

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas**



**TESIS**

**Gestión Financiera y Ventaja Competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018**

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autoras : SALOME AVILA, MADDLEY RAQUEL  
: RARAZ BERAUN, LIZ MELVI

Asesor : Polo Orellana Fernando

Líneas de investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y culminación : 20/06/19 – 20/06/22

Huancayo – Perú

2023

**Hoja de aprobación de los jurados**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

**TESIS**

**GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS  
Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**

**PRESENTADO POR:**

Bach. SALOME AVILA MADDLEY RAQUEL

Bach. RARAZ BERAUN LIZ MELVI

**PARA OPTAR EL TITULO DE:**

CONTADOR PUBLICO

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

APROBADO POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_

**PRIMER MIEMBRO**

\_\_\_\_\_

**SEGUNDO MIEMBRO**

\_\_\_\_\_

**TERCER MIEMBRO**

\_\_\_\_\_

Huancayo,....de.....del 2023

**Asesor**

**Dr. Fernando Polo Orellana**

### **Dedicatoria**

La presente tesis es dedicada al hacedor y guiador de nuestro camino; del mismo modo, a nuestros padres, quienes día a día luchan por nuestro éxito profesional.

**SALOME AVILA MADDLEY RAQUEL**

**RARAZ BERAUN LIZ MELVI**

### **Agradecimiento**

Estamos muy agradecidos con los maestros de nuestra querida Universidad Peruana los Andes, por el constante apoyo íntegro y profesional en nuestra formación profesional; a la Universidad Peruana los Andes por haber sido el intermediario y el grato lugar donde pudimos desarrollarnos a nivel profesional.



Oficina de  
Propiedad Intelectual  
y Publicaciones

NUEVOS TIEMPOS  
NUEVOS DESAFÍOS  
NUEVOS COMPROMISOS

## CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0107 - FCAC -2023

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

### GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : BACH. RARAZ BERAUN LIZ MELVI  
BACH. SALOME AVILA MADDLEY RAQUEL

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : CONTABILIDAD Y FINANZAS

Asesor(a) : MTRO. FERNANDO POLO ORELLANA

Fue analizado con fecha **11/11/2023**; con **131 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

X

Excluye citas.

X

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

X

Otro criterio (especificar)

El documento presenta un porcentaje de similitud de **30** %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de Software de Prevención de Plagio. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 13 Noviembre de 2023.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI  
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

## Contenido

Hoja de aprobación de los jurados .....	2
Falsa portada .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Asesor .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	4
Agradecimiento.....	5
Contenido.....	7
Contenido de tablas.....	11
Contenido de cuadros.....	12
Contenido de figura.....	13
Resumen.....	15
Abstrac .....	16
Introducción .....	17
CAPITULO I .....	19
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	19
I.    Planteamiento del problema.....	19
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	19
1.2. Delimitación del problema.....	21
1.3. Formulación del problema .....	21

1.4. Justificación.....	22
1.5. Objetivos .....	23
CAPÍTULO II.....	25
MARCO TEÓRICO.....	25
II. Marco teórico .....	25
2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales).....	25
2.2. Bases Teóricas o Científicas .....	29
2.3. Marco Conceptual (de las variables y dimensiones).....	60
CAPÍTULO III.....	62
HIPÓTESIS.....	62
III. Hipótesis.....	62
3.1. Hipótesis General .....	62
3.2. Hipótesis (s) Específica (s).....	62
3.3. Variables (definición conceptual y operacionalización).....	62
CAPITULO IV.....	63
METODOLOGÍA.....	63
IV. Metodología .....	63
4.1. Enfoque de investigación .....	63
4.2. Método de Investigación .....	64
4.3. Tipo de Investigación .....	65

4.4. Nivel de Investigación.....	65
4.5. Diseño de la Investigación .....	65
4.6. Población y muestra .....	66
4.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	68
4.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	70
4.9. Aspectos éticos de la Investigación.....	70
CAPITULO V.....	71
RESULTADOS.....	71
V. Resultados .....	71
5.1. Descripción de resultados.....	71
5.2. Correlación de variables.....	83
5.3. Contraste de hipótesis.....	86
ANÁLISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS .....	93
CONCLUSIONES .....	95
RECOMENDACIONES.....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	97
Anexos .....	102
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	103
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables .....	107
Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento .....	110

Anexo 4: El instrumento de investigación y constancia de su aplicación .....	113
Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento .....	116
Anexo 6: La data de procesamiento de datos.....	117
Anexo 7: Juicio de expertos.....	124
Anexo 8: Consentimiento informado.....	128
Anexo 9: Fotos de aplicación del instrumento.....	129

### **Contenido de tablas**

Tabla 1: Razones de liquidez .....	38
Tabla 2: Razones de apalancamiento.....	40
Tabla 3. Actividades separadas por Áreas y su centro de costos.....	53
Tabla 4: La eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo.....	71
Tabla 5: La eficiencia del Financiamiento interno en las pymes comerciales de Huancayo.....	73
Tabla 6: La eficiencia del Financiamiento externo en las pymes comerciales de Huancayo .....	74
Tabla 7: La presencia de las estrategias competitivas en las pymes comerciales de Huancayo...	77
Tabla 8: El Liderazgo en costos como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo .....	78
Tabla 9. La diferenciación como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo .....	80
Tabla 10.El Enfoque o concentración como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo .....	81

### **Contenido de cuadros**

Cuadro 1: Operacionalización de la variable Gestión financiera.....	62
Cuadro 2: Operacionalización de la variable Ventaja competitiva.....	63
Cuadro 3: Muestra de estudio .....	68

## Contenido de figura

<b>Figura 1:</b> Créditos a Pyme en América latina .....	20
<b>Figura 2.</b> La Teoría financiera y su clasificación.....	31
<b>Figura 3:</b> El sistema bancario peruano, el sistema no bancario y el mercado de valores. ....	35
<b>Figura 4.</b> Empresas formales registradas en el Sistema Financiero.....	38
<b>Figura 5.</b> Razones de valor de mercado.....	43
<b>Figura 6.</b> Proceso de Inscripción-Colocación en el MAV .....	45
<b>Figura 7.</b> Cantidad de empresas en % según tamaño y evolución de los créditos solicitados por empresa. ....	47
<b>Figura 8.</b> Los tres requisitos para la ventaja competitiva empresarial.....	51
<b>Figura 9.</b> Un producto elaborado a un nivel superior, genera satisfacción de clientes y empresas con logro de objetivos.....	59
<b>Figura 10:</b> La eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo. ....	72
<b>Figura 11:</b> La eficiencia del Financiamiento interno en las pymes comerciales de Huancayo ...	73
<b>Figura 12:</b> La eficiencia del Financiamiento externo en las pymes comerciales de salome. ....	74
<b>Figura 13.</b> La eficiencia de la Administración financiera en las pymes comerciales de Huancayo .....	76
<b>Figura 14:</b> La presencia de las estrategias competitivas en las pymes comerciales de Huancayo .....	77
<b>Figura 15:</b> El Liderazgo en costos como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo .....	78
<b>Figura 16.</b> La diferenciación como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo .....	80

**Figura 17.**El Enfoque o concentración como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo ..... 82

## Resumen

La investigación se realizó en las empresas comerciales de Huancayo, donde participaron los comerciantes, las variables fueron gestión financiera y ventaja competitiva. Su propósito fue establecer la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo; durante el periodo indicado, fue necesario recurrir a la definición, teorías o enfoques de la gestión financiera y asimismo ventaja competitiva.

El trabajo se justificó ya que tiene valor teórico, práctico, y es útil a la sociedad, es conveniente por los beneficios que genera en ella. Se sustentó en la teoría financiera contemporánea y en la teoría de la competitividad. La investigación se aborda de acuerdo al tipo de estudio descriptivo-correlacional. La población fue de 300 pequeñas y Medianas empresas del rubro comercial. Se empleó la observación y se aplicó un cuestionario formado por 27 preguntas y con alternativa de respuesta en escala de Lickert validado por juicio de experto con una confiabilidad alfa de Crombach fue de 0,808 lo que demostraba una excelente fiabilidad del instrumento.

Los resultados fueron: el 5.92% de los encuestados está convencido que siempre existe eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo. Concluyéndose que no existe relación significativa entre la gestión financiera y la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo del periodo 2018; por lo cual se demuestra que a un mejor manejo de las estrategias competitivas en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo contribuirá a una mejor gestión financiera para cumplir con los objetivos y metas trazadas por la entidad.

*Palabras Claves:* Gestión financiera, ventaja competitiva, empresas comerciales.

### **Abstrac**

The research was carried out in the commercial companies of Huancayo, where the merchants participated, the variables were financial management and competitive advantage. Its purpose was to establish the relationship between financial management and competitive advantage in the Small and Medium Commercial Enterprises of Huancayo; During the indicated period, it was necessary to resort to the definition, theories or approaches of financial management and also competitive advantage.

The work was justified since it has theoretical and practical value, and it is useful to society, it is convenient for the benefits it generates in it. It was based on contemporary financial theory and the theory of competitiveness. The research is approached according to the type of descriptive-correlational study. The population was 300 small and medium-sized companies in the commercial sector. Observation was used and a questionnaire was applied consisting of 27 questions and with an alternative response on the Lickert scale validated by expert judgment with a Crombach alpha reliability of 0.808, which demonstrated an excellent reliability of the instrument.

The results were: 5.92% of those surveyed are convinced that there is always efficiency in financial management in commercial SMEs in Huancayo. Concluding that there is no significant relationship between financial management and competitive advantage in Small and Medium Commercial Enterprises Huancayo 2018; for which it is shown that a better management of competitive strategies in Small and Medium Commercial Enterprises Huancayo will contribute to better financial management to meet the objectives and goals set by the entity.

*Keywords:* Financial management, competitive advantage, commercial companies.

## **Introducción**

La ventaja competitiva se ha convertido en uno de sus más valiosos instrumentos en la gestión de las empresas, porque su información permite a la gerencia, planificar, organizar, controlar y evaluar los resultados de sus distintas actividades.

Las principales características de las empresas comerciales de Huancayo son: la deficiencia en determinar sus costos, gastos, controlar sus actividades, evaluar sus resultados. Hacemos énfasis que las pequeñas y medianas empresas no poseen estrategias competitivas de financiamiento que las lleve a crecer rentablemente.

Para analizar esta problemática es importante hacer mención de sus causas como lo son las limitaciones, debilidades y riesgos en la gestión empresarial, cuya razón fundamental está en la falta de capacidad para administrar sus recursos, ello debido principalmente al desconocimiento de gestión financiera, económicos y administrativos, en tal sentido urge la necesidad de fortalecerlas haciéndolos más competitivos, para ello recurrimos a la gestión financiera como instrumento que nos permita saber y conocer; si una empresa: es o no rentable, sujeta de crédito, sólida, y tiene un horizonte promisorio y si está bien manejada.

La investigación es de problemática social ya que se realizó con el interés de conocer cómo se relacionan la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo. Para ello, el Estado deben promover la inclusión fácil de estas empresas al sistema financiero centrándose en menores tasas de interés y menor proceso de trámite para su acceso. Por lo tanto, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo establecer la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

La investigación será de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental-transversal.

Respetando el esquema, el presente trabajo de investigación, estará constituido por 5 capítulos, los cuales se presentan a continuación:

En el capítulo I: Se presentará la descripción de la problemática, la delimitación y formulación del problema como la justificación y los objetivos de la investigación.

En el capítulo II: Se presentará el marco teórico, a través de los antecedentes, las bases teóricas o científicas y la definición de términos básicos.

En el capítulo III: En este capítulo se presentarán las hipótesis de la investigación y la operacionalización de las variables.

En el capítulo IV: Aquí se presentará la metodología conformada por el método, tipo, nivel y diseño de la investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo V: Se presentarán los resultados, dentro de este capítulo se describirán por medio de gráficos estadísticos los resultados a los que llegó la investigación.

Luego, se mostrará el Análisis y Discusión de los resultados, las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó y las referencias bibliográficas. Finalmente, se incluirán los anexos respectivos.

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

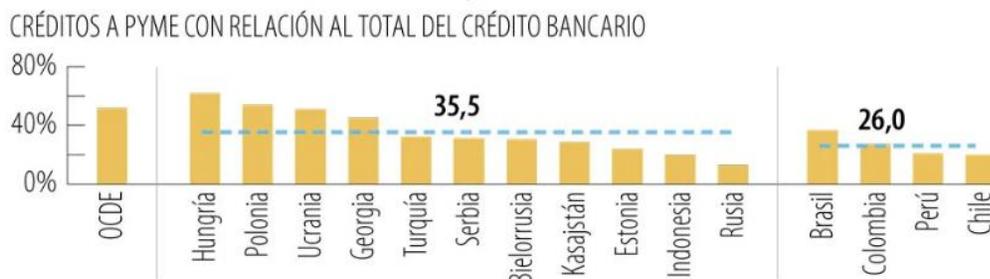
#### I. Planteamiento del problema

##### *1.1. Descripción de la realidad problemática*

Las pequeñas y medianas empresas comerciales se originan por la falta de empleo y/o trabajo, esto se da porque generalmente los trabajadores han perdido sus empleos e incluso no pueden hallar un puesto de trabajo, así que guiadas por esta necesidad buscan la manera de poder generar ingresos propios, ya que esta necesidad no logro ser satisfecha por el Estado, ni por las grandes empresas nacionales y/o empresas inversoras transnacionales.

Ante esta necesidad y exigencia, las disciplinas científicas que se hacen participe en la gestión financiera, no pueden estar ajenas a los desafíos y a los diferentes cambios que hay entorno a los negocios, de manera especial las herramientas financieras, ya que constituye el vínculo fundamental en el seno de una empresa para la toma de decisiones, es así que en la moderna dirección de las pequeñas y medianas empresas, la gestión financiera se ha convertido en el lenguaje de los negocios por su gran importancia en el desarrollo y la gestión empresarial.

Según el Diario La República nos menciona que existen diversas limitaciones, tales como las debilidades y ciertos riesgos que ocurren dentro de la gestión empresarial, cuya razón fundamental está en la falta de capacidad para administrar los recursos, debido principalmente al desconocimiento de gestión financiera , económicos y administrativos, en tal sentido surge la necesidad de fortalecerlas haciéndolos más competitivos, y para ello recurrimos a la gestión financiera como instrumento que nos permita conocer y saber; si una empresa: es o no rentable, sujeta de crédito, sólida, y tiene un horizonte promisorio y si está bien manejada.

**Figura 1:** Créditos a Pyme en América latina

**Nota.** La figura muestra los porcentajes de créditos otorgados a la Pymes en América Latina

Según el Diario el Comercio, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) mostró que los créditos a las Pyme, como porcentaje de la cartera de préstamos, son aproximadamente la mitad del total en los países de la OCDE, y en países emergentes representan el 35,5%. En Colombia, Perú y Chile, los préstamos a las Pyme no superan 26% Álvarez (2021).

De acuerdo con el estudio realizado por De Ávila y Vega (2016) la gestión financiera debe guardar estrecha relación con las estrategias de índole financiero; las estrategias deben centrarse en los costos, diferenciación y enfoque para adaptarse así a los cambios para así llegar a la gestión de competitividad.

Por tal razón, es importante evaluar de forma científica, la situación problemática que está atravesando las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo y se plantea la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión financiera con la ventaja competitiva en las pequeñas y medianas empresas comerciales en Huancayo?

## ***1.2. Delimitación del problema***

La delimitación según (Lizcano, 2005) refiere: “Establece los límites espaciales, temporales y temáticos de la investigación”.

### **1.2.1. Delimitación espacial**

El proceso de investigación se desarrollará en el área geográfica del distrito de Huancayo.

### **1.2.2. Delimitación temporal**

La investigación se basó en datos e información que cubren al año 2018.

### **1.2.3. Delimitación conceptual**

La investigación realizó un estudio de las variables, gestión financiera con las siguientes dimensiones, financiamiento interno, financiamiento externo, y administración financiera; asimismo la variable ventaja competitiva con las siguientes dimensiones liderazgos en costos, diferenciación y enfoque o concentración.

## ***1.3. Formulación del problema***

### **1.3.1. Problema General**

¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?

### **1.3.2. Problema (s) Específico (s)**

1. ¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?
2. ¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?

3. ¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?

#### **1.4. Justificación**

##### **1.4.1. Social**

Se refiere a cómo se enfrenta ante el problema social y científico de una forma que sea viable, es decir que se pueda acceder a los recursos que hagan su desarrollo (Chaverri Chaves, 2018).

En este sentido, la investigación se justifica socialmente porque posibilitará a que el sector comercio se muestre ante la estructura socioeconómica del estado en una mejor posición financiera con ayuda del sistema financiero en el Perú, además poder presentarse ante los programas en favor a las Pymes de manera más fácil; y mediante ello lograr estrategias de competencia ante sus adversarios comerciales.

##### **1.4.2. Teórica**

La justificación teórica responde a las preguntas: ¿aporta conocimiento? ¿desarrolla una nueva teoría? ¿genera nuevas recomendaciones futuras?) (Vizmanos et al., 2009).

Para esto nuestra investigación tuvo como fundamento el análisis de las teorías y enfoques sobre la gestión financiera. Determinar alternativas de solución para acceder a los beneficios que ofrece el financiamiento, cómo acceder a las fuentes de financiamiento sin ninguna restricción y en crear condiciones más favorables para su desarrollo, ya que juega un papel importante en la determinación de sus actividades comerciales, así como una mejor utilización de los recursos financieros, para tener obtener mejores niveles de rentabilidad.

### **1.4.3. Metodológica**

Referido a la utilidad metodológica donde debe responder a las preguntas: ¿Crea un nuevo instrumento o herramienta? ¿sugiere nuevos métodos? (Vizmanos et al., 2009).

La investigación está guiada por el tipo de investigación aplicada y de nivel descriptivo correlacional, que nos orienta a conducir más investigaciones posteriores como el nivel explicativo causal que coincidan con las variables del estudio, donde la problemática es común denominador en varios países de América Latina.

### **1.4.4. Práctica**

Orientado a implicaciones prácticas y que debe responder a las preguntas: ¿resuelve algún problema real práctico? (Vizmanos et al., 2009).

La investigación orienta a la mejor predisposición en el acceso a las fuentes de financiamiento, ya que es vital para que estas empresas puedan obtener deuda y mejorar así su competitividad, identificando cuales son los factores que limitan su acceso, proponiendo alternativas de solución, para que los comerciantes tengan posibilidades de acceder a los beneficios que contrae obtener liquidez cuando sea relevante para su crecimiento.

## **1.5. *Objetivos***

### **1.5.1. Objetivo General**

Establecer la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

### **1.5.2. Objetivo(s) Específico(s)**

1. Describir la relación existente entre la gestión financiera y liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

2. Describir la relación existente entre la gestión financiera y diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.
3. Describir la relación existente entre la gestión financiera y enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### II. Marco teórico

##### 2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales)

###### 2.1.1. Ámbito internacional

(De Ávila y Vega, 2016) en su artículo de título: “*Gestión financiera y Competitividad de las Empresas prestadoras de servicios turísticos en la frontera Colombo – venezolana*”– Colombia; cuyo **objetivo principal** fue reconocer cuál es la relación de la gestión financiera y la competitividad de las empresas en mención. En la cual se utilizó el **tipo de investigación es descriptivo correlacional**; utilizó como instrumento a la encuesta aplicada a gerentes y administradores del área financiera; **concluye** que la gestión financiera debe guardar estrecha relación con las estrategias de índole financiero; las estrategias deben centrarse en los costos, diferenciación y enfoque para adaptarse así a los cambios y llegar a la gestión de competitividad.

