresas financieras no influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Ha: El financiamiento que otorga las empresas financieras influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018.

Tabla 15

*Correlación Rho Spearman entre el financiamiento y competitividad de las empresas de comercio de Huacho*

		Financiamiento	Competitividad
Rho de Spearman	Financiamiento		
	Coeficiente de correlación	1,000	,805**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	52	52
	Competitividad		
	Coeficiente de correlación	,805**	1,000
Sig. (bilateral)	,000	.	
N	52	52	

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Existe relación significativa El financiamiento que otorga las empresas financieras influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.805; es decir si existe una relación alta.

## **8. Análisis y discusión**

El acceso a financiamientos por parte del sistema financiero permite a las MYPES como las empresas de comercio de Huacho obtener una gran y mayor capacidad de desarrollo lo cual conlleva a crecer competitivamente ya que esto ayudará a las empresas a realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones, y otros beneficios que otorga el financiamiento.

Algunos gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no conocen o no tienen claro los instrumentos financieros con los que cuenta a su disposición para poder optar por un financiamiento con la finalidad de crecer en el mercado competitivo y complejo de la actualidad. En la investigación se encontró que los gerentes y/o dueños de las empresas de comercio no saben cómo funciona o cuáles son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son los productos crediticios directos de corto plazo los cuales el 76,9% hacen referencia al sobregiro, el 65,4% hacen referencia a las tarjetas de crédito, el 48,1% hacen referencia a los pagarés para capital de trabajo, el 100% hacen referencia al factoring; como también el 78,8% hace referencia a la carta fianza, el 65,5% en referencia al aval bancario; o los productos crediticios de mediano y largo plazo como son los pagarés, arrendamiento financiero y el retroarrendamiento financiero. Frente a ello MÁLAGA (2015) realizaron la tesis titulada “El costo del financiamiento y su influencia en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmecánicas del Perú, 2011-2014” menciona que las más vulnerables son las microempresas, sobre todo las que inician sus actividades, cuyos titulares no analizan las fuentes disponibles y los tiempos que mantendrán el financiamiento. La estructura del financiamiento como han escrito los autores es la composición del capital o recursos financieros que la empresa ha capturado para sus actividades empresariales. Esto es muy relevante porque se tiene que disponer de una mezcla tal que proporcionen el menor costo y el nivel más bajo de riesgo, y se tiene que diferenciar cuánto o qué porcentaje debe ser de fuentes propias y que porcentaje de fuentes externas, aquél que le proporcione un mayor margen de ganancia y con el mínimo riesgo.

El efectivo y sobre todo el eficiente desarrollo de las empresas de comercio es un esfuerzo inagotable por lo tanto se debe de estar en constante renovación y actualización para mantener un alto nivel de calidad en todo momento, lo cual conllevará a las empresas a tener un alto nivel competitivo. Sin embargo los gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no están que manejan correctamente las actividades o desempeño económico de la empresa, en la cual observó que 90,4% no cuentan con un buen plan de marketing o una buena planificación; por otro lado el 53,8% de los gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho no evalúan a sus competidores, así como el 88,5% no se preocupan la mayoría por tener una buena relación con el cliente; por último se observó que el 78,8% no innovan en tecnología para poder generar mayor calidad en el servicio que ofrece. Contrastamos con GONZALES (2014) en su tesis que tienen por título “Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la Ley n° 28015 en el Distrito de La Victoria - año 2013”, concluye las empresas no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial.

## 9. Conclusiones y recomendaciones

### A. Conclusiones

- Existe relación significativa entre los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.882; es decir si existe una relación alta. Esto determina que algunos gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho, al no saber cómo funciona o cuales son los instrumentos financieros con los que cuentan las empresas financieras, como son el sobregiro, tarjetas de crédito, pagarés para capital de trabajo, descuento de letras, factoring, estas dificultades demuestran las debilidades que tienen las empresas comerciales las cuales están originando que el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado se estanque o aun peor tenga una disminución.
- Existe relación significativa entre los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.713; es decir si existe una relación alta. Esto determina que algunos gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho, al no saber cómo funciona o cuales son los instrumentos financieros indirectos con los que cuentan las empresas financieras, como son la carta de fianza y el aval bancario, estas dificultades demuestran las debilidades que tienen las empresas comerciales las cuales están originando que el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado se estanque o aún peor tenga una disminución.