(Zamorano y Jaramillo, 2019) en su artículo “*Gestión Financiera y la Relación con la Competitividad de las Empresas del Sector de la Construcción en Santiago de Cali 2014-2015*”, sustentado en la Universidad Autónoma de Occidente, Colombia; tuvo como objetivo principal analizar la relación de las variables gestión financiera y la competitividad del sector de la construcción. El estudio es descriptivo, de carácter documental y exploratorio. Las conclusiones a las que llegó fueron que en los períodos analizados se encontró bajos indicadores de rentabilidad y de creación de valor, dificultades de endeudamiento y crecimiento. Las estrategias fueron hacer un análisis de indicadores financieros, porque los encontrados no cumplen con las exigencias para desarrollar la competitividad.

(Trujillo et al., 2021) en su artículo científico *“La Gestión Financiera en las MIPYMES de la ciudad de Huajuapán de León Oaxaca, México y su relación con la competitividad”*, México; se trazó como **objetivo principal** conocer el contexto situacional de las empresas seleccionadas en el estudio. Es de tipo cuantitativo, descriptivo y no experimental. Se llegó a la siguiente **conclusión** que, las empresas presentan muchas deficiencias en su presupuesto, en el conocimiento de la información contable y el control de inventarios, que conllevan a poseer una pésima gestión financiera que afecta en su rentabilidad. Deben enfocarse en plantear estrategias financieras como la obtención de financiamiento externo, ya que sólo se enfocan en el financiamiento propio o interno.

(Fernández, 2018) en su tesis de posgrado *“Creación de ventajas competitivas de las PYME del sector de alimentos y bebidas en el Distrito Metropolitano de Quito a través de la asociación con empresas especializadas en distribución”*, Ecuador. Cuyo objetivo fue proponer estrategias competitivas como son superar el mercado objetivo, tener facilidades para acceder al financiamiento, reducción de aranceles y tributos. **Concluyendo** que, del total de los encuestados el 47% ya posee alianzas estratégicas y también es una estrategia que las empresas estudiadas deben implementar ya que les incrementa su participación en el mercado mejorando su rentabilidad.

(Rivera y Ávila, 2017) en su artículo científico *“Estrategias para la Gestión Financiera de las Pymes Productoras de Calzado en la localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá”*, Colombia, sustentado en la Universidad De La Salle; tuvo por objetivo plantear estrategias que apoyen de índole financiero para minimizar los problemas de apalancamiento e incrementar su rentabilidad. El estudio es de tipo cualitativo y cuantitativo. Las conclusiones fueron: Se tiene dificultades para acceder al sistema financiero ya que desconocen los procedimientos para su

acceso; las altas tasas de interés que son barreras para pedir financiamiento y los trámites documentarios que alargan el tiempo y desaniman el desarrollo completo del proceso.

### **2.1.2. Ámbito nacional**

(Navarro, 2019) en su tesis de posgrado titulada *“Análisis de la cadena de valor y la ventaja competitiva de las empresas procesadoras de agua de mesa en los distritos de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo”*, sustentado en la Universidad Nacional San Martín de Tarapoto, para optar el título de Maestro en Gestión de Políticas Públicas; se trazó como **objetivo principal** analizar la relación de las variables cadena de valor y ventaja competitiva en las empresas mencionadas. El autor siguiendo el **tipo** de investigación descriptivo correlacional; apoyado con diseño no experimental, transaccional; la muestra quedó conformada por 14 empresas utilizando el instrumento de la encuesta con 173 interrogantes; **concluyendo** en el planteamiento de estrategias de desarrollo empresarial como penetración de mercado; desarrollo de productos y de mercados; liderazgo en costos en la cadena de valor para mejorar las ventajas competitivas, así como lograr metas como ser líderes en el mercado, ser reconocidos como empresas confiables, innovadoras, poseer alta calidad a bajo precio, aumento de ventas y mayor rentabilidad.

**Álvarez (2019)** en su tesis de posgrado titulada: *“Factores de adaptabilidad como ventaja competitiva en las empresas pymes del sector textil de la provincia de Arequipa 2017-2018”*, tuvo por objetivo analizar los factores de adaptabilidad como ventaja competitiva en las PYMES del sector textil en la provincia de Arequipa, el enfoque de la presente investigación será mixto, se utilizará el nivel descriptivo, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretende analizar. Las conclusiones fueron: conocimiento del ente y el sistema productivo de la empresa, elaborar un plan de mejoras como

mejorar sistemas de control interno y hacia el mercado, tecnología, conocimiento del mercado, para que con ello lograr una ventaja competitiva frente a sus competidores.

(**Gómez, 2018**) en su tesis de posgrado titulada: “*Administración por Procesos y la Ventaja Competitiva en las Universidades Privadas de Lima - Perú – 2018*” tuvo por objetivo elaborar una propuesta para implementar gestión por procesos para aumentar la productividad en las entidades mencionadas; el estudio es de tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. Las conclusiones fueron: Para lograr la implementación de estrategia en la administración por procesos en la ventaja competitiva, la gerencia debe tener iniciativas para la transformación de raíz y mediante un compromiso implantar una nueva filosofía gerencial que abarque a todo el personal de la entidad.

Según **Cabrera et al. (2015)** en su artículo científico: “*La gestión financiera aplicada a las organizaciones*”, presentada en el Ecuador. Cuyo objetivo fue analizar el valor que posee el análisis financiero como medio indispensable para una gestión financiera eficiente. **Concluye** que, la gestión financiera es un fuerte instrumento para la toma de decisiones y debe presentarse de claramente sistematizada para dar paso a distintas formas de análisis en la entidad; el uso del modelo planteado mejora el proceso de planificación del control presupuestario y resume al presupuesto de gestión.

Según **Landazury et al. (2020)** en su tesis de posgrado: “*Análisis de la gestión financiera como aporte a la productividad, en PYMES industriales colombianas (2015-2019)*” en la Universidad Santiago de Cali, Colombia. Tuvo por objetivo fue analizar la gestión financiera como apoyo a la productividad, en las PYMES del rubro industrial, dentro del último lustro. De enfoque cualitativo, descriptivo no experimental. **Concluye** que, en el último lustro la gestión financiera y

económica se ha visto disminuida debido al decremento de sus ventas; los factores externos que influyen en la gestión financiera de la empresa son: económicos, sociales, ambientales y de tecnología; los factores internos son: la gestión empresarial, el proceso de comercialización, las políticas relacionadas al medioambiente, recursos humanos.

## ***2.2. Bases Teóricas o Científicas***

La globalización condensa una serie de procesos sociales, económicos, comerciales y tecnológicos que se dan en principio en el contexto nacional y que han abarcado irremediamente el entorno mundial.

La serie de procesos, que tuvo sus inicios ya hace varios siglos, forma parte desde ya de nuestra sociedad actual. Somos parte de una sociedad que influye con su desarrollo han conseguido entrar en lugares fuera del contexto nacional.

El poder acceder al mercado internacional mediante el sistema financiero, el crecimiento del mercado de acciones como también los procedimientos o políticas de comercio internacional, como los tratados de libre comercio, la entrada de empresas extranjeras que invierten en el país, y el avance de las tecnologías de información, ha influido de manera directa en la regulación por parte del Estado, limitando su injerencia.

La evolución imparable del desarrollo económico nacional y mundial no sólo ha afectado el dinamismo de la economía internacional, sino que a la vez han producido irremediables consecuencias en temas ecológicos, como efecto invernadero, destrucción de la flora y fauna, la competitividad entre empresas ha determinado que se desarrollen productos y servicios enfocados más allá del contexto local, haciendo así que este proceso de globalización no se detenga.

(Martínez, 2003)

### **2.2.1. Gestión Financiera.**

En el ámbito internacional, la gestión empresarial es uno de los componentes relevantes que está inmerso a fluctuaciones permanentes. Este factor es parte de los temas de interés que el empresario actual debe realizar constantemente para optimizar sus procesos y por ende alcanzar niveles altos de competitividad. Es ahí que se tiene la necesidad, el interés de centrarse en la innovación, estar a la vanguardia de los cambios para poder lograr beneficios económicos a escala superior a la ya conocida, por la presión de los mercados competidores tomando en consideración los controles operativos, financieros, económicos y tecnológicos.

Ante esto el empresario debe antecederse y estar preparado en temas de relevancia como es la administración financiera del ente, ya que cualquier situación de mala gestión en las decisiones financieros puede incurrir en consecuencias que afecten la competencia y competitividad del agente económico.

Encontramos diversos conceptos de Gestión Financiera el cual lo detallamos a continuación:

“La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados” así lo afirma (Terrazas, 2009 como se citó en López-Intriago et al., 2020).

La Gestión Financiera.

Según (Borjas, 2008). Para las pequeñas empresas, la principal fuente son los aportes que hacen los dueños o socios de la organización, en caso de que la empresa sea mediana o grande, su principal fuente de financiamiento llega a ser externas, a través de los créditos de los proveedores o instancias financieras privadas y/o programas gubernamentales.

**Del mismo modo**, “La gestión financiera, es decir, el proceso de consecución de recursos financieros, decisiones de inversión y planificación y control financiero” (Rodríguez-Ponce, Pedraja-Rejas, Delgado-Almonte, y Ganga-Contreras, 2017, p.127)

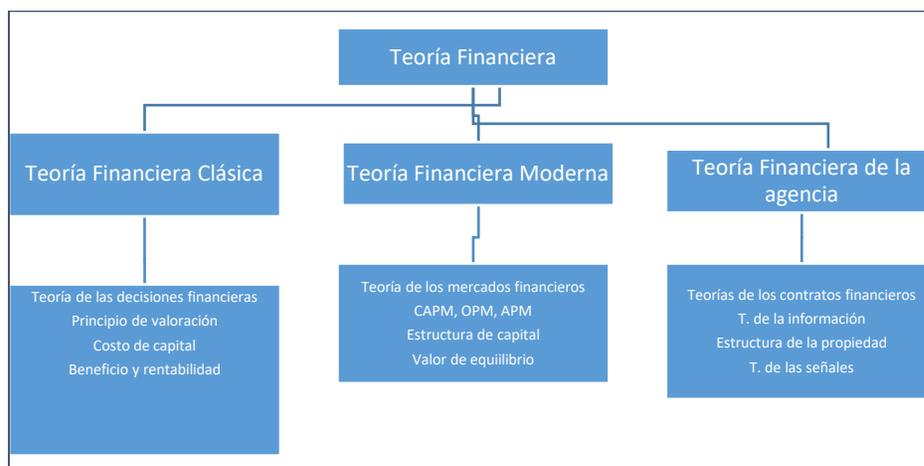
Según (Córdova, 2012). Se le llama Gestión Financiera al proceso que involucra los ingresos y egresos generados, gracias a la realización del manejo nacional del dinero dentro de las organizaciones y, en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo, basados en dos aspectos: la generación de recursos o ingresos también de los accionistas y la eficiencia y eficacia del control de recursos financieros.

### **Teoría Financiera**

Esta teoría basada además de un conocimiento empírico, ha estado en resurgimiento últimamente, esto debido a los cambios que se han suscitado a nivel mundial. Muchos consideran que esta teoría en parte de la teoría microeconómica, donde esta última hace referencia al análisis que se da en el procedimiento de venta de acciones en el tiempo por las personas y los agentes económicos. El marco normativo se da en relación a las decisiones en temas financieros de los mercados financieros, los agentes económicos, y los inversores individuales.

La teoría financiera ha estado en constante cambio debido a los estudios de varios autores que aportan más conocimientos, cambian perspectivas y describen de manera más inductiva de acuerdo a los avances y cambios en el desarrollo económico global (Azofra & Fernández, 1992).

**Figura 2.** *La Teoría financiera y su clasificación*



*Nota:* La figura muestra la clasificación de la teoría financiera. Tomado de V. Azofra y A. I. Fernández, 1992.

### **Teoría financiera contemporánea**

Esta teoría está basada concretamente para maximizar la utilidad esperada por la empresa, por medio de técnicas y procedimientos de modelos econométricos y estadísticos, por la forma de los modelos y por el uso de sistemas muy desarrollados que emplean, es usado más por empresas grandes, ya que las empresas pequeñas y medianas tienen limitaciones con las teorías financieras tradicionales. “Este se basa en la utilidad del tramo incremental (marginal) y, tal como corresponde a los modelos estadísticos y econométricos que formalizan gran parte de sus conclusiones y herramientas” (De la Oliva, 2016, p.78)

### **Teoría financiera de la agencia**

Estudia los conflictos que pueden tener los directores de la empresa, socios, colaboradores, los tenedores de bonos, se da en las grandes organizaciones, ya que en las Pequeñas y medianas empresas por estas ser de constitución familiar y por ser poco dispersas respecto a sus acciones. (De la Oliva, 2016)

## **Teoría de la estructura de capital**

Para que la empresa obtenga mayor rentabilidad tomará la decisión financiera de comprar acciones, generando valor para los socios de la empresa, estas inversiones en acciones se han vuelto más común en economías donde eran menos desarrolladas los mercados de valores, como en Brasil, en la actualidad por el tema de la globalización los gerentes de las empresas ven necesario realizar inversiones en acciones.

Las empresas más innovadoras y competitivas son las que obtendrían mayores beneficios en este tipo de inversiones, generando altos retornos hacia sus accionistas, captando mejores colaboradores que aumentarían la productividad de la empresa, esto basándose en la gestión de su talento humano, las empresas que sólo se inclinan hacia la rentabilidad y no en temas relacionados a la satisfacción laboral de sus colaboradores estarían siendo propensos a su extinción y quiebra (De la Oliva, 2016).

### **2.2.1.1. Dimensión 1: Financiamiento interno.**

El financiamiento interno “son los fondos obtenidos de las operaciones propias de la organización: venta, operación o liquidación del inventario y capitalización de los dividendos” según lo que nos dice (Gitman, 2000 como se citó en Borjas, 2008).

Asimismo (Mora, 2017) afirma: Son pasivos recurrentes a corto plazo que, se acrecientan automática o espontáneamente, a medida que se expanden las operaciones de una empresa y es una fuente de financiamiento sin garantía.

Como refiere (Rangel et al., 2009) Entre las fuentes internas de financiamiento “se tienen los pasivos acumulados, son pasivos a corto plazo continuamente recurrentes, aumentan

automáticamente o espontáneamente, a medida que se expanden las operaciones de una empresa y es una fuente de financiamiento sin garantía”. Es “gratuita” ya que no se paga ningún interés específico sobre los fondos que se obtienen a través de los pasivos acumulados.

Para (Briozzo et al., 2016) “La jerarquía financiera enuncia que las decisiones de financiamiento priorizan los fondos internos, empezando por la retención de beneficios, y sus decisiones transcurren seleccionando fuentes de financiamiento que signifiquen menores costos de agencia, originados en el hecho de compartir información interna con agentes externos a la empresa”.

#### **2.2.1.1.1. Entorno Macroeconómico y su Impacto en el Sistema Financiero Peruano**

Los shocks macroeconómicos externos, es decir a nivel mundial generan fluctuaciones en la economía peruana, según el Informe de Estabilidad del Sistema financiero de la SBS del presente año 2019, el Perú presenta resistencia ante estos choques macroeconómicos adversos.

Los riesgos externos se asocian al posible escalamiento de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China. Asimismo, se debe considerar el riesgo de una desaceleración abrupta de China; así como la probabilidad de que el crecimiento que experimentarían Estados Unidos sea menor al esperado. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Esto afectaría en fluctuaciones sobre las tasas de interés del país, al elevarse las tasas de interés del exterior, se elevan las tasas de interés del país, causando variaciones en los mercados financieros, la salida de empresas inversoras, conflictos sociales por el freno al crecimiento económico de las empresas, paralización de las obras públicas, y caída en la inversión pública.

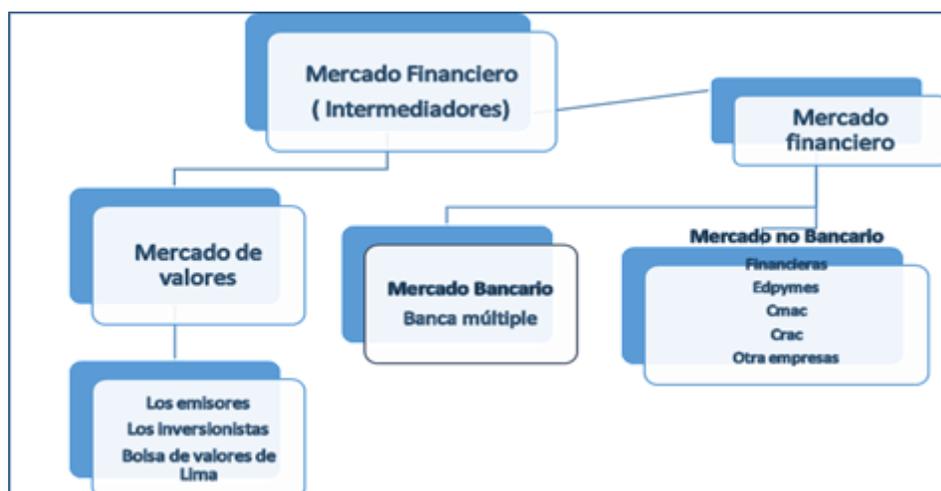
Hoy en día el Perú presenta una sólida solvencia ya que en el peor de los casos si es afectado por un choque macroeconómico severo que podría durar tres años, estaría con una ratio de capital

del sistema financiero de 12.9%, mayor al requerido legalmente, esto por tener provisiones según el marco regulatorio que le permiten absorber pérdidas grandes (SBS, 2019).

### El sistema financiero peruano

El sistema financiero peruano está conformado por un conjunto de Instituciones bancarias y financieras y además de empresas e instituciones de derecho público o privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguro, que operan en la intermediación financiera, como son:

**Figura 3:** *El sistema bancario peruano, el sistema no bancario y el mercado de valores.*



*Nota:* La figura muestra el sistema bancario peruano. Tomado de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS)

#### 2.2.1.1.2. Factores influyentes en los financiamientos de las Pymes

Los factores influyentes en el dinamismo de los financiamientos que soliciten las pymes para su crecimiento y desarrollo son:

Las instituciones financieras, supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), son entes mediadores financieros para acceder a créditos, captación de ahorros,

inversión de capitales, etc. El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) menciona que el crédito en el sistema financiero respecto al sector privado equivale casi el 42% del PBI nominal. Asimismo, el crédito para las empresas corresponde a un 63,0% y a las personas el 37,0%. A manera de ejemplo, por cada S/100 de crédito a empresas, S/35 se otorgan a corporaciones, S/22 a grandes empresas, S/23 a medianas empresas, S/14 a pequeñas empresas y apenas S/6 a microempresas. Ello muestra la falta de servicios financieros hacia las pequeñas y medianas empresas (Cámara de Comercio de Lima, 2019).

### **Acceso de las Pymes a Financiamiento**

El presidente del Perú menciona en la inauguración de Expopyme 2019 realizada en la Cámara de Comercio de Lima afirma que: “sólo 4 de cada 10 pymes formales acceden al crédito en el sistema financiero, lo que impide su desarrollo económico y la posibilidad de mejorar su productividad”, por ello fortalecerá mecanismos que cambien esta situación, ya los empresarios de este sector son protagonistas del crecimiento de la economía del país.

Según el Diario Gestión se firmó acuerdos de acceso al financiamiento para las Pymes por medio de Cofide, el instituto tecnológico del Perú, para incluir el financiamiento de los centros tecnológicos, asimismo se ha puesto en funcionamiento el Fondo Crecer, que desde julio ya otorgó financiamientos, donde se cuenta con más de S/ 1,000 millones para mejorar el acceso a financiamiento de Mypes a través de préstamos o garantías.

#### **2.2.1.1.3. Financiamiento de las Pymes en el Perú**

Si el Estado desea comprarle a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y estas tienen órdenes de compra por parte del Estado, el Ministerio de la Producción (Produce) está implementando estos mecanismos financieros de apoyo a las Mipymes, ya que Empresas privadas

que no pertenecen al sistema financiero buscarían financiar las órdenes de compra de las pymes, hasta el mes de mayo del 2019 se han realizado financiamientos por S/ 30,000, en 50 negocios. Además de ello también se lanzará leasing para activos intangibles para pymes, y que lo podrían otorgar empresas no financieras.

Estos procedimientos tienen por objetivo lograr el financiamiento de las pymes que hoy en día es limitado.

### **Exportadoras**

En temas de exportación, Francisco Ruiz, director general de Facilitación de Comercio Exterior del Mincetur, precisó que las Mipymes exportadoras están en las mismas circunstancias de limitado acceso al financiamiento.

Se necesita más de S/ 5,700 millones anuales para financiar las exportaciones, y sólo se puede abastecer con S/ 1,777 millones, del total del crédito asignado al comercio exterior, el 9.4% se dirige a Mipymes, mientras que el 90% va dirigida hacia corporaciones y grandes empresas.

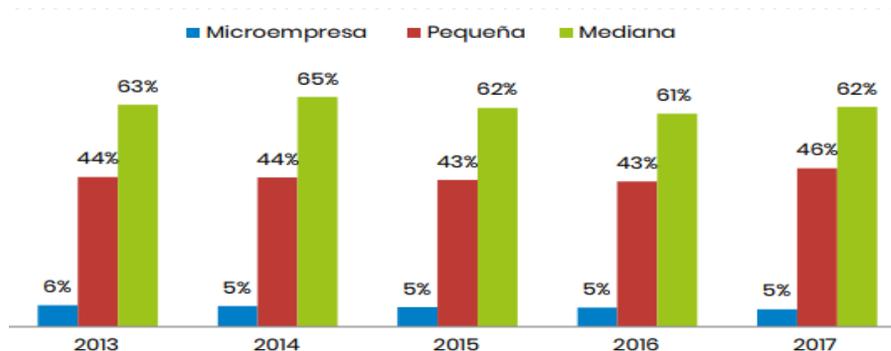
Para esto el Mincetur y la Federación de Cajas Municipales (Fepcmac), lanzan Pymex, un producto financiero para operaciones de pre y post embarque de estos negocios. (Gestión, 2019)

### **Impulsar políticas de financiamiento hacia las Pymes**

A partir del Año 2015 se viene impulsando la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), a través del plan de metas al 2021, entre muchos de estos objetivos a cumplir están que el 50% de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) tengan acceso al sistema financiero. La evaluación del entorno regulatorio operativo es dada por Microscopio Global 2018, elaborado por The Economist, donde a nivel de 55 países el Perú ocupa la segunda posición, en primer lugar está Colombia, ya que este tema es relevante para los sectores público y privado, que han

promovido un marco regulatorio que busca equilibrar la supervisión, el riesgo y la protección del consumidor con la competencia y la innovación. (Cámara de Comercio de Lima, 2019)

**Figura 4.** *Empresas formales registradas en el Sistema Financiero*



*Nota:* Extraído de (Cámara de Comercio de Lima, 2019)

Un estudio de MiPymes a nivel de países miembros de la APEC hecho por la Universidad de Marshall nos muestra que el problema principal más grande que tienen estos negocios es el acceso de financiamiento en el Perú, ya que los grandes inversionistas piden garantías o los bancos solicitan procesos engorrosos para poder obtener el crédito necesario, esto nos indica Omar Guerra, Coordinador del Programa Pyme Peruana al mundo del Comité de Comercio Exterior del Perú (Comercio, 2019)

Para poder calcular el riesgo financiero que la empresa esté atravesando se tendrá que desarrollar el siguiente cálculo de la ratio financiera que se muestra en la tabla:

**Tabla 1:** Razones de liquidez

<b>Razón financiera</b>	Se dividen en
-------------------------	---------------

---

	$\text{Razón circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo a corto plazo}}$
<b>Razones de liquidez</b>	$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos a corto plazo}}$
	$\text{Razón del capital de trabajo} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Pasivos a corto plazo}}{\text{Ventas}}$

---

*Nota:* Extraído de A. Luna, 2016

### **Apalancamiento financiero a corto plazo**

Para que la empresa logre sus objetivos según su estrategia competitiva va a recurrir al apalancamiento, el apalancamiento es la capacidad para utilizar sus recursos operativos y financieros, maximizando sus rendimientos. (Córdova, 2012)

El apalancamiento a corto plazo no es lo mismo que a largo plazo, donde la empresa en menos de un año tiene que devolver el préstamo bancario y los intereses que demanden además de otros gastos financieros.

Es importante que la gestión de la empresa tenga conocimiento de este tema, ya que es una herramienta importante usada en la planeación financiera.

### **Tipos de Apalancamiento**

- Apalancamiento operativo
- Apalancamiento financiero
- Apalancamiento total

El apalancamiento operacional surge con la modernización de las compañías, incrementando sus costos fijos, la depreciación y los intereses por el financiamiento requerido por la empresa. Mientras sea más alto el apalancamiento, mayores serán los costos fijos totales.

**Tabla 2:** Razones de apalancamiento.

	Razón de deuda =	$\frac{\text{Total de deuda}}{\text{Total de activos}}$
Razón de apalancamiento	Razón deuda capital =	$\frac{\text{Deuda total}}{\text{Capital de accionistas}}$
	Multiplicador de capital =	$\frac{\text{Activos totales}}{\text{Capital de accionistas}}$

**Nota:** Tomado de *Plan estratégico de negocios*, A. Luna, 2016

### **Apalancamiento financiero a largo plazo**

Para lograr la competitividad frente al resto de empresas, se puede requerir a financiamiento a largo plazo, donde la posibilidad de cubrir esa deuda sea mayor a la de corto plazo. La gestión financiera de la empresa tiene que abarcar y tener conocimiento de los beneficios y riesgos que se corren si se opta por este apoyo financiero.

Como ya se tiene conocimiento que el sistema financiero peruano resulta resistente a diversos shocks externos producidos por agentes internacionales macroeconómicos, es de suma importancia que la empresa conozca los riesgos financieros que pueden afectar las tasas de interés de los préstamos solicitados a largo plazo.

En el Perú existen prestatarios con un nivel de endeudamiento financiero no muy elevado, sin embargo, también existen empresas con altos niveles de endeudamiento. Los prestatarios del sistema financiero promedio resultan no ser tan elevado ya que la ratio de cuota- ingreso promedio es de 26.6%, por debajo del umbral internacional establecido en 30%; sin embargo, existe un segmento de deudores que presenta niveles altos de endeudamiento ya que la ratio de cuota- ingreso supera el 38%

La SBS viene supervisando a estas empresas cuando su riesgo es importante, así como también el riesgo cambiario crediticio (RCC). El alza de dólar puede influir en el pago de las deudas en dólares si se perciben ingresos en soles, ya que se necesitarían más dólares para hacer frente al endeudamiento.

De esta manera, la medida más adecuada para evaluar la vulnerabilidad ante movimientos del tipo de cambio es la exposición al riesgo cambiario crediticio. (Banco Central de Reserva del Perú, 2019).

#### **2.2.1.2. Dimensión 2: Financiamiento externo**

Se recurre al financiamiento externo porque el patrimonio de la empresa no es suficiente para atender las necesidades financieras de esta. El sistema bancario de nuestro país es el que determina las condiciones a las que se someten las Pymes para acceder a financiamiento externo, es allí donde estas empresas tienen obstáculos para obtener liquidez y resolver sus problemas financieros, convirtiéndose en una opción frustrante para el empresario.

Según (Borjas, 2008) asegura que el financiamiento externo: “son los fondos provenientes de personas o instituciones distintas de la organización”.

Para (Rangel et al., 2009) Entre las fuentes de financiamiento a corto plazo externas son las cuentas por pagar o créditos comerciales, los préstamos bancarios y el papel comercial.

Asimismo ( Weston y Copeland , 1995 como se citó en Mora, 2017) afirma:

Que las fuentes de financiamiento externo pueden ser los créditos comerciales o cuentas por pagar, así mismo los préstamos bancarios y el papel comercial esclarecen que el crédito comercial, ocurre cuando una empresa compra a otras, a crédito, sus materiales y suministros; y asienta la deuda resultante, como una cuenta por pagar. Por lo tanto, constituyen la categoría individual más grande de crédito a corto plazo.

#### **2.2.1.2.1. La política de dividendos**

Al constituirse una empresa, el aporte de capital de los socios se constituye el capital social de la empresa, donde se especifica el valor nominal de cada acción, esto descrito en la escritura pública y llevado a Registros Públicos. Los dueños de estas acciones son los accionistas, quienes se reúnen por lo menos una vez al año, para evaluar la gestión de la sociedad (empresa), aprobar los estados financieros del periodo fiscal anterior y adoptar otras decisiones de interés para la sociedad. (Santos, 2008)

Los procedimientos que existen para poder realizar negociaciones de compra y venta de acciones según el portafolio de inversión que se tiene elegido, es denominado Mercado Financiero, la gerencia financiera tiene el papel de mediador entre la cartera de inversión y los mercados de capitales, lugar donde se llevarán a cabo estas transacciones.

#### **Acciones de inversión**

Las acciones de inversiones son valores que representan una parte proporcional de una cuenta especial del patrimonio de la empresa emisora denominada “Cuenta Acciones de Inversión”. Los titulares de estas acciones no tienen derecho a voto, pero sí tienen derecho a

participar en la distribución de utilidades en la “misma oportunidad y condiciones” que los accionistas de capital. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.)

En los últimos años se ha producido un avance en el desarrollo de las finanzas y de los mercados financieros, que hace tiempo atrás no había acontecido, permitiendo con ello el ingreso de nuevos productos financieros o se renuevan otros ya conocidos, del mismo modo los nuevos sistemas de valoración de activos financieros que hacen una mejor gestión de las carteras de valores, pero, siempre supervisando y monitoreando rigurosamente del riesgo, lo que ha hecho posible gestionarlo antes que eliminarlo.

Este cambio en temas financieros influye en los activos y mercados financieros hasta la gestión financiera de la empresa, estas decisiones de financiamiento se dan por medio de los mercados financieros e intermediarios. Los mercados financieros analizan las transacciones desde la perspectiva de observadores independientes en las que se compran y venden activos financieros. Los intermediarios financieros analizan desde el punto de vista de las personas que los hacen posibles, por que compran activos financieros para mantenerlos como inversiones, financiando así las inversiones financieras mediante la emisión de derechos sobre ellos. (Mascareñas, 1999).

Los mercados financieros e intermediarios se desenvuelven dentro del sistema financiero, a nivel nacional e internacional. El grado de organización y eficiencia del Sistema Financiero determinará el grado de movilidad y combinación de los recursos disponibles para fines de inversión y por añadidura el grado de utilización óptima o no de dichos recursos. (Pico & Pulgar, 2006).

**Figura 5.** *Razones de valor de mercado*

$$\frac{\text{Razón precio utilidades}}{\text{Precio de mercado por acción}}$$

---


$$\begin{array}{rcl}
 & & \text{Utilidades por acción} \\
 & \text{Rendimiento de utilidades} & \\
 \text{Razones de valor de mercado} & = & \frac{\text{Utilidades por acción}}{\text{Precio de mercado por acción}} \\
 & & \\
 & \text{Rendimiento de dividendos} & \\
 & = & \frac{\text{Dividendos por acción}}{\text{Precio de mercado por acción}}
 \end{array}$$


---

*Nota:* La figura muestra las Razones de valor de mercado. Tomado de *Plan estratégico de negocios*, A. Luna, 2016.

### **Acceso de las Pymes al Mercado de valores**

Por la crisis económica del 2008, empezaron a surgir en el mundo las Pymes coadyuvando en el proceso de crecimiento económico que era necesario. Son consideradas gestoras del empleo y su contribución al Estado es relevante para el desarrollo de país.

Sin embargo, las pymes cuentan con limitado acceso al financiamiento bancario, lo que impide su adecuado crecimiento.

Como una opción de financiamiento tradicional, las bolsas de valores de varios países desarrollaron distintas iniciativas para brindar acceso a las pymes al mercado de capitales. En el Perú se tiene implementado el Mercado Alternativo de Valores, gestionado por la Bolsa de Valores de Lima (Bolsa de Valores de Lima (BVL), 2018).

#### **2.2.1.2.2. Mercado de valores para inversión Pymes**

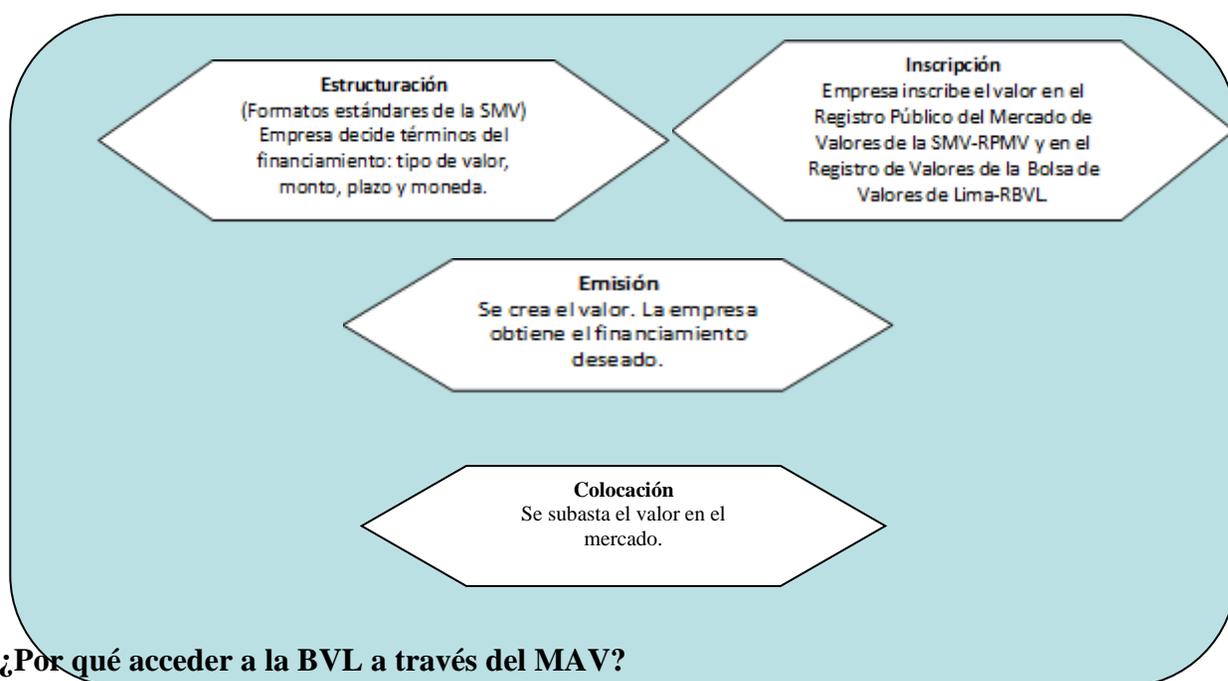
##### **Mercado Alternativo de Valores**

Es un segmento de la bolsa de valores dirigido a las pequeñas y medianas empresas peruanas, que facilita el acceso a financiamiento en el mercado bursátil a menores costos y con menores requerimientos y obligaciones de información.

## ¿Quiénes pueden acceder al MAV?

Pueden acceder las pequeñas y medianas peruanas que registren operaciones en los últimos 3 años que tengan una facturación menor a S/. 200 millones en los últimos 3 años en promedio. Empresas que no tengan valores inscritos en la BVL o en otras bolsas. Empresas que no estén obligadas a inscribir valores en el Registro Público del Mercado de Valores.

**Figura 6.** *Proceso de Inscripción-Colocación en el MAV*



## ¿Por qué acceder a la BVL a través del MAV?

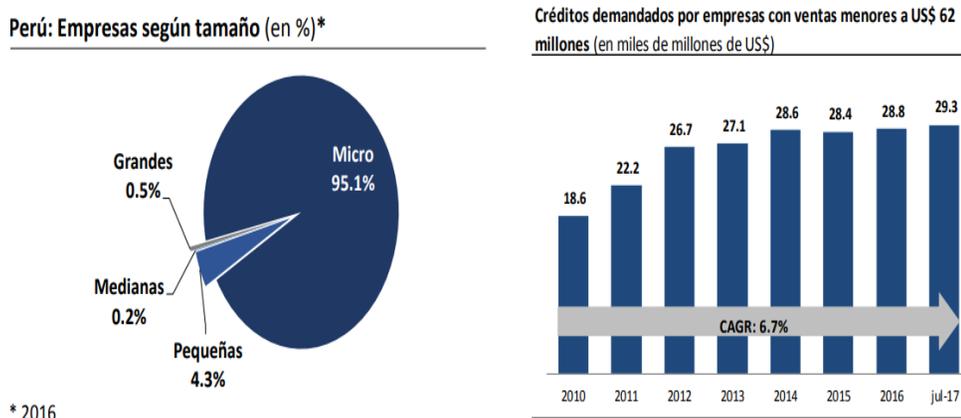
- Te brinda la posibilidad de captar mayores montos de financiamiento a menores tasas.
- La BVL ha reducido en 50% sus tarifas por concepto de inscripción, cotización y negociación de valores en MAV. SMV y Cavali también han reducido tarifas para el MAV.
- Accedes a menores costos de colocación y listado. Las empresas utilizarán formatos estándares. Las empresas utilizarán formatos estándares que se encuentran disponibles en el portal de la SMV (prospectos y contratos).