- Existe relación significativa entre los financiamientos indirectos de corto plazo que otorgan las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018 teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.597; es decir si existe una relación moderada. Esto determina que algunos gerentes y/o dueños de las empresas de comercio de Huacho, al no saber cómo funciona o cuáles son los instrumentos financieros como los productos crediticios de mediano y largo plazo, como son el arrendamiento y el retroarrendamiento, estas dificultades demuestran las debilidades que tienen las empresas comerciales las cuales están originando que el desarrollo con respecto a su competitividad en el mercado se estanque o aun peor tenga una disminución.

Por lo anteriormente expuesto:

- Existe relación significativa El financiamiento que otorgan las empresas financieras influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2018; teniendo un valor de  $p = 0.00 < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el nivel de relación entre las variables teniendo un valor de Rho de Spearman de 0.805.

### ***B. Recomendaciones***

La ausencia de liquidez en las instituciones de comercio permite que deban recurrir a las fuentes de financiamiento las cuales ofrecen las empresas financieras, las cuales les permiten establecer el dinero con el fin de confrontar sus desembolsos recientes, agrandar sus establecimientos, empezar proyectos novedosos, entre otros, de manera frecuente, las empresas de comercio necesitan del financiamiento que les puedan ofrecer las empresas financieras con el propósito de establecer sus estrategias de operación, financiamiento e inversión; además estos financiamientos servirán como impulsores para que las

instituciones alcancen mayor competitividad en los mercados. Por tal motivo se arriban las siguientes recomendaciones:

- Definir estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen la efectividad del financiamiento directo a corto plazo que la empresa vaya a tener por parte de las empresas financieras, para lograr un proceso en el desarrollo empresarial, lo cual servirá para crecer competitivamente.
- Definir estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen la efectividad del financiamiento indirecto a corto plazo que la empresa vaya a tener por parte de las empresas financieras, para lograr un proceso en el desarrollo empresarial, lo cual servirá para crecer competitivamente.
- Definir estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen la efectividad del financiamiento a mediano y largo plazo que la empresa vaya a tener por parte de las empresas financieras, para lograr un proceso en el desarrollo empresarial, lo cual servirá para crecer competitivamente.

## 10. Referencias bibliográficas

- Bateman, T. & Snell, S. (2009). *Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* (8ª Ed.). México: Mc Graw Hill.
- Besley, S. & Brigham, E. (2009). *Fundamentos de Marketing* (14ª Ed.). México: Cengage Learning.
- Cardenas, N. (2010). Influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/indice.htm>
- Gittman, L & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración financiera* (12ª Ed.). México: Pearson.
- Gonzales, J. (2014). Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013. Universidad San Martín de Porres. Perú. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf)
- Hellriegel, D.; Jackson, S. & Slocum, J. (2009). *Administración, un enfoque basado en competencias* (10ª Ed.). México: Thomson.
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª Ed.) México: Mc Graw Hill.
- Iborra, M., Dasí, A., Dolz, C. & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas* (2ª Ed.). España: Paraninfo.
- Kerin, R.; Hartley, S. & Rudelius, W. (2014). *Marketing* (11ª Ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kong, J. & Moreno, J. (2014) Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Perú. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de

[http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL\\_KongRamosJessica\\_MorenoQuilcateJose.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf)

Lerma, A. & Bárcena, S. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales*. México: Alfaomega.

Lira, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento*. Perú: USAID. Perú.

Longenecker, J., Petty, W., Palich, L. & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas* (16ª Ed.). México: Cengage Learning.