- Accedes a menores requerimientos y obligaciones de información respecto al mercado regular. Mediante el mercado alternativo de valores estas empresas podrán emitir acciones representativas de capital, instrumentos de corto plazo y bonos.
- Al acceder al MAV el valor de la empresa incrementa.
- Aumenta el prestigio de la empresa. Existe la percepción de la estabilidad, profesionalismo y transparencia, así que la visibilidad de la empresa incrementa como una gran ventaja al resto de la competencia. (Bolsa de Valores de Lima, 2012)

### **Importancia del MAV en el Perú**

- A finales del 2016 se registraron más de 1.7 millones de MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas) formales en el país. El segmento MiPymes representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana.
- Las MiPymes generan alrededor del 60% de la fuerza laboral del país y más del 40% del PBI.
- El número de MiPymes se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 6.6% en los últimos cinco años.
- Si bien existe liquidez en el sistema bancario, las empresas buscan otra fuente de financiamiento.
- Demanda potencial de más de US\$ 29 mil millones.
- El MAV ofrece tasas atractivas de financiamiento (8.1% soles en promedio, 4.5% en US\$).

**Figura 7.** Cantidad de empresas en % según tamaño y evolución de los créditos solicitados por empresa.



**Nota:** A la izquierda cantidad de empresas en % según tamaño, a la derecha la evolución de los créditos solicitados por empresa con ventas menores a 62 millones de dólares, BCR, 2019.

### 2.2.1.3. Dimensión 3: Administración financiera o finanzas en los negocios

Para (García-González y Boria-Reverter, 2005), la función de la gestión financiera a través del administrador financiero es la de decidir, planificar, organizar, administrar y vigilar; y de esta manera conseguir el éxito de la organización. (López-Intriago et al., 2020)

El estudio financiero del Plan Estratégico de un negocio también conocido como estudio económico se basa en el análisis y la determinación sobre la cantidad o monto necesario a utilizar para realizar un plan estratégico de negocios, esto después de haber realizado un estudio técnico de mercado técnico, y con ello conocer si es ejecutable o no.

La Dirección de Gestión Financiera se encarga de calcular los montos determinados en el estudio de mercado y técnico, como son los costos de producción incluidos, la materia prima, la mano de obra, costos indirectos y los gastos de administración, los gastos de ventas y los gastos financieros. Asimismo, se llega a determinar la inversión total fija y diferida, así como su dirección y amortización en los bienes correspondientes el capital de trabajo y punto de equilibrio junto con

lo anterior son necesarios para estructura estado de resultados del plan del plan de negocios estratégico. Se prosigue a definir el monto del financiamiento, esto preferiblemente sin necesidad de llegar a un apalancamiento severo.

Posteriormente se lleva a conformar el balance general del negocio calculando las razones financieras, para dar término al proceso y concluir con la evaluación financiera se debe determinar el costo de capital o la tasa mínima aceptable de rendimiento el valor presente neto y la tasa mínima de rendimiento para conocer en qué tiempo se tendrá el retorno de la inversión. (Luna, 2016)

### **Análisis de los Estados financieros**

Como ya bien se ha estudiado para el logro de una ventaja competitiva a nivel de nuestros competidores debemos conocer el estado en que se encuentra la compañía y por ello necesitamos analizar los Estados financieros para tener una visión de la situación de esta, para encaminar los objetivos, analizar las partidas y con ello el desenvolvimiento de la empresa, la eficiencia de las políticas gestionadas y de los planes trazados por ella, a corto y a largo plazo. Para ello se necesita el Estado de ganancias y pérdidas y el Balance General.

Como menciona (Terrazas, 2009) “constituye en un proceso sobre la marcha, debe ser preparado en función al desarrollo de estados y balances que permitirán registrar la información económico-financiera de la organización. Un ejemplo de estos reportes se muestra en los siguientes cuadros que presentan el Estado de Resultados y el Balance General de una empresa.”

#### **2.2.2. Ventaja competitiva.**

La ventaja competitiva es el tema principal que debe ser abordado por los directores de cada empresa y ser desarrollados, ya que existe presión dentro del escenario competitivo que

ejercen las compañías en nuestro sistema económico y que tienen influencia directa sobre la rentabilidad de la empresa si se desea obtenerla.

Para lograr una ventaja competitiva se debe llegar a ofrecer un producto con bajo precio, pero que satisfaga las expectativas del cliente, es decir dar un nivel superior al valor del producto, llamado por Porter cadena de valor, donde el mercado objetivo sea capaz de pagar por nuestro producto el costo que este tenga, así sea alto, porque los beneficios inigualables del producto, puedan compensar este costo.

Se muestran diversos **conceptos** como sigue a continuación:

La ventaja competitiva según lo afirmado por (Ceceña, 2013) “es con la que una empresa destaca sobre su competidor o grupo de competidores en un mercado determinado”.

Asimismo (López-Zapata et al., 2019) refiere “Las estrategias competitivas de Porter (1980) se definieron a partir de la relación entre el tipo de ventaja que se desea alcanzar con el entorno para el cual se pretende conseguir dicha ventaja, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado”.

**De manera similar** (Pacheco, 2005) menciona “Porter propuso que hay dos tipos básicos de ventaja competitiva en que puede orientarse la empresa: costos bajos o diferenciación”.

Para (De la Fuente y Muñoz, 2003) la ventaja competitiva “busca generar productos o servicios de una forma diferente a los competidores. Para que una empresa pueda competir con una ventaja competitiva determinada, debe realizar los arreglos organizacionales que le permitan obtenerla”.

**También**, menciona (Ojeda, 2011) que la ventaja competitiva “resulta de un proceso dinámico debido a los cambios en, y la influencia ejercida por, el ambiente, el apoyo de diversas instituciones y los cambios que ocurren en el papel del empresario y/o los recursos de la empresa”.

### **Teoría de la ventaja competitiva o estrategias competitivas**

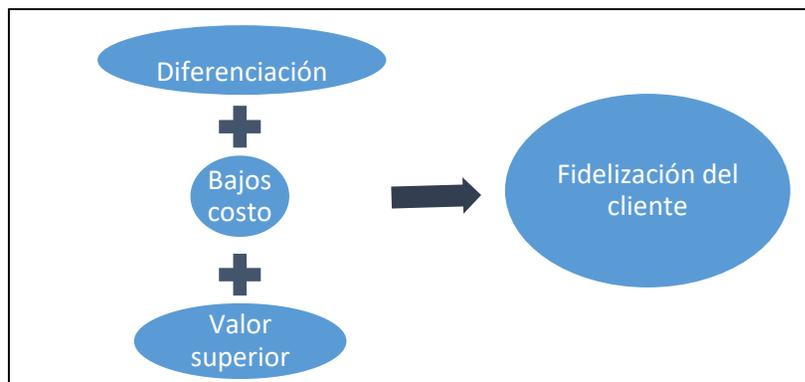
Según Porter se debe elaborar un plan a largo plazo donde se puedan cumplir estas estrategias que son estandarizadas para cada empresa de manera general, estas son:

#### **Bajos costos del producto**

Esto se puede lograr si la empresa tiene la capacidad de poder ofrecer un producto a bajo precio, pero sin rebajarle o disminuirle su valor, creando un valor superior mencionado anteriormente, es una estrategia de relevancia porque se centra en reducir costos, para ello se debe tener definido en la empresa cada actividad y separarla siguiendo la idea de una cadena de valor y en base a ello asignarle a cada actividad los costos operativos y los activos.

Las actividades de la cadena contienen ambas características en forma de capital fijo y de trabajo. Los insumos adquiridos están incluidos en el costo de cada actividad, teniendo efectos en los costos operativos (insumos operativos comprados) y a los activos (activos comprados). La necesidad de asignar activos a las actividades de valor se debe a que el total de activos en una actividad y la eficiencia de su uso a menudo son importantes para el costo de ellas. (Porter, 2015)

**Figura 8.** *Los tres requisitos para la ventaja competitiva empresarial*



#### **2.2.2.1. Dimensión 1: Liderazgo en costos.**

Según (Porter,2015) señala que el tema principal de la estrategia lo conforman los costes bajos frente a los de la competencia, sin echar de lado la calidad ni el servicio. Por lo cual, los costes bajos agregan a las empresas ingresos superiores a la media en su industria; sin embargo, la presencia de fuertes corrientes competitivas, ayudan a una defenderse en las rivalidades presentes en el mercado, debido a que los costes bajos permiten continuar obteniendo ingresos después de que se hallan minimizado las utilidades en dicho periodo.

Para (Rosana et al., 2009) el liderazgo en costos:

Emplea el uso de datos de costos para desarrollar e identificar estrategias superiores que produzcan una ventaja competitiva sostenible. Dichas ventajas consisten en la creación de un mejor valor para el cliente, con base a un costo más bajo o igual en comparación a los que ofrece la competencia.

Según (López-Zapata et al., 2019) refiere que es una “Esta estrategia se centra en la realización de operaciones productivas y empresariales de una forma distinta, propia, focalizada en el manejo eficiente de los costos, sin descuidar la calidad”.

Como ya tenemos entendido para el logro de la ventaja competitiva de la empresa, debemos centrarnos en la disminución de los costos de nuestros productos enfocados en nuestros clientes potenciales y para el logro de nuevos clientes, pero ofreciendo un valor extra que lo haga único y que supere expectativas de competitividad enfrentándonos a las demás empresas, compitiendo de manera óptima con ellos, generando lo que cada compañía tiene por meta que es la rentabilidad hacia la empresa, eso es según Porter la cadena de valor. (Porter, 2015)

Para realizar un análisis en el sistema de costos, se debe dividir las actividades para realizar un análisis de costos, según la cadena de valor genérica dividirá estas actividades según tres principios que no son excluyentes entre sí, entre ellos:

- El monto y el crecimiento del costo representados por la actividad
- El comportamiento del costo de la actividad
- Las diferencias de los competidores en la ejecución de la actividad.

Es preferible separar las actividades para analizar los costos ello si tienen un porcentaje significativo causando que los costos de operación o de los activos fluctúen de manera rápida, es factible también agrupar actividades que tienen relación entre sí. Generalmente las empresas detectan fácilmente los grandes componentes de su costo, sin embargo en la mayoría de casos no consideran las actividades más pequeñas pero crecientes que a la larga causan estragos en su estructura de costos. El resto de actividades son agrupadas en categorías generales.

Asignación de costos y activos. - Esto genera una cadena de valor que se desarrolla mediante la distribución de costos de la empresa por cada actividad, se divide en tres categorías que son:

**Costos directos.** - Las compañías deben tener sistemas óptimos de costeo que permitan la reducción de costos.

**Costos indirectos** - Las compañías no se centran en estos costos, ya que estos crecen de manera acelerada y representan un significativo porcentaje del costo total.

### **Factores de costos**

El comportamiento de los costos de una actividad está sujeto a varios factores, nos basaremos en las políticas de la empresa, donde toman las decisiones los responsables de la gestión financiera de la compañía, estas decisiones van a dirigir la estrategia de la empresa donde se relaciona el costo del producto y su diferenciación frente a la competencia.

Se debe de separar cada actividad realizada en la empresa, para que en cada una de ellas se logre minimizar recursos, según la cadena de valor genérica mencionada anteriormente.

A continuación, se ejemplifica la división de las actividades y los responsables de cada actividad, donde debe gestionarse los costos por actividad, asignándolos por los responsables de cada centro de costo.

**Tabla 3.** *Actividades separadas por Áreas y su centro de costos*

Actividades	Centros de costos
-------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinar y dirigir</li> <li>- Actuar como soporte a nivel gerencial</li> <li>- Liderar proceso de planeación estratégica</li> <li>- Participar y representar a la empresa</li> <li>- Resolver y solucionar los conflictos que surjan en la empresa</li> <li>- Vigilar, controlar y asegurar el uso adecuado de los recursos financieros</li> </ul>	Gerencia y subgerencia	Centros de costos en apoyo al logro de una eficiente Gestión financiera.
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción, verificación de los contratos de la empresa</li> <li>- Planear, administrar y controlar presupuestos, activos y suministro.</li> <li>- Preparación de informes hacia la gerencia.</li> <li>- Participar en la selección y entrenamiento del personal</li> <li>- Velar por adecuado mantenimiento de la empresa</li> <li>- Compras</li> <li>- Contabilidad</li> </ul>	Dirección administrativa	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reclutamiento, selección y entrenamiento de personal</li> <li>- Orientar las determinaciones de la empresa a nivel salarial</li> <li>- Implementar manuales de funciones y programas de capacitación</li> <li>- Administrar, coordinar programas de bienestar del personal</li> <li>- Realizar liquidación de nomina</li> <li>- Verificar y aprobar la liquidación de nomina</li> </ul>	Dirección talento humano	

*Nota:* Tomado de J. J. Castro, 2010.

Para (Demuner y Mercado, 2011) refiere que el liderazgo en costos “Esta estrategia se da cuando la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial (Beal, 2000) tiene un amplio panorama y sirve a muchos segmentos del mismo y aún puede operar en sectores industriales relacionados.”

### **2.2.2.1.1. Organizar las actividades por centros de costos**

Kaplan y Cooper (2003). Indican que en la actualidad de las empresas un sistema de costos no es suficiente, es decir, que la empresa necesita un sistema de costos virtual comparativo y otro uniforme; por lo tanto, las tiendas por tanto, las tiendas de menudeos, medianas y grandes deberían acoplar un sistema de costo diferente y/o distinto que pueda brindar partidas incorporables no admisibles por las normas contables de aceptación general un sistema de costos distinto y que incorpore partidas incorporables no admisibles por las normas contables de aceptación general o Normas de información financiera (NIC`S), con la finalidad de establecer la planificación estratégica, el control de gestión y la toma de decisiones gerenciales.

### **2.2.2.2. Dimensión 2: Diferenciación.**

Para lograr diferenciarnos del resto la empresa debe de gestionar la diferenciación como punto de estrategia competitiva, ya que es un tema de suma importancia, porque hará que nuestros clientes aprecien y elijan el producto ante los competidores.

Para (Chirinos y Rosado, 2016) “El éxito de una empresa diferenciada radica en el desarrollo de atributos excepcionales del producto y en el desempeño de procesos con un claro enfoque al servicio” (p.165)

Según Porter (2015): “La diferenciación no se comprende viendo la organización en su conjunto, sino que proviene de las actividades concretas que realizan y de la manera que afectan al comprador” (p.244)

Asimismo,(Gonzales et al., 2003) dice “La estrategia de diferenciación era la de crear un producto o servicio que fuera percibido en toda la industria como único”.

La diferenciación parte de las actividades que se desarrollen al interior de la empresa, cada actividad tiene su desarrollo específico que van a afectar de manera directa al cliente, al comprar materiales o insumos, gestionando o no el eficiente uso de los recursos, determinará el producto final y mediante esto la diferenciación de la empresa ante sus competidores.

Las actividades que hacen uso de la tecnología en la empresa están enfocadas en la calidad del producto, en sus características deseadas, en su eficiente funcionalidad, y si son confiables o no. Por ejemplo, si nuestro giro de negocio es la venta de aves, se podría mejorar el producto que en este caso serían las aves, implementando un sistema de criadero de aves donde se pueda criar de la mejor manera posible, con temas de salubridad incluidas, brindando un producto de calidad.

Es costosa la diferenciación porque se requieren de sistemas tecnológicos que hagan eficientes las actividades de la empresa, estos sistemas si son de calidad avalan la calidad de los productos. Las actividades de mercadotecnia y ventas influyen directamente en la diferenciación.

Los responsables de la gestión financiera deben coordinar estas actividades. Si nos centramos en no tomar importancia a actividades que generan un bajo porcentaje en costos, pero en su desarrollo final representen una cantidad significativa para la empresa, es decir debemos enfocarnos en ello, ya que esos costos van a tener efectos directos en la diferenciación. Según Porter los pasos para la diferenciación son:

- Conocer al comprador
- Identificar la cadena de valor del cliente y la repercusión en la empresa
- Identificar los criterios de compra del cliente.

#### **2.2.2.2.1. Calidad y Costos**

La calidad que se da en los procesos realizados en las actividades de las empresas repercute de manera directa en los costos, en las empresas que gestionan el pago de incentivos por lograr cierta cantidad de ventas, no gestionan que los colaboradores al querer lograr esas metas realizan el trabajo con rapidez sin tener cuidado en la optimización de los costos, afectando su calidad.

Una adecuada gestión de los procesos de producción, ventas, distribución de productos conlleva a cometer mínimos errores que afectan el costo total de la empresa, el factor tiempo es importante porque implica el uso de energía que es el uso de recursos en sí.

“El mejoramiento de la calidad y la reducción de costos son compatibles. La calidad aplicada a los procesos de trabajo induce a la reducción de costos” (Rincón de Parra, 2001, p.50)

#### **Productividad y Costos**

Hay una estrecha relación entre productividad y costos, la productividad se ve intensificada si se minimizan recursos utilizando menos insumos, que implica del mismo modo menores costos, y es óptima si se genera la misma producción. Pero si se puede lograr la reducción del uso de recursos y una alta producción, ya se estaría desarrollando una eficiente gestión en la empresa.

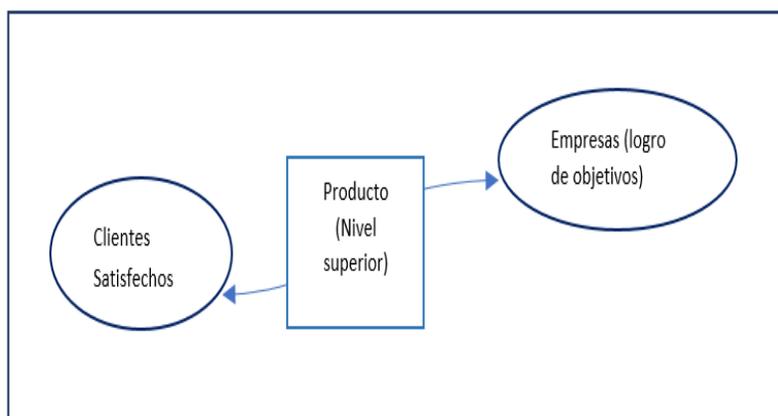
#### **2.2.2.2.2. Satisfacción de clientes por medio de la Mercadotecnia Relacional**

Desde el enfoque de Grönroos (1996), las compañías no sólo deben enfocarse en su beneficio individual, sino que deben enfocarse en los clientes crear una relación con los clientes para así conservarlos. La mercadotecnia relacional se distingue porque mejora la experiencia y la entrega de valor, lo que genera la participación activa de la empresa que ha mostrado una actitud proactiva y ocupada en brindar productos y servicios personalizados a los clientes, quienes han demostrado su interés y deseo de entablar una relación a largo plazo con ésta, debido a que ha

invertido en el trabajo continuo para otorgar beneficios que cumplan, e incluso superen, las expectativas del consumidor (Berry 1995). Para Morgan y Hunt (1994), la necesidad de la mercadotecnia relacional se deriva de la dinámica cambiante del mercado mundial y la evolución de lo que representa la competitividad en el actual. Lo que incluso propicia el establecimiento de una estrategia de colaboración entre diversas empresas con objetivos en común, y cuya filosofía las distinga por la entrega de valor al mercado, y dejen en segundo plano el beneficio económico, el cual vendrá una vez que se logre la fidelidad de los clientes.

Según Peña et al. (2015), para poder obtener la fidelidad de los clientes es necesario crear estrategias en relación de los objetivos de cada empresa, mediante la gestión de sus políticas, esto mediante dos maneras: a) utilizar recursos para captar clientes, conservarlos y conseguir nuevos, esto para lograr altos beneficios económicos y b) utilizar eficientemente recursos de la empresa. Esto según el planeamiento estratégico de la empresa creando ventaja competitiva en su sector. (Cruz, 2018).

**Figura 9.** *Un producto elaborado a un nivel superior, genera satisfacción de clientes y empresas con logro de objetivos*



### 2.2.2.2. Dimensión 3: Enfoque o concentración.

Según Porter las estrategias competitivas de concentración o enfoque se constituyen en abarcar segmentos donde se colocará el producto, si se ofrece el producto en varios segmentos, se dará paso a mayores costos.

Debemos tener sumo cuidado en estas decisiones ya que tienen efectos en las gestiones financieras de la compañía, esto si deseamos desarrollar una ventaja competitiva en la empresa. Si deseamos diversificar estos segmentos de mercado es porque existe una plena convicción y confianza en de que aquellos costos serán compensados y se generará rentabilidad.

Para (Gonzales et al., 2003) “La empresa basa sus objetivos en las necesidades de un segmento del mercado, en un segmento de la línea del producto o en un mercado geográfico”.

Asimismo, (Blanc, 2002) nos dice que el enfoque “Se enfoca en las necesidades de un segmento de mercado, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico”.

Por el efecto actual de la globalización las empresas tienen presión por mantenerse en el mercado, la competencia entre empresas es bastante normal en estos tiempos, la innovación en

tecnología ayuda a maximizar los sistemas de producción, y por ende hacer más eficientes el desarrollo de las actividades de la empresa, minimizando recursos, costos, aumentando rentabilidad. Para que las empresas obtengan mayores beneficios deben, sino es que están obligados por la globalización salir de sus mercados locales y dirigirse a los internacionales.

En los mercados internacionales y en un nivel de exigencia superior por sus productos de superior calidad, la calidad por ende desempeña un grado mayor de importancia en relación al resto de actividades de estrategia competitiva, la implementación y uso de sistemas de calidad crean su diferenciación, además que coadyuvan en la internacionalización, aumentando en un 20 % la posibilidad de entrada a mercados internacionales. (Huerta-Dueñas & Sandoval-Godoy, 2018)

### **2.3. Marco Conceptual (de las variables y dimensiones)**

#### **Gestión financiera**

La gestión empresarial es uno de los componentes relevantes que está inmerso a fluctuaciones permanentes. Este factor es parte de los temas de interés que el empresario actual debe realizar constantemente para optimizar sus procesos y por ende alcanzar niveles altos de competitividad (Borjas, 2008).

#### **Financiamiento interno**

Son pasivos recurrentes a corto plazo que, se acrecientan automática o espontáneamente, a medida que se expanden las operaciones de una empresa y es una fuente de financiamiento sin garantía (Mora, 2017).

#### **Financiamiento externo**

Son los fondos que provienen de personas o instituciones distintas de la organización (Borjas, 2008).

### **Administración financiera**

La función de la gestión financiera es la de decidir, planificar, organizar, administrar y vigilar; y de esta manera conseguir el éxito de la organización (López-Intriago et al., 2020).

### **Ventaja competitiva**

Para lograr una ventaja competitiva se debe llegar a ofrecer un producto con bajo precio, pero que satisfaga las expectativas del cliente, es decir dar un nivel superior al valor del producto (Ceceña, 2013).

### **Liderazgo en costos**

Lo relevante de la estrategia competitiva lo forman los costes bajos frente a los de la competencia, sin echar de lado la calidad ni el servicio (Porter, 2015).

### **Diferenciación**

El éxito de una empresa diferenciada radica en el desarrollo de atributos excepcionales del producto y en el desempeño de procesos con un claro enfoque al servicio (Chirinos y Rosado, 2016).

### **Enfoque o concentración**

El enfoque se basa en abarcar segmentos donde se colocará el producto, si se ofrece el producto en varios segmentos, se dará paso a mayores costos (Porter, 2015).

## CAPÍTULO III

### HIPÓTESIS

#### III. Hipótesis

##### 3.1. Hipótesis General

La gestión financiera se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

##### 3.2. Hipótesis (s) Específica (s)

1. La gestión financiera se relaciona significativamente con el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.
2. La gestión financiera se relaciona significativamente con la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.
3. La gestión financiera se relaciona significativamente con el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

##### 3.3. Variables (definición conceptual y operacionalización)

###### 3.3.1. Variable 1: Gestión financiera

**Cuadro 1:** Operacionalización de la variable *Gestión financiera*

<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	Gestión financiera: “La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados” así lo afirma (Terrazas, 2009 como se citó en López-Intriago et al., 2020).	
<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>  “La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados” así lo afirma (Terrazas, 2009 como se citó en López-Intriago et al., 2020).	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
	Financiamiento interno	Préstamos a socios
		Aportaciones de socios
		Reserva de pasivos
		Retención de utilidades
	Financiamiento externo	Apalancamiento financiero a corto plazo
Apalancamiento financiero a largo plazo		
Riesgo financiero		
	Pasivos financieros	

Para las pequeñas empresas, la principal fuente de financiamiento son las aportaciones que hacen los dueños o socios de la organización, y cuando la empresa es mediana o grande, las fuentes de financiamiento llegan a ser externas, a través de los créditos de proveedores, instancias financieras privadas o programas gubernamentales (Borjas, 2008).	Administración financiera, o finanzas de los negocios	Beneficios antes de impuestos
		Liquidez
		Rotación de activos
		Solvencia
		Beneficios netos
		Rentabilidad de los activos

### 3.3.2. Variable 2: Ventaja competitiva

**Cuadro 2:** Operacionalización de la variable Ventaja competitiva

<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	La ventaja competitiva según lo afirmado por (Ceceña, 2013) “es con la que una empresa destaca sobre su competidor o grupo de competidores en un mercado determinado”.	
	(Pacheco, 2005) menciona “Porter propuso que hay dos tipos básicos de ventaja competitiva en que puede orientarse la empresa: costos bajos o diferenciación”.	
<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>  “La ventaja competitiva de Porter (1980) se definieron a partir de la relación entre el tipo de ventaja que se desea alcanzar con el entorno para el cual se pretende conseguir dicha ventaja, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado” (López-Zapata et al., 2019).	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
	Liderazgo en costos globales	Disminución de costos
		Técnicas de producción
		Sistema de distribución
		Gastos generales
		Método de fijación de precios
	Diferenciación	Satisfacción del cliente
		% incremento de clientes
		Aumento de liquidez
		Competitividad
Innovación		
Enfoque o concentración	Calidad	
	Mercado objetivo	
		Cobertura de mercado

## CAPITULO IV

### METODOLOGÍA

#### IV. Metodología

##### 4.1. Enfoque de investigación

Esta investigación se desarrolló en base al **enfoque cuantitativo** que como menciona (Domínguez, 2007) este enfoque consiste en recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas.

En ese sentido, la investigación tiene un enfoque cuantitativo porque se recogieron y analizaron datos cuantificables o numéricos.

## **4.2. Método de Investigación**

### **4.2.1. Método general**

Este proyecto de investigación utilizó como método general, el **método científico** que según (Cañón- Montañez, 2011) consiste en observar aquellos hechos que y descubrir las leyes generales que los rigen.

Es por este motivo, que la investigación hace uso del método científico, para conocer los problemas de la sociedad, para así obtener información importante en el proceso de la investigación.

### **4.2.2. Método específico**

Como método específico se utilizó el **método deductivo**, porque pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad, las generalizaciones son puntos de partida para realizar inferencias mentales y arribar a nuevas conclusiones lógicas para casos particulares. (Rodríguez y Pérez, 2017)

Por lo tanto, comenzaremos con los aspectos generales del estudio y entraremos en detalles basados en teorías conceptos y definiciones sobre la gestión financiera y ventaja competitiva para luego seguir profundizándonos en la problemática del estudio.

### **4.3. Tipo de Investigación**

El trabajo de investigación es de **tipo aplicada** que según (Vargas, 2009) dice que son “estudios científicos orientados a resolver problemas de la vida cotidiana o a controlar situaciones prácticas, haciendo dos distinciones”. (p. 159)

En este sentido, se busca aplicar conocimientos y a la vez obtener conocimientos adicionales que nos permitan realizar recomendaciones para la gestión económica; asimismo los resultados de este estudio permitirán mejorar la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo.

### **4.4. Nivel de Investigación**

En el presente estudio de investigación se utilizó el **nivel descriptivo correlacional**, que según menciona (Ramos Galarza, 2020): aquí se necesita plantear una hipótesis donde se establezca una relación entre 2 o más variables. Y para el enfoque cuantitativo se aplican procesos estadísticos inferenciales que extrapolan los resultados del estudio beneficiando a toda la población.

En consecuencia, la presente investigación busca describir la relación entre la variable gestión financiera y ventaja competitiva en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo.

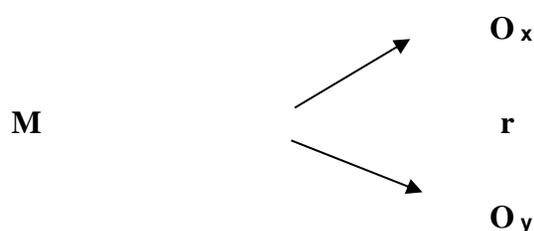
### **4.5. Diseño de la Investigación**

Para llevar a cabo el proyecto de investigación se ha considerado el diseño no experimental transversal correlacional que según (Hernández Sampieri et al., 2014. p.154) trata de recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único.

En ese contexto, la investigación mide las variables gestión financiera y ventaja competitiva; en su normal desenvolvimiento según los informantes encuestados, sin modificar sus opiniones a fin de analizar la información y buscar soluciones objetivas, es un estudio de corte transversal, dado que la recolección de datos está referido al año 2018.

De carácter descriptivo-correlacional, cuya denotación es el siguiente:

**Esquema:**



**Dónde:**

M = Muestra

r= Relación

O<sub>x</sub> = gestión financiera

O<sub>y</sub> = ventaja competitiva

#### **4.6. Población y muestra**

##### **4.6.1. Población**

Como dice (Lam, 2005) la población: son todos los individuos que presentan características susceptibles a ser estudiada y que se puedan generalizar así los resultados.

Se realizó un muestreo de tipo general **probabilístico** de selección intencional de **300 pequeñas empresas del rubro comercial**, por ser conveniente económicamente y necesario para

la investigación, pero de ello hemos deducido para determinar nuestra población de estudio aplicando el criterio de inclusión y exclusión.

<b>Grupo muestral</b>	<b>Cantidad</b>
Empresas comerciales	300
Total	300

Nota: Tomado de SUNAT

#### 4.6.2. Muestra

Para (Lam, 2005, p.51) “Es un grupo de elementos específicamente establecidos, en el espacio y el tiempo, pueden ser personas, granjas, hogares, manzanas, condados, escuelas, hospitales, empresas y cualquier otro. Pudiendo ser poblaciones finitas e infinitas”.

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

Dónde:

$$N = 300$$

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$E = 0.05$$

$$n = 169$$

En este sentido nuestra muestra queda determinada por 169 pequeñas y medianas empresas. y de acuerdo al criterio de inclusión y exclusión, será la siguiente:

**Cuadro 3:** *Muestra de estudio*

Criterios de inclusión	Criterio de exclusión
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas comerciales, entendiéndose a esta como comercio de abarrotes.</li> <li>- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal se encuentra en el ámbito de Huancayo.</li> <li>- Se encuentren bajo el principio de empresa en marcha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal no se encuentren en el ámbito de Huancayo.</li> <li>- Empresas q se encuentren en la condición de no hallado y/o no habido.</li> <li>- Se encuentren en proceso de suspensión de actividades.</li> </ul>
Unidad de análisis	Informantes
Comerciantes en al ámbito geográfico del distrito de Huancayo.	<b>169 pequeñas y medianas empresas del rubro comercial.</b>

#### 4.7. *Técnicas e Instrumentos de recolección de datos*

##### 4.7.1. **Técnicas de recolección de datos**

Tiene como finalidad obtener datos que permitan afianzar la información necesaria, cabe recalcar que es pertinente indicar que la técnica utilizada en **la encuesta**.

Según (Santiesteban, 2018) señala que es una técnica de adquisición de información de interés sociológico que mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado

##### **Instrumento de recolección de datos**

El instrumento de recolección de datos utilizado en la investigación es **el cuestionario** el cual fue dirigida a los funcionarios de las áreas involucradas, según (Hernández Sampieri, 2015); menciona que es un instrumento que utiliza el investigador para recolectar los datos, que consiste

en un conjunto de preguntas respecto a una variable a medir, en base a los problemas de investigación, básicamente es una conversación entre el entrevistador y el entrevistado donde la conversación gira en torno al problema de estudio con un propósito profesional. (p. 217)

#### 4.7.2. Confiabilidad del instrumento

Para hallar la confiabilidad del instrumento se hizo uso del coeficiente Alfa de Cronbach, cuya fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

El instrumento se aplicó a una muestra piloto de 169 comerciantes de las pequeñas y medianas empresas del distrito de Huancayo, los resultados son como siguen:

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,808	27

**Interpretación:** Los datos de la muestra de estudio relacionados con la gestión financiera y la ventaja competitiva; los cuales presentan una excelente confiabilidad como vemos que el coeficiente alfa de Cronbach 0,808 se encuentra en el intervalo de 0,72 a 0,99 descrita en la tabla posterior:

<b>Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach</b>	
<b>Intervalos</b>	<b>Interpretación</b>
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera, A (1998). *Notas sobre Psicometría*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

#### **4.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

En el presente estudio para procesar la información se utilizó los instrumentos siguientes: un cuestionario de preguntas cerradas, que permitan establecer la situación actual y alternativas de solución a la problemática que se establece en la presente investigación, además se utilizará el programa SPSS **versión 25**, del modelo de correlación de Spearman y nivel de confianza del 95%.

Para la contrastación de las hipótesis se ha utilizado la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ( $n > 50$ ), a fin de conocer la prueba estadística para la verificación de las hipótesis.

#### **4.9. Aspectos éticos de la Investigación**

El presente estudio cumple con respetar lo establecido en el art. 5 del código de ética para la investigación científica de la Universidad Peruana Los Andes, el reglamento general de investigación y el reglamento de grados y títulos de la facultad; por ello consideramos que es un trabajo auténtico, si se diera cualquier indicio de plagio nos sometemos a las sanciones dictadas por la Universidad.

## CAPITULO V

### RESULTADOS

#### V. Resultados

##### 5.1. Descripción de resultados

Como resultado de la aplicación del instrumento a los encuestados pertenecientes a la muestra del estudio se procederá a mostrar las tablas y gráficos o figuras que evidencian lo mencionado.

##### 5.1.1. Presentación de resultados en tablas y gráficos.

Se presentó un cuestionario de encuesta a **169 pequeñas y medianas empresas del rubro comercial** de Huancayo, para la recolección de datos sobre la materia estudiada en función a las variables y dimensiones. Los resultados fueron ordenados y procesados mediante cuadros haciendo el uso del Excel y el SPSS 25. A continuación se presenta las tablas y figuras por cada ítem.

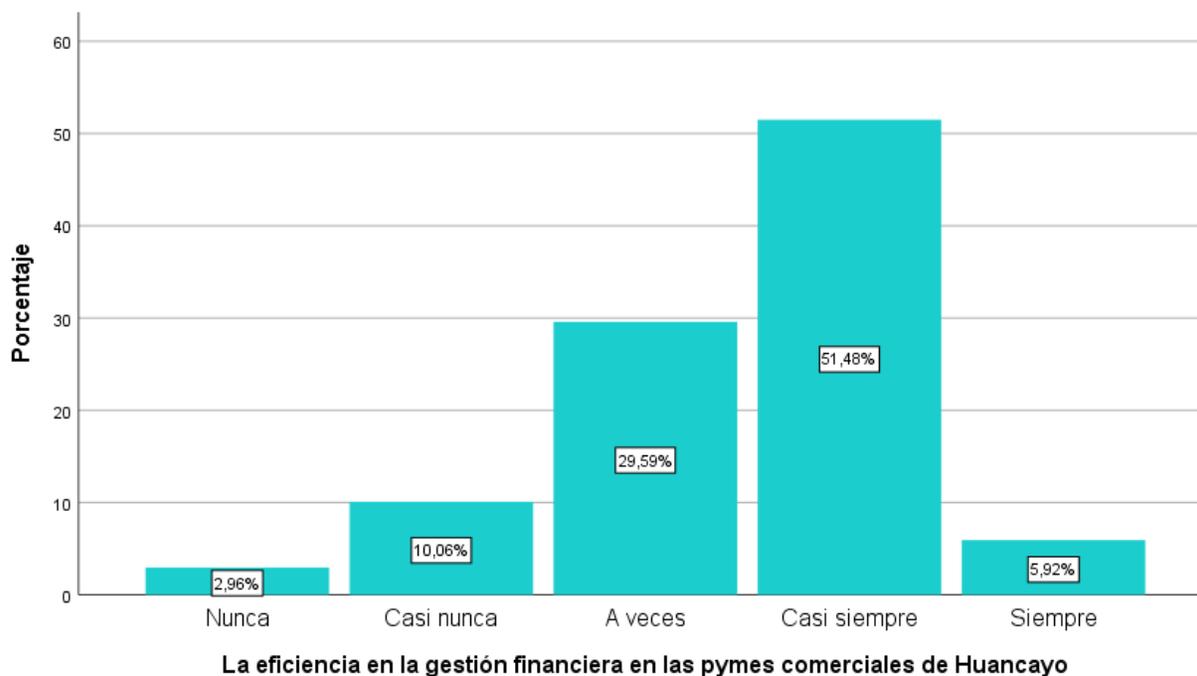
#### VARIABLE X: GESTIÓN FINANCIERA

##### 5.1.1.1. Resultados obtenidos de la variable gestión financiera

**Tabla 4:** *La eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	17	10,1	10,1	13,0
	A veces	50	29,6	29,6	42,6
	Casi siempre	87	51,5	51,5	94,1
	Siempre	10	5,9	5,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 10:** *La eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo.*



### **Interpretación:**

Como observamos en la tabla 4 y figura 10, el 5.92% de los encuestados está convencido que siempre existe eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo; el 29.59% de los encuestados respondieron que sólo a veces las pymes comerciales presentan eficiencia en su gestión financiera; sólo un 2.96% refiere que nunca existe eficiencia en la gestión financiera en las pymes comerciales de Huancayo.