Málaga, M. (2015). El costo del financiamiento y su influencia en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmeccánicas del Perú, 2011-2014. Universidad San Martín de Porres. Perú. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1836/1/malaga\\_smc.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1836/1/malaga_smc.pdf)

Ochoa, G. & Saldívar, R. (2012). *Administración financiera* (3ª Ed.). Mexico: McGraw Hill.

Porter, M. (2009). *Ser competitivo* (5ª Ed.). España: Deusto.

Puente, A. (2009). *Finanzas corporativas*. Perú: Instituto Pacífico.

Rivera, J. (2014). Planeación estratégica para aumentar la competitividad en las escuelas de español de la ciudad de Quetzaltenango. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Rivera-Juan.pdf>

Romero, J. & Guevara, S. (2014) Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, las mypes del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado. Universidad de Piura. Perú. Recuperado el 05 de Julio del 2016, de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE\\_270.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE_270.pdf?sequence=1) [repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf)

Ross, S. Westerfield, R. & Jordan, B. (2014). *Fundamentos de finanzas corporativas* (10ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Villaorduña, A. (2014). Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en lima metropolitana. Universidad San Martín de Porres. Perú.  
Recuperado el 05 de Julio del 2016, de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1139/1/villaordu%C3%B1a\\_c.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1139/1/villaordu%C3%B1a_c.pdf)

Wheelen, T. & Hunger, D. (2013). *Administración estratégica y política de negocios* (13ª Ed.). Colombia: Pearson.

## 11. Anexos y apéndice

### A. Matriz de consistencia

#### **EL FINANCIAMIENTO QUE OTORGA LAS EMPRESAS FINANCIERAS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EN HUACHO.**

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables, Dimensiones e Indicadores</b>	<b>Metodología</b>
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿De qué manera el financiamiento que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Establecer de qué manera el financiamiento que otorga las empresas financieras influye en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>El financiamiento que otorga las empresas financieras influye significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>	<p><b>Financiamiento</b></p> <p><i>Financiamientos directos de corto plazo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobregiro.</li> <li>- Tarjeta de crédito.</li> <li>- Pagarés para capital de trabajo.</li> <li>- Descuento de letras.</li> <li>- Factoring.</li> </ul> <p><i>Financiamientos indirectos de corto plazo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carta fianza.</li> <li>- Aval bancario</li> </ul> <p><i>Financiamientos de mediano y largo plazo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagarés.</li> <li>- Arrendamiento financiero.</li> <li>- Retroarrendamiento financiero.</li> </ul>	<p><b>Tipo</b></p> <p>Transversal.</p> <p><b>Diseño</b></p> <p>No experimental.</p> <p><b>Enfoque</b></p> <p>Cualitativo y cuantitativo.</p> <p><b>Población</b></p> <p>Está conformada por 63 empresas de comercio de Huacho.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>La muestra está representada por 54 empresas de comercio de Huacho.</p> <p><b>Técnica de recolección de datos</b></p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿De qué manera los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Establecer de que manera los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>Los financiamientos directos de corto plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>		
<p>¿De qué manera los financiamientos indirectos de</p>	<p>Establecer de que manera los financiamientos indirectos de</p>	<p>Los financiamientos indirectos de corto plazo que</p>		

<p>corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016?</p> <p>¿De qué manera los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016?</p>	<p>corto plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p> <p>Establecer de que manera los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>	<p>otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p> <p>Los financiamientos de mediano y largo plazo que otorga las empresas financieras influyen significativamente en la competitividad de las empresas de comercio de Huacho, periodo 2016.</p>	<p><b><u>Competitividad</u></b>  <b><i>Actividad o desempeño económico de la empresa</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos.</li> <li>- Precios relativos.</li> <li>- Empleo.</li> </ul> <p><b><i>Eficiencia en la administración de la empresa</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación.</li> <li>- Marketing.</li> <li>- Tipo de organización.</li> </ul> <p><b><i>Eficiencia de los negocios de la empresa</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura del mercado.</li> <li>- Conocimiento de competidores.</li> <li>- Relación con los clientes.</li> </ul> <p><b><i>Infraestructura de la empresa</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inversión inicial.</li> <li>- Reinversión.</li> <li>- Innovación tecnológica.</li> </ul>	<p>Encuesta.</p> <p><b>Instrumento de recolección de datos</b> Cuestionario.</p> <p><b>Procesamiento y análisis de la información</b> Se utilizará el SPSS versión 24.</p>
---	---	--	--	--