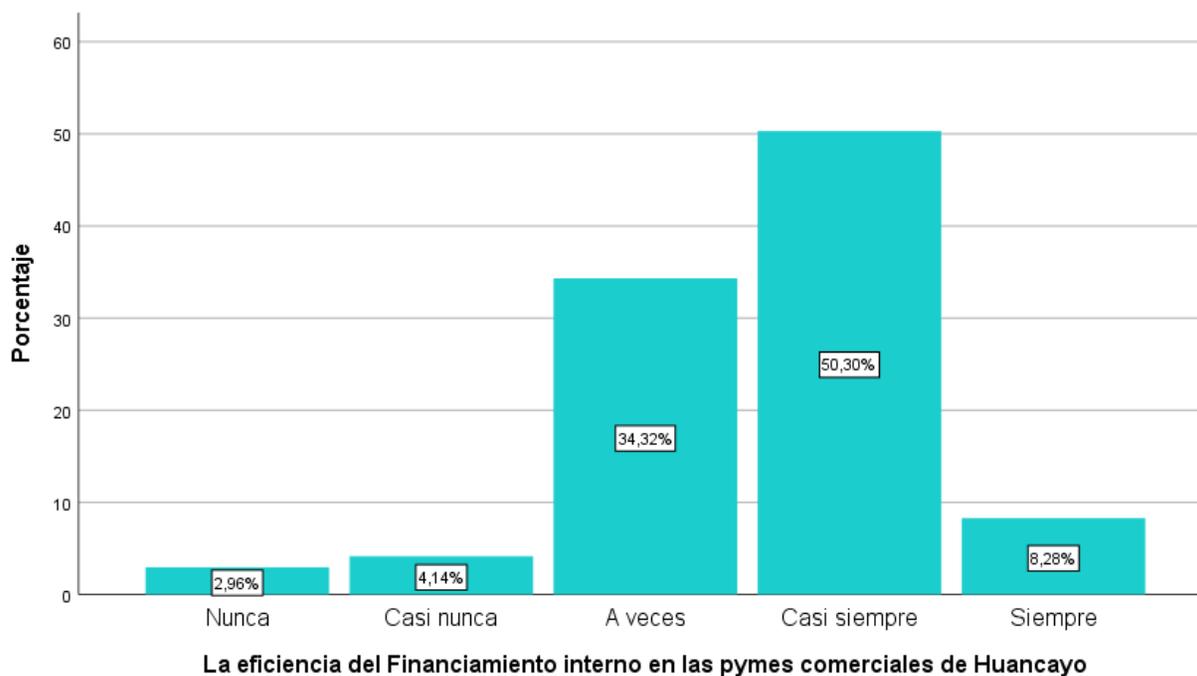
Con respecto a los resultados mencionamos la importancia de la gestión financiera como nos dice (Córdova, 2012) que está basada en dos aspectos: la generación de recursos o ingresos también de los accionistas y la eficiencia y eficacia del control de recursos financieros.

### 5.1.1.1.1. Resultados obtenidos de la dimensión Financiamiento interno

**Tabla 5:** La eficiencia del Financiamiento interno en las pymes comerciales de Huancayo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	7	4,1	4,1	7,1
	A veces	58	34,3	34,3	41,4
	Casi siempre	85	50,3	50,3	91,7
	Siempre	14	8,3	8,3	100,0
Total		169	100,0	100,0	

**Figura 11:** La eficiencia del Financiamiento interno en las pymes comerciales de Huancayo



#### Interpretación:

Como observamos en la tabla 5 y figura 11, el 8.28% de los encuestados respondieron que siempre es eficiente recurrir al Financiamiento interno para las pymes comerciales de Huancayo;

el 34.32% de los encuestados respondieron que sólo a veces eficiente recurrir al Financiamiento interno; sólo un 2.96% está convencido de que nunca les resulta eficiente recurrir al Financiamiento interno para las pymes comerciales de Huancayo.

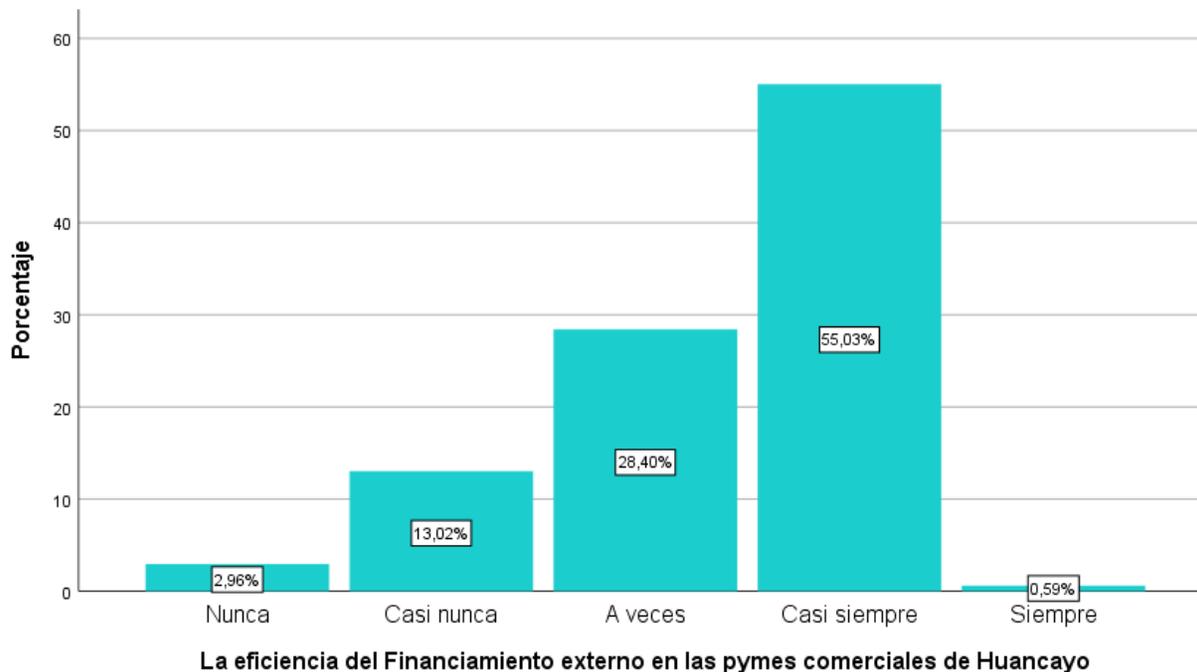
Con respecto a los resultados como dice (Briozzo et al., 2016) al elegir fuentes de financiamiento interno significa menores costos de agencia, pues no se paga ningún tipo de interés.

#### 5.1.1.1.2. Resultados obtenidos de la dimensión Financiamiento externo

**Tabla 6:** *La eficiencia del Financiamiento externo en las pymes comerciales de Huancayo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	22	13,0	13,0	16,0
	A veces	48	28,4	28,4	44,4
	Casi siempre	93	55,0	55,0	99,4
	Siempre	1	,6	,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 12:** *La eficiencia del Financiamiento externo en las pymes comerciales de Huancayo.*



### Interpretación:

Como observamos en la tabla 6 y figura 12, el 0.59% de los encuestados respondieron que siempre les resulta eficiente recurrir al financiamiento externo; el 28.40% de los encuestados respondieron que sólo a veces es eficiente recurrir al financiamiento externo; sólo un 2.98% está convencido de que el financiamiento externo es eficiente para las pymes comerciales de Huancayo.

Con respecto a los resultados según (Borjas, 2008) asevera que el financiamiento externo: “son los fondos provenientes de personas o instituciones distintas de la organización”.

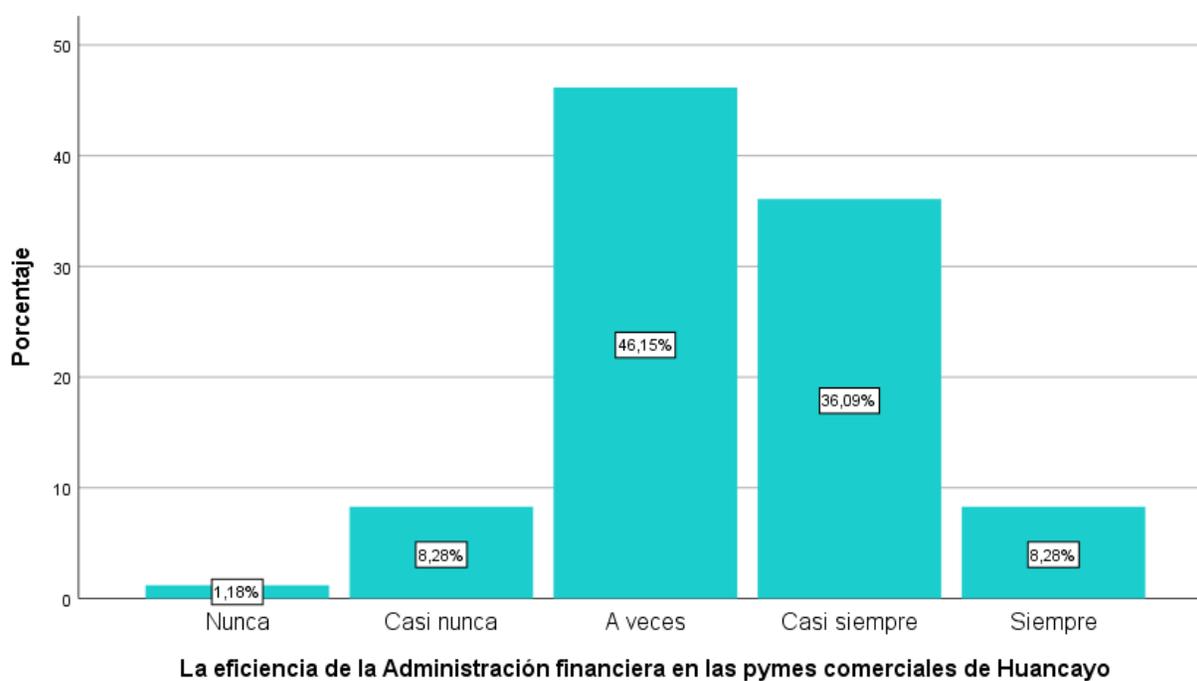
#### 5.1.1.1.3. Resultados obtenidos de la dimensión Administración financiera o finanzas en los negocios

**Tabla 6:** La eficiencia de la Administración financiera en las pymes comerciales de Huancayo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	14	8,3	8,3	9,5

	A veces	78	46,2	46,2	55,6
	Casi siempre	61	36,1	36,1	91,7
	Siempre	14	8,3	8,3	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 13.** *La eficiencia de la Administración financiera en las pymes comerciales de Huancayo*



### **Interpretación:**

Como observamos en la tabla 6 y figura 13, el 8.28% de los encuestados respondieron que casi siempre existe eficiencia en la administración financiera en las pymes comerciales de Huancayo; el 46.15% de los encuestados respondieron que sólo a veces existe eficiencia en la administración financiera en las pymes comerciales de Huancayo; y un 8.28% está convencido de que nunca existe eficiencia en la administración financiera en las empresas mencionadas.

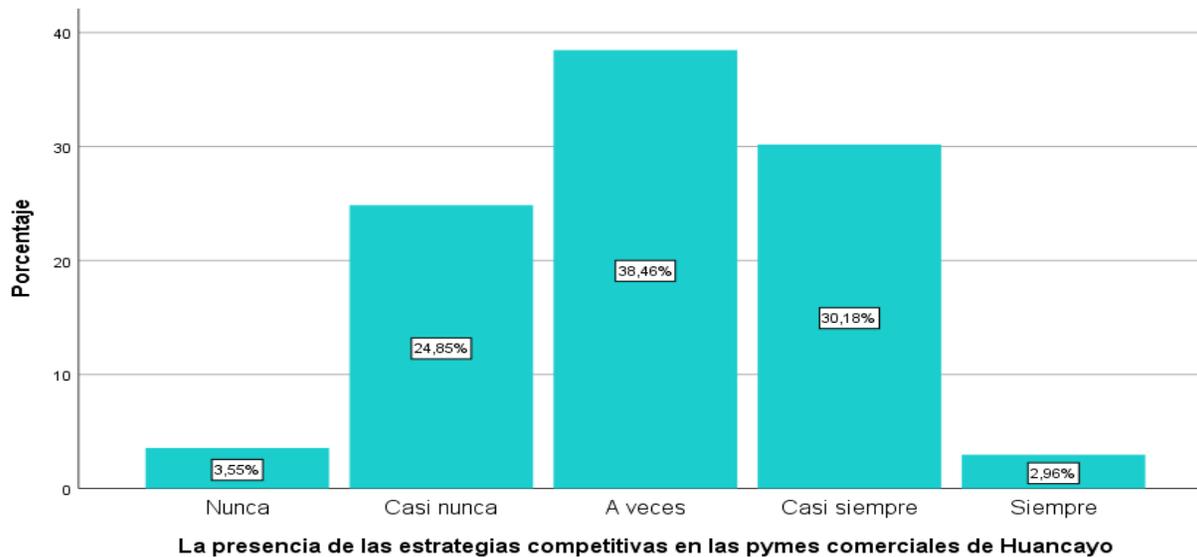
Con respecto a los resultados como menciona (García-González y Boria-Reverter, 2005 como se citó en López-Intriago et al., 2020), en la administración financiera se va a decidir, planificar, organizar, administrar y vigilar acciones financieras adecuadas y de esta manera conseguir el éxito de la organización.

### 5.1.1.2. Resultados obtenidos de la variable Ventaja competitiva

**Tabla 7:** La presencia de las estrategias competitivas en las pymes comerciales de Huancayo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	3,6	3,6	3,6
	Casi nunca	42	24,9	24,9	28,4
	A veces	65	38,5	38,5	66,9
	Casi siempre	51	30,2	30,2	97,0
	Siempre	5	3,0	3,0	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 14:** La presencia de las estrategias competitivas en las pymes comerciales de Huancayo.



### Interpretación:

Como observamos en la tabla 7 y figura 14, el 2.96% de los encuestados respondieron que casi siempre se definen estrategias competitivas dentro de las pymes comerciales de Huancayo; el 38.46% de los encuestados respondieron que sólo a veces se definen estrategias competitivas dentro de las pymes comerciales de Huancayo; y un 24.85% está convencido de que siempre se definen estrategias competitivas dentro de las pymes comerciales de Huancayo.

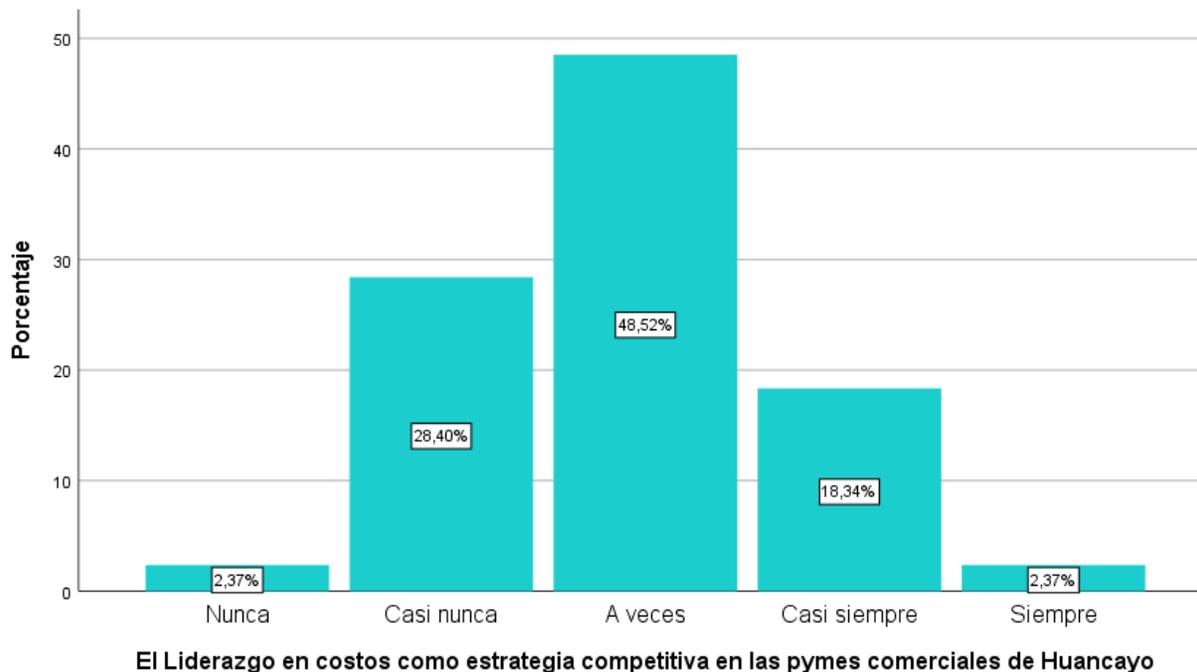
Con respecto a los resultados como refiere (López-Zapata et al., 2019 “La ventaja competitiva de Porter (1980) se definieron a partir de la relación entre el tipo de ventaja que se desea alcanzar con el entorno para el cual se pretende conseguir dicha ventaja, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado”).

#### 5.1.1.1.4. Resultados obtenidos de la dimensión Liderazgo en costos

**Tabla 8:** *El Liderazgo en costos como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	2,4	2,4	2,4
	Casi nunca	48	28,4	28,4	30,8
	A veces	82	48,5	48,5	79,3
	Casi siempre	31	18,3	18,3	97,6
	Siempre	4	2,4	2,4	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 15:** *El Liderazgo en costos como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo*



### Interpretación:

Como observamos en la tabla 8 y figura 15, el 2.37% de los encuestados respondieron que siempre optan por la estrategia de costos en las pymes comerciales de Huancayo; el 48.52% refieren que sólo a veces optan por la estrategia de costos en las pymes comerciales de Huancayo; y un 2.37% está convencido de que nunca optan por centrarse en los costos en las pymes comerciales de Huancayo.

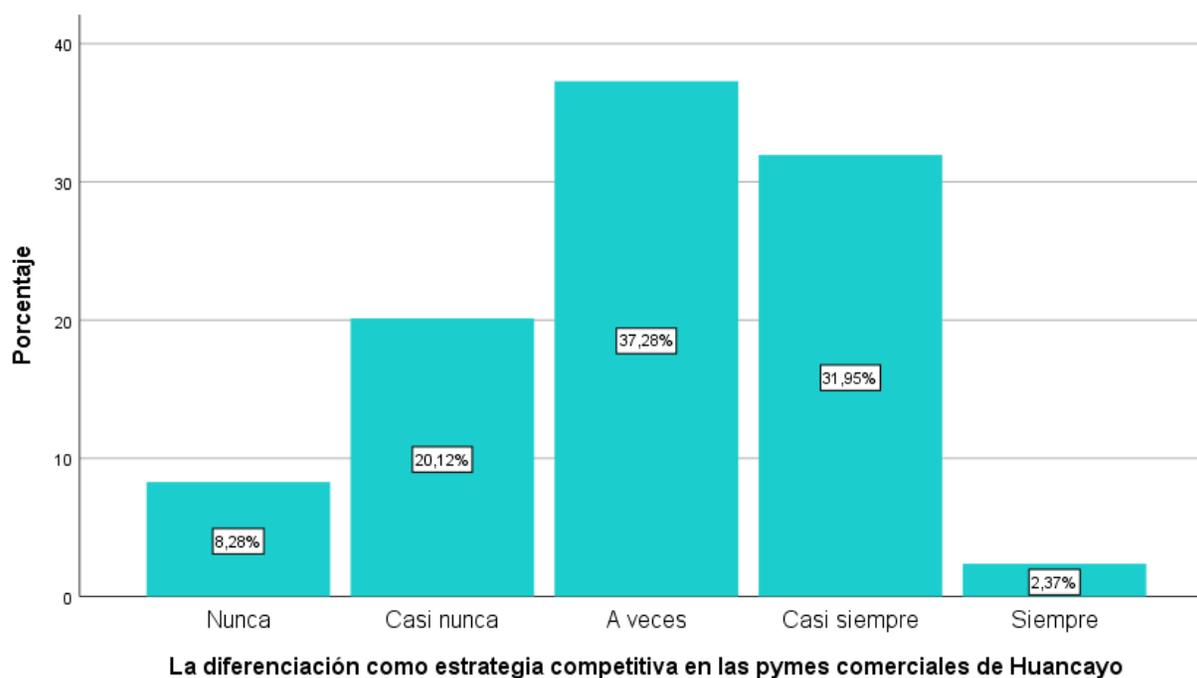
Con respecto a los resultados como refiere Según (López-Zapata et al., 2019) refiere que el liderazgo en costos como: “Esta estrategia se centra en la realización de operaciones productivas y empresariales de una forma distinta, propia, focalizada en el manejo eficiente de los costos, sin descuidar la calidad”.

### 5.1.1.1.5. Resultados obtenidos de la dimensión Diferenciación

**Tabla 9.** La diferenciación como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	34	20,1	20,1	28,4
	A veces	63	37,3	37,3	65,7
	Casi siempre	54	32,0	32,0	97,6
	Siempre	4	2,4	2,4	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 16.** La diferenciación como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo



#### Interpretación:

Como observamos en la tabla 9 y figura 16, el 2.37% de los encuestados respondieron que siempre optan por la estrategia de diferenciación en las pymes comerciales de Huancayo; el

37.28% refieren que sólo a veces optan por la estrategia de diferenciación en las pymes comerciales de Huancayo; y un 20.12% está convencido de que casi nunca optan por centrarse en la estrategia de diferenciación en las pymes comerciales de Huancayo.

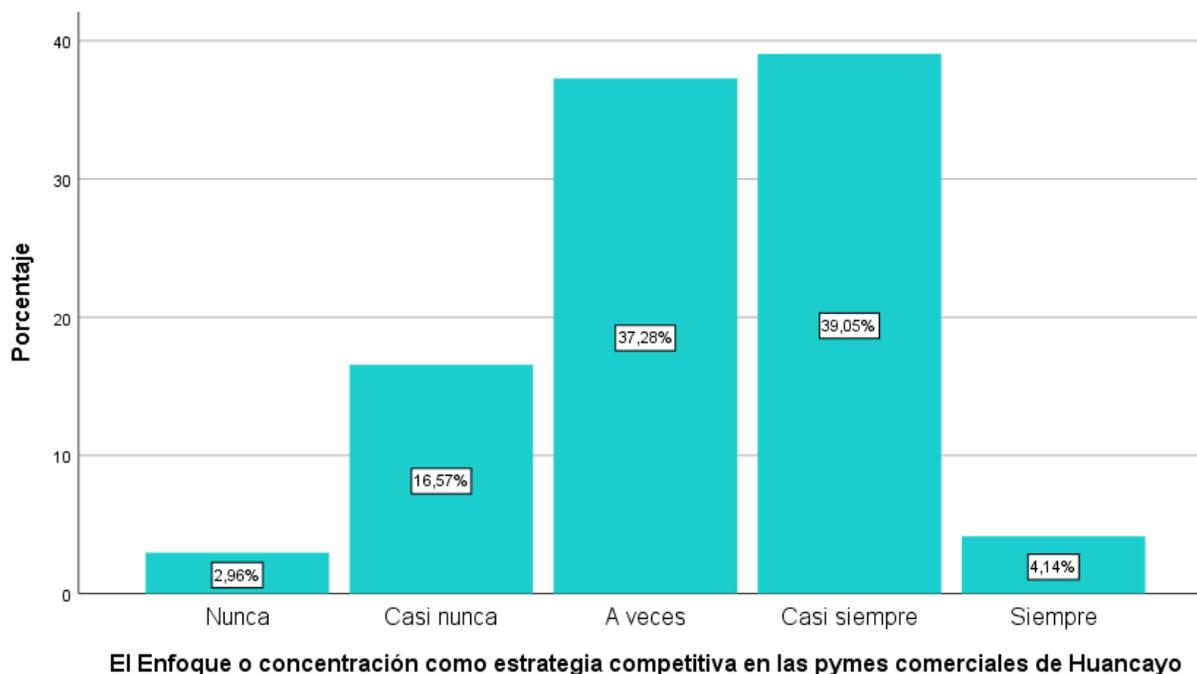
Con respecto a los resultados como refieren (Chirinos y Rosado, 2016) “El éxito de una empresa diferenciada radica en el desarrollo de atributos excepcionales del producto y en el desempeño de procesos con un claro enfoque al servicio”.

#### 5.1.1.1.6. Resultados obtenidos de la dimensión Enfoque o concentración

**Tabla 10.** *El Enfoque o concentración como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	28	16,6	16,6	19,5
	A veces	63	37,3	37,3	56,8
	Casi siempre	66	39,1	39,1	95,9
	Siempre	7	4,1	4,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Figura 17.** *El Enfoque o concentración como estrategia competitiva en las pymes comerciales de Huancayo*



### **Interpretación:**

Como observamos en la tabla 10 y figura 17, el 4.14% de los encuestados respondieron que siempre optan por la estrategia de enfoque o concentración en las pymes comerciales de Huancayo; el 37.28% refieren que sólo a veces optan por la estrategia de enfoque o concentración en las pymes comerciales de Huancayo; y un 16.57% está convencido de que casi nunca optan por centrarse en la estrategia de enfoque o concentración en las pymes comerciales de Huancayo.

Con respecto a los resultados como nos dice (Gonzales et al., 2003) “La empresa basa sus objetivos en las necesidades de un segmento del mercado, en un segmento de la línea del producto o en un mercado geográfico”.

## 5.2. *Correlación de variables*

Como siguiente paso, se realiza el examen de la correlación de las variables de gestión financiera y la variable Ventaja competitiva y sus correspondientes dimensiones; el estudio utiliza muestras **no paramétricas** de tipo ordinal- ordinal; por lo que se considera el estadístico Rho de Spearman y para ello los resultados de la correlación se obtienen haciendo uso de la siguiente tabla:

**TABLA DE VALORES DE LA RHO SPEARMAN**

Valores			Relación	
de	$\pm 0.80$	a	$\pm 0.99$	Muy alta
de	$\pm 0.60$	a	$\pm 0.79$	Alta
de	$\pm 0.40$	a	$\pm 0.59$	Moderada
de	$\pm 0.20$	a	$\pm 0.39$	Baja
de	$\pm 0.01$	a	$\pm 0.19$	Muy baja

**Fuente:** Garriga, Lubin, Merino, Padilla, Recio y Suárez (2010).

### 5.2.1. Estudio correlacional de la variable: Gestión financiera y de la variable: Ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas comerciales de Huancayo.

#### Objetivo general

Establecer la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

### Correlaciones

			Gestión financiera	Ventaja competitiva
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,112
		Sig. (bilateral)	.	,148
		N	169	169
	Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	,112	1,000
		Sig. (bilateral)	,148	.
		N	169	169

### Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es  $\tau = 0,112$  y la significación bilateral  $p = 0,148$ , por lo tanto, el coeficiente hallado es significativo y de acuerdo al índice de interpretación indica una correlación muy baja.

#### 5.2.1.1. Estudio correlacional de la variable: gestión financiera y de la dimensión: liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

##### Objetivo Especifico 1

Describir la relación existente entre la gestión financiera y liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

Correlaciones				
			Gestión financiera	Liderazgo en costos
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,120
		Sig. (bilateral)	.	,119
		N	169	169
	Liderazgo en costos	Coefficiente de correlación	,120	1,000
		Sig. (bilateral)	,119	.
		N	169	169

### Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es  $\tau = 0,120$  y la significación bilateral  $p = 0,119$  por lo tanto, el coeficiente hallado de acuerdo al índice de interpretación indica una correlación muy baja.

### 5.2.2. Estudio correlacional de la variable: gestión financiera y de la dimensión: diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

#### Objetivo Especifico 2

Describir la relación existente entre la gestión financiera y diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

#### Correlaciones

			Gestión financiera	Diferenciación
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coeficiente de correlación	1,000	,077
		Sig. (bilateral)	.	,319
		N	169	169
	Diferenciación	Coeficiente de correlación	,077	1,000
		Sig. (bilateral)	,319	.
		N	169	169

### Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es  $\tau = 0,077$  y la significación bilateral  $p = 0,319$ , por lo tanto, el coeficiente hallado de acuerdo al índice de interpretación indica una correlación muy baja.

### 5.2.3. Estudio correlacional de la variable: gestión financiera y de la dimensión: enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

#### Objetivo Especifico 3

Describir la relación existente entre la gestión financiera y enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

#### Correlaciones

			Gestión financiera	Enfoque o concentración
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coeficiente de correlación	1,000	,061
		Sig. (bilateral)	.	,432
		N	169	169
	Enfoque o concentración	Coeficiente de correlación	,061	1,000
		Sig. (bilateral)	,432	.
		N	169	169

#### Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es  $\tau = 0,061$  y la significación bilateral  $p = 0.432$ , por lo tanto, el coeficiente hallado es de acuerdo al índice de interpretación indica una correlación muy baja.

### 5.3. Contraste de hipótesis

Para obtener el resultado del proyecto de investigación se ha obtenido información de datos para comparar la hipótesis general y las específicas en la cual se utilizó la prueba Kolmogorov-Smirnov ya que los datos son mayores a 50 y mediante ello se evaluará la normalidad. A continuación, para nuestro estudio se muestra la prueba de normalidad:

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Financiera	,302	169	,000	,834	169	,000
Ventaja Competitiva	,198	169	,000	,887	169	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Por lo que se pudo identificar el valor de p es menor a 0.05, es entonces una muestra No normal y, por lo cual, se elige el estadístico Rho de Spearman, este estadístico nos indicará la relación y el nivel de relación lineal entre las variables.

### 5.3.1. Contraste de la hipótesis general

#### Hipótesis general

La gestión financiera se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No existe relación significativa entre la gestión financiera y la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** Existe relación significativa entre la gestión financiera y la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s \neq 0$$

### Correlaciones

			Gestión financiera	Ventaja competitiva
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,112
		Sig. (bilateral)	.	,148
		N	169	169
	Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	,112	1,000
		Sig. (bilateral)	,148	.
		N	169	169

La r obtenida es de 0,112 implica una relación muy baja. El resultado de p valor = 0.148 >  $\alpha=0.05$ , se rechaza la  $H_1$  y se acepta la  $H_0$ .

Interpretación:

No existe relación significativa entre la gestión financiera y la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

Consecuentemente se observa una correlación muy baja de 0,112 lo cual nos permite aseverar que a un mejor manejo de las estrategias competitivas en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo contribuirá a una mejor gestión financiera para cumplir con los objetivos y metas trazadas por la entidad.

#### 5.3.2. Primera Hipótesis Específica.

##### Hipótesis Específica 1

La gestión financiera se relaciona significativamente con el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

- **Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** No existe relación significativa entre la gestión financiera el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

- **Hipótesis Alternativa (H<sub>1</sub>):** Existe relación significativa entre la gestión financiera el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s \neq 0$$

<b>Correlaciones</b>				
			Gestión financiera	Liderazgo en costos
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,120
		Sig. (bilateral)	.	,119
		N	169	169
	Liderazgo en costos	Coefficiente de correlación	,120	1,000
		Sig. (bilateral)	,119	.
		N	169	169

La r obtenida es de 0,120 implica una relación no significativa negativa. El resultado de p valor = 0.119 > a=0.05, se rechaza la H<sub>1</sub> y se acepta la H<sub>0</sub>.

Interpretación:

No existe relación significativa entre la gestión financiera el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

Consecuentemente se observa una correlación muy baja de 0,120 lo cual nos permite aseverar que a un mejor manejo de la estrategia liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo contribuirá a una mejor gestión financiera para cumplir con los objetivos financieros de la entidad.

### **5.3.3. Segunda Hipótesis Específica.**

#### **Hipótesis Específica 2**

La gestión financiera se relaciona significativamente con la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No existe relación significativa entre la gestión financiera y la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** Existe relación significativa entre la gestión financiera y la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s \neq 0$$

### Correlaciones

			Gestión financiera	Diferenciación
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,077
		Sig. (bilateral)	.	,319
		N	169	169
	Diferenciación	Coefficiente de correlación	,077	1,000
		Sig. (bilateral)	,319	.
		N	169	169

La r obtenida es de 0,77 implica una relación muy baja. El resultado de p valor = 0.319 > a=0.05, se rechaza la H<sub>1</sub> y se acepta la H<sub>0</sub>.

Interpretación:

No existe relación significativa entre la gestión financiera y la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

Consecuentemente se observa una correlación muy baja de 0,77 lo cual nos permite aseverar que a un mejor manejo de la estrategia de diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo contribuirá a una mejor gestión financiera en la entidad.

### 5.3.4. Tercera Hipótesis Específica.

#### Hipótesis Específica 3

La gestión financiera se relaciona significativamente con el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No existe relación significativa entre la gestión financiera el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** Existe relación significativa entre la gestión financiera y el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s \neq 0$$

#### Correlaciones

			Gestión financiera	Enfoque o concentración
Rho de Spearman	Gestión financiera	Coeficiente de correlación	1,000	,061
		Sig. (bilateral)	.	,432
		N	169	169
	Enfoque o concentración	Coeficiente de correlación	,061	1,000
		Sig. (bilateral)	,432	.
		N	169	169

La r obtenida es de 0,061 implica una relación muy baja. El resultado de p valor = 0.432 > a=0.05, se rechaza la H<sub>1</sub> y se acepta la H<sub>0</sub>.

Interpretación:

No existe relación significativa entre la gestión financiera el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

Consecuentemente se observa una correlación muy baja de 0,061 lo cual nos permite aseverar que a un mejor manejo de la estrategia de enfoque o concentración en las Pequeñas y

Medianas Empresas Comerciales de Huancayo contribuirá a una mejor gestión financiera en la entidad.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Después de evidenciar los resultados del estudio, continuamos con el análisis de los mismos, se proseguirá con las conclusiones y recomendaciones del estudio en general.

Los resultados concuerdan con la teoría financiera ha estado en constante cambio debido a los estudios de varios autores que aportan más conocimientos, cambian perspectivas y describen de manera más inductiva de acuerdo a los avances y cambios en el desarrollo económico global.

Se concuerda con la Teoría de la ventaja competitiva o estrategias competitivas de Porter se debe elaborar un plan a largo plazo donde se puedan cumplir estas estrategias que son estandarizadas para cada empresa de manera general, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado.

Se concuerda con la investigación de los autores (De Ávila y Vega, 2016) quienes concluyen que la gestión financiera debe guardar estrecha relación con las estrategias de índole financiero; las estrategias deben centrarse en los costos, diferenciación y enfoque para adaptarse así a los cambios y llegar a la gestión de competitividad.

Se coincide del mismo modo con (Zamorano y Jaramillo, 2019) quien concluye en sus estudio que en los períodos analizados se encontró bajos indicadores de rentabilidad y de creación de valor, dificultades de endeudamiento y crecimiento. Las estrategias fueron hacer un análisis de indicadores financieros, porque los encontrados no cumplen con las exigencias para desarrollar la competitividad.

De igual forma concordamos con (Trujillo et al., 2021) en su artículo científico concluye que, las empresas presentan muchas deficiencias en su presupuesto, en el conocimiento de la información contable y el control de inventarios, que conllevan a poseer una pésima gestión

financiera que afecta en su rentabilidad. Deben enfocarse en plantear estrategias financieras como la obtención de financiamiento externo, ya que sólo se enfocan en el financiamiento propio o interno.

Asimismo en el estudio de (Rivera y Ávila, 2017) en su artículo científico concluye que, se tiene dificultades para acceder al sistema financiero ya que desconocen los procedimientos para su acceso; las altas tasas de interés que son barreras para pedir financiamiento y los trámites documentarios que alargan el tiempo y desaniman el desarrollo completo del proceso.

Se concuerda con (Navarro, 2019) en su tesis quien concluye que el planteamiento de estrategias de desarrollo empresarial como penetración de mercado; desarrollo de productos y de mercados; liderazgo en costos en la cadena de valor son ventajas competitivas para lograr metas como ser líderes en el mercado, ser reconocidos como empresas confiables, innovadoras, poseer alta calidad a bajo precio, aumento de ventas y mayor rentabilidad.

Se concuerda con (Gómez, 2018) en su tesis concluye que para lograr la implementación de estrategia en la administración por procesos en la ventaja competitiva, la gerencia debe tener iniciativas para la transformación de raíz y mediante un compromiso implantar una nueva filosofía gerencial que abarque a todo el personal de la entidad.

## CONCLUSIONES

Verificando y contrastando los resultados de la presente investigación, nuestros objetivos planteados y la demostración de hipótesis, llegamos a las siguientes conclusiones:

- No existe relación significativa entre la gestión financiera y la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.
- La teoría financiera ha estado en constante cambio debido a los estudios de varios autores que aportan más conocimientos, cambian perspectivas y describen de manera más inductiva de acuerdo a los avances y cambios en el desarrollo económico global.
- La vigencia de la Teoría de la ventaja competitiva o estrategias competitivas de Porter se debe elaborar un plan a largo plazo donde se puedan cumplir estas estrategias que son estandarizadas para cada empresa de manera general, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado.
- Para lograr una ventaja competitiva se debe llegar a ofrecer un producto con bajo precio, pero que satisfaga las expectativas del cliente, es decir dar un nivel superior al valor del producto, llamado por Porter cadena de valor, donde el mercado objetivo sea capaz de pagar por nuestro producto el costo que este tenga, así sea alto, porque los beneficios inigualables del producto, puedan compensar este costo.
- La gestión financiera es uno de los componentes relevantes que está inmerso a fluctuaciones permanentes. Este factor es parte de los temas de interés que el empresario actual debe realizar constantemente para optimizar sus procesos y por ende alcanzar niveles altos de competitividad.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo centrarse en estrategias competitivas que satisfaga las expectativas del cliente ofreciendo precios bajos, pero adquiriendo productos de buena calidad para ofrecerlas al mercado objetivo.
2. Es sumamente importante centrarse en los costos, diferenciación y enfoque para adaptarse así a los cambios y llegar a la gestión de competitividad.
3. Se recomienda a las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo centrarse en la innovación, estar a la vanguardia de los cambios para poder lograr beneficios económicos a escala superior a la ya conocida, por la presión de los mercados competidores tomando en consideración los controles operativos, financieros, económicos y tecnológicos en los que se desenvuelve el comercio.
4. Se recomienda a las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales Huancayo Reducir los efectos producido en consecuencia al comercio y centrarse en temas ecológicos, como efecto invernadero, destrucción de la flora y fauna, la competitividad entre empresas ha determinado que se desarrollen productos y servicios enfocados más allá del contexto local, haciendo así que este proceso de globalización no se detenga.
5. Se recomienda finalmente a los gobernantes del país adentrarse en las necesidades reales de los comerciantes como las dificultades que tienen para acceder al sistema financiero ya que desconocen los procedimientos para su acceso; las altas tasas de interés que son barreras para pedir financiamiento y los trámites documentarios que alargan el tiempo y desaniman el desarrollo completo del proceso para el logro un desarrollo económico y social del país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Azofra, V., & Fernández, A. I. (1992). *Evolucion reciente de la moderna teoria financiera*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=147211>
- Borjas, C. (2008). *ORGANIZACIONES PRIVADAS DEL SECTOR SALUD DE MARACAIBO : ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS*.
- Briozzo, A., Vigier, H., Castillo, N., Pesce, G., & Speroni, M. C. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, 32(138), 71–81. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.11.003>
- Cabrera, R., Cuan, M. V., & Alvarado, M. (2015). Control presupuestal en el sector justicia en el municipio de Riohacha. *Omnia*, 21(1), 142–154.  
<https://www.redalyc.org/pdf/737/73742121011.pdf>
- Cañón- Montañez, W. (2011). *El método científico en las ciencias de la salud*. 94–95.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuid/v2n1/v2n1a01.pdf>
- Ceceña, G. (2013). Ventajas competitivas de las empresas cárnicas en Sinaloa of the meat companies in Sinaloa Avantages compétitifs des. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 42–53. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20628498003.pdf>
- Chaverri Chaves, D. (2018). Delimitación Y Justificación De Problemas De Investigación En Ciencias Sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 157.  
<https://doi.org/10.15517/rcs.v0i157.32189>
- Chirinos, C. R., & Rosado, J. F. (2016). *Estrategia de diferenciación : el caso de las empresas industriales*.