## B. Cuestionario

### CUESTIONARIO SOBRE FINANCIAMIENTO Y COMPETITIVIDAD

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre el financiamiento que otorgan las empresas financieras y la competitividad de las empresas de comercio de Huacho. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

#### I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Genero

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 y 24 años	
Entre 25 y 31 años	
Entre 32 y 45 años	
De 45 años a mas	

c. Grado académico

Título Profesional	
Grado de Magister	
Grado de Doctor	
Otros	

d. Años de la empresa

De 0 a 2 años	
De 2 a 5 años	
De 6 a 10 años	
De 10 años a más	

#### II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	SI	NO
<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DIMENSIÓN: FINANCIAMIENTOS DIRECTOS DE CORTO PLAZO</b>		
1. ¿Has escuchado sobre el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
2. ¿Has utilizado el sobregiro como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
3. ¿Has escuchado sobre la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
4. ¿Has utilizado la tarjeta de crédito como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
5. ¿Has escuchado sobre los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
6. ¿Has utilizado los pagarés para capital de trabajo como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
7. ¿Has escuchado sobre el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
8. ¿Has utilizado el descuento de letras como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
9. ¿Has escuchado sobre el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
10. ¿Has utilizado el factoring como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
<b>DIMENSIÓN: FINANCIAMIENTOS INDIRECTOS DE CORTO PLAZO</b>		
11. ¿Has escuchado sobre la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		

12. ¿Has utilizado la carta fianza como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
13. ¿Has escuchado sobre el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
14. ¿Has utilizado el aval bancario como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
<b>DIMENSIÓN: FINANCIAMIENTOS DE MEDIANO Y LARGO PLAZO</b>		
15. ¿Has escuchado sobre los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
16. ¿Has utilizado los pagarés como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
17. ¿Has escuchado sobre el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
18. ¿Has utilizado el arrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
19. ¿Has escuchado sobre el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
20. ¿Has utilizado el retroarrendamiento financiero como instrumento de financiamiento en las empresas financieras?		
<b>COMPETITIVIDAD</b>		
<b>DIMENSIÓN: ACTIVIDAD O DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LA EMPRESA</b>		
21. ¿Los costos que maneja tu empresa son los adecuados?		
22. ¿Con respecto al precio de tus productos, consideras que, está en relación con los precios de tus competidores?		
23. ¿El número de trabajadores que maneja tu empresa es el adecuado para que la empresa realice sus actividades eficientemente?		
<b>DIMENSIÓN: EFICIENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE</b>		

<b>LA EMPRESA</b>		
24. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?		
25. ¿En cuanto a la planificación de su empresa, ha realizado un estudio de mercado?		
26. ¿En relación al tipo de organización de su empresa, permite que sus trabajadores intervengan en las decisiones en relación a la empresa?		
<b>DIMENSIÓN: EFICIENCIA DE LOS NEGOCIOS DE LA EMPRESA</b>		
27. ¿En relación al negocio, conoce la estructura del mercado donde trabajas?		
28. ¿Conoces a los principales competidores de tu empresa?		
29. ¿Has establecido canales de relación a largo plazo con tus principales clientes?		
<b>DIMENSIÓN: INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>		
30. ¿Iniciaste tu empresa con un capital considerable?		
31. ¿Reinviertes en tu empresa parte de tus ganancias generadas?		
32. ¿Inviertes en tecnología para tu empresa cada cierto tiempo?		