Condori, M., Pariona, E., Suasnabar, S., & Reyna, G. A. (2020). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño, Huancayo, 2018. *Socialium*, 4(1), 95–113.

<https://doi.org/10.31876/sl.v4i1.46>

De Ávila, B. J., & Vega, R. R. (2016). *GESTIÓN FINANCIERA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA FRONTERA COLOMBO – VENEZOLANA Resumen : Abstract : TURÍSTICOS NA FRONTEIRA COLOMBO VENEZUELANA*. 38–53.

De la Fuente, M., & Muñoz, C. (2003). VENTAJA COMPETITIVA : ¿ ACTIVIDADES O RECURSOS ? INTRODUCCIÓN A pesar de que el origen del término estrategia se remonta a la época helénica y a pesar de que ya encontramos empresas exitosas como la de los Médicis en el Renacimiento 4 , es básicamente en. *Revista*, 1, 23.

<http://docplayer.es/4618874-Ventaja-competitiva-actividades-o-recursos.html>

Demuner, F., M., & Mercado, S., P. (2011). Estrategia Competitiva y Tecnología de la Estructura Productiva en PyMEs Manufactureras de Autopartes del Estado de México. Estudio de Caso Múltiple Competitive Strategy and Technology of the Production Structure in Auto Parts Manufacturing SMEs in the St. *Panorama Socioeconómico*, 29(42), 4–22.

<http://www.redalyc.org/pdf/399/39922246001.pdf>

Domínguez, Y. S. (2007). Análisis de información y las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Escuela Nacional de Salud Pública*, 33(2), 1–11.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-)

[34662007000300020&lng=es&nrm=iso&tlng=es%0Afile:///C:/Users/USER/Desktop/articulos%20cuantitativos/spu20307.pdf](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020&lng=es&nrm=iso&tlng=es%0Afile:///C:/Users/USER/Desktop/articulos%20cuantitativos/spu20307.pdf)

- Fernández, J. L. (2018). *Creación de ventajas competitivas de las PYME del sector de alimentos y bebidas en el Distrito Metropolitano de Quito a través de la asociación con empresas especializadas en distribución.*
- Gómez, L. (2018). *Administración por Procesos y la Ventaja Competitiva en las Universidades Privadas de Lima - Perú - 2018.* 165.
- Gonzales, M., Espilco, B., & Aragón, L. (2003). Análisis de estrategias competitivas en sectores industriales del Perú. *Industrial Data*, 6(2), 88–93.
- Hernández Sampieri, R. (2015). *Proceso de investigación cuantitativa* (pp. 198–268).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación - Sexta Edición* (Sexta Edic). Editorial Mexicana.
- Lam Díaz, R. M. (2005). Metodología para la confección de un proyecto de investigación. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 21(2), 0–0.
- Landazury, J. J., Mina, J. C., & Bonilla, J. (2020). Análisis de la gestión financiera como aporte a la productividad, en PYMES industriales colombianas (2015-2019) [Tesis de posgrado, Universidad Santiago de Cali]. En *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Número 9). [https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/4928/ANÁLISIS DE LA GESTIÓN FINANCIERA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/4928/ANÁLISIS_DE_LA_GESTIÓN_FINANCIERA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Lizcano, F. (2005). Guía para facilitar la correcta elaboración de proyectos de investigación en ciencias sociales y humanidades. *La Colmena*, 1(45), 98–114.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4463/446344894013.pdf>
- López-Intriago, C. F., Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). *Gestión financiera*

*basada en la creación de valor para el sector microempresarial de servicios. V, 427–454.*

López-Zapata, E., López-Moros, G. P., & Agudelo-Muñoz, S. M. (2019). Relationship between competitive strategies and types of organizational learning in Colombian companies. *Informacion Tecnologica, 30*(5), 191–202. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>

Mora, C. J. (2017). *Las fuentes de financiamiento a corto plazo como estrategia para el incremento de la productividad empresarial en las PYMEs. 3, 338–351.*

Navarro, E. (2019). *Análisis de la cadena de valor y la ventaja competitiva de las empresas procesadoras de agua de mesa en los distritos de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo.*

Ojeda, J. (2011). Ventaja competitiva: El reto de las PyME en la industria del calzado. *Revista Venezolana de Gerencia, 12*(40). <https://doi.org/10.31876/revista.v12i40.10474>

Pacheco, M. C. (2005). Ventaja competitiva: gestión en el nivel de empresa. *Año, 12, 125–146.*

Ramos Galarza, C. A. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica, 9*(3), 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Rangel, I., Graterol, í• ngela, Alizo, M. A., & Socorro, C. (2009). Estrategias de financiamiento aplicadas en el sector panadero del estado Zulia. *Revista de Ciencias Sociales, 14*(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v14i3.25417>

Rivera, H. L., & Ávila, C. (2017). *Estrategias para la Gestión Financiera de las Pymes Productoras de Calzado en la localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá.*

- Rodríguez Jiménez, A., & Omar Pérez Jacinto, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. 179–200.  
<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rosana, M., Rafael, M., & Guillermo, R. (2009). *Gestió Estratégica De Costos E La Cost Strategic Administration in the Zulian Poultry*. 3, 37–60.
- Santiesteban, H. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA LAS CIENCIAS CONTABLES* (Edacun (ed.)).
- Terrazas, R. A. (2009). Modelo De Gestión Financiera Para Una Organización. *Perspectivas*, 23, 55–72. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159005.pdf>
- Trujillo, L., Noriega Gomez, M. G., & Flores, L. A. (2021). *La Gestión Financiera en las MIPYMES de la ciudad de Huajuapán de León Oaxaca , México y su relación con la competitividad*. 1–18.
- Vargas, Z. R. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155.  
<https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>
- Vizmanos, B., Bernal, M. F., López, P. J., Olivares, I. P., & Valadez, F. J. (2009). Guía para elaborar un anteproyecto de investigación. *Revista de Educación y Desarrollo*, 39–46.  
[http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu\\_desarrollo/anteriores/11/011\\_Vizmanos.pdf](http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/11/011_Vizmanos.pdf)
- Zamorano, Y. L., & Jaramillo, A. M. (2019). *GESTIÓN FINANCIERA Y LA RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN SANTIAGO DE CALI 2014-2015*.

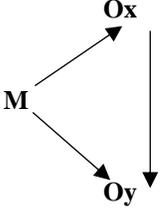
## **Anexos**

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES				
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b> ¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?</li> <li>¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?</li> <li>¿Cuál es la relación existente entre la gestión financiera y enfoque o</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Establecer la relación existente entre la gestión financiera y ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describir la relación existente entre la gestión financiera y liderazgos en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas de Comerciales de Huancayo - 2018.</li> <li>Describir la relación existente entre la gestión financiera y diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.</li> <li>Describir la relación existente entre la gestión financiera y enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas</li> </ul>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b> La gestión financiera se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECIFICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La gestión financiera se relaciona significativamente con el liderazgo en costos en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.</li> <li>La gestión financiera se relaciona significativamente con la diferenciación en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.</li> <li>La gestión financiera se relaciona significativamente con el enfoque o concentración en las Pequeñas y Medianas</li> </ul>	<b>Variable X: Gestión financiera</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de Medición</b>	<b>Instrumento</b>	Cuestionario de Encuesta
			Financiamiento interno	1 al 4	<b>Escala Ordinal (Likert)</b>	Cuestionario de Encuesta	
			Financiamiento interno	5 al 8			
			Administración financiera o finanzas en los negocios	9 al 14			
			<b>Variable Y: Ventaja competitiva</b>				
			Liderazgo en costos globales	15 al 19	<b>Escala Ordinal (Likert)</b>	Cuestionario de Encuesta	
			Diferenciación	20 al 25			
			Enfoque o concentración	26 al 27			

concentración en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018?	Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.	Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.				
---	--	--	--	--	--	--

ENFOQUE, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO, POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL				
<p><b>Enfoque de investigación:</b> Esta investigación se desarrolló en base al <b>enfoque cuantitativo</b> que como menciona (Domínguez, 2007) este enfoque consiste en recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas.</p> <p><b>Método de investigación</b> Esta investigación utilizó como método general, el <b>método científico</b> que como menciona (Cañón-Montañez, 2011) consiste en observar aquellos hechos y descubrir las leyes generales que los rigen.</p> <p><b>Tipo de investigación.</b> El trabajo de investigación es de tipo aplicada que según (Vargas, 2009) dice que son “estudios científicos orientados a resolver problemas de la vida cotidiana o a controlar situaciones prácticas, haciendo dos distinciones”. (p. 159)</p> <p><b>Nivel de investigación.</b> En el presente estudio de investigación se utilizó el <b>nivel descriptivo correlacional</b>, que según menciona (Ramos Galarza, 2020): aquí se necesita plantear una hipótesis donde se establezca una relación entre</p>	<p><b>Diseño de investigación.</b> Para llevar a cabo la investigación se ha considerado el diseño no experimental transversal correlacional que según (Hernández Sampieri et al., 2014. p.154) se trata de recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. De carácter descriptivo-correlacional cuya notación es:</p>  <p>Dónde: M: Muestra de estudio Ox: Gestión financiera Oy: Ventaja competitiva</p> <p><b>Población.</b> Como dice (Lam, 2005) la población: son todos los individuos que presentan características susceptibles a ser estudiada y que se puedan generalizar así los resultados. Se realizó un muestreo de tipo general <b>probabilístico</b> de selección intencional de <b>300 pequeñas empresas del rubro comercial</b>, por ser conveniente económicamente y necesario para la investigación, pero de ello hemos deducido para determinar nuestra población de estudio aplicando el criterio de inclusión y exclusión.</p> <p><b>Muestra.</b> En este sentido nuestra muestra queda determinada por 169 pequeñas y medianas empresas. y de acuerdo al criterio de inclusión y exclusión, será la siguiente:</p> <table border="1" data-bbox="506 1232 1270 1422"> <thead> <tr> <th>Criterios de inclusión</th> <th>Criterio de exclusión</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Empresas comerciales, entendiéndose a esta como comercio de abarrotes.</td> <td>- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal no se encuentren en el</td> </tr> </tbody> </table>	Criterios de inclusión	Criterio de exclusión	- Empresas comerciales, entendiéndose a esta como comercio de abarrotes.	- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal no se encuentren en el	<p><b>Variable X: Gestión financiera</b> <b>Técnica:</b> Encuesta Se aplicará un cuestionario de encuesta de 14 ítems de preguntas con respuestas en escala de Likert.</p> <p><b>Variable Y: Ventaja competitiva</b> <b>Técnica:</b> Encuesta Se aplicará un cuestionario de encuesta de 13 ítems de preguntas con respuestas en escala de Likert.</p> <p><b>Validez</b> Ambos instrumentos (cuestionario de encuesta) se someterá a la validez de juicios de expertos, con grado de magíster o doctor para dar su opinión respectiva.</p> <p><b>Confiabilidad.</b> Ambos instrumentos se someterán al análisis de confiabilidad con el alfa de Cronbach, para tal efecto se utilizó el software estadístico.</p>	<p><b>Interpretación de datos y resultados.</b> Para la interpretación de datos y resultados se construirá una base de datos a partir de los resultados del cuestionario de encuesta aplicado, luego se elaborará tablas de frecuencia y sus respectivas figuras con su interpretación. En todos los casos se aplicará la estadística descriptiva, como la media, los porcentajes y la técnica de baremos y de estatinos.</p> <p><b>Análisis y datos.</b> Para la prueba de hipótesis y el manejo de la base de datos, se utilizará un software estadístico SPSS versión 25; asimismo se aplicará la prueba de normalidad de Kolmogorov- Smirnov, a fin de conocer la prueba estadística para la verificación de las hipótesis.</p>
Criterios de inclusión	Criterio de exclusión						
- Empresas comerciales, entendiéndose a esta como comercio de abarrotes.	- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal no se encuentren en el						

<p>2 o más variables. se establezca una relación entre 2 o más variables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de servicios cuyo domicilio fiscal se encuentra en el ámbito de Huancayo.</li> <li>- Se encuentren bajo el principio de empresa en marcha.</li> </ul> <p>ámbito de Huancayo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas q se encuentren en la condición de no hallado y/o no habido.</li> <li>- Se encuentren en proceso de suspensión de actividades.</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 2px;">Unidad de análisis</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">Informantes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;">Comerciantes en al ámbito geográfico del distrito de Huancayo.</td> <td style="padding: 2px;"><b>169 pequeñas y medianas empresas del rubro comercial.</b></td> </tr> </tbody> </table>	Unidad de análisis	Informantes	Comerciantes en al ámbito geográfico del distrito de Huancayo.	<b>169 pequeñas y medianas empresas del rubro comercial.</b>		
Unidad de análisis	Informantes						
Comerciantes en al ámbito geográfico del distrito de Huancayo.	<b>169 pequeñas y medianas empresas del rubro comercial.</b>						

**Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables**

"GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018"		
VARIABLE X: GESTIÓN FINANCIERA		
<p><b>Definición conceptual</b>                      Gestión financiera:                      Para las pequeñas empresas, la principal fuente de financiamiento son las aportaciones que hacen los dueños o socios de la organización, y cuando la empresa es mediana o grande, las fuentes de financiamiento llegan a ser externas, a través de los créditos de proveedores, instancias financieras privadas o programas gubernamentales (Borjas, 2008).</p> <p><b>Definición operacional</b></p> <p>Para las micros y pequeñas empresas, la principal fuente de financiamiento son las aportaciones que hacen los dueños o socios de la organización, y cuando la empresa es mediana o grande, las fuentes de financiamiento llegan a ser externas, a través de los créditos de proveedores, instancias financieras privadas o programas gubernamentales (Borjas, 2008).                      "La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados" así lo afirma (Terrazas, 2009 como se citó en López-Intriago et al., 2020)</p>		
DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
<b>X1</b> <b>Financiamiento interno</b>	Se considera financiamiento interno a los fondos obtenidos de las operaciones propias de la organización: venta, operación o liquidación del inventario y capitalización de los dividendos ( Gitman, 2000 como se citó en Borjas, 2008)  Como refiere (Rangel et al., 2009) Entre las fuentes de financiamiento internas "se tienen los pasivos acumulados, son pasivos a corto plazo continuamente recurrentes, aumentan automáticamente o espontáneamente, a medida que se expanden las operaciones de una empresa y es una fuente de financiamiento sin garantía". Es "gratuita" ya que no se paga ningún interés específico sobre los fondos que se obtienen a través de los pasivos acumulados.	Préstamos a socios
		Aportaciones de socios Reserva de pasivos Retención de utilidades
<b>X2</b> <b>Financiamiento externo</b>	Son los fondos provenientes de personas o instituciones distintas de la organización (Borjas, 2008).	Apalancamiento financiero a corto plazo Apalancamiento financiero a largo plazo Riesgo financiero Pasivos financieros
<b>X3</b>		Beneficios antes de impuestos Liquidez

<b>Administración financiera o finanzas en los negocios</b>	Para (García-González & Boria-Reverter, 2005), la función de la gestión financiera a través del administrador financiero es la de decidir, planificar, organizar, administrar y vigilar; y de esta manera conseguir el éxito de la organización. (López-Intriago et al., 2020)	Rotación de activos Solvencia Beneficios netos
	Como menciona (Terrazas, 2009) “constituye en un proceso sobre la marcha, debe ser preparado en función al desarrollo de estados y balances que permitirán registrar la información económico-financiera de la organización. Un ejemplo de estos reportes se muestra en los siguientes cuadros que presentan el Estado de Resultados y el Balance General de una empresa.”	Rentabilidad de los activos

**VARIABLE Y: VENTAJA COMPETITIVA**

**Definición conceptual**

La ventaja competitiva según lo afirmado por (Ceceña, 2013) “es con la que una empresa destaca sobre su competidor o grupo de competidores en un mercado determinado”.

**Definición operacional**

“La ventaja competitiva de Porter (1980) se definieron a partir de la relación entre el tipo de ventaja que se desea alcanzar con el entorno para el cual se pretende conseguir dicha ventaja, estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque en un nicho de mercado” (López-Zapata et al., 2019).

DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
<b>Y1 Liderazgo en costos</b>	Según (López-Zapata et al., 2019) refiere que es una “Esta estrategia se centra en la realización de operaciones productivas y empresariales de una forma distinta, propia, focalizada en el <b>manejo eficiente de los costos</b> , sin descuidar la calidad”.	Disminución de costos
		Técnicas de producción
		Sistema de distribución
		Gastos generales
		Método de fijación de precios
<b>Y3 Diferenciación</b>	Diferencia al producto o servicio que se ofrece, creando así algo que en la industria entera se percibe como único (Porter,2015, p.108).  Para (Chirinos y Rosado, 2016) “El éxito de una empresa diferenciada radica en el desarrollo de <b>atributos excepcionales del producto</b> y en el desempeño de procesos con un claro enfoque al servicio” (p.165)	Satisfacción del cliente
		% incremento de clientes
		Aumento de liquidez
		<b>Competitividad</b>
		Innovación
<b>Y4 Enfoque o concentración</b>	Se centra en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico (Porter,2015, p.109).	Calidad
		Mercado objetivo  Cobertura de mercado

--	--	--

**Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Respuesta
<b>V1 Gestión financiera</b>	D1. Financiamient o interno	Préstamos a socios	1. ¿La empresa cumple con sus obligaciones por préstamos obtenidos?	<b>Escala Likert</b> 5= Siempre 4= Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Aportaciones de socios	2. ¿La empresa gestiona aportaciones a socios o propietarios?	
		Reserva de pasivos	3. ¿La empresa crea reserva de pasivos con sus proveedores?	
		Retención de utilidades	4. ¿La empresa crea reservas de capital, es decir, retención de utilidades?	
	D2. Financiamient o externo	Apalancamient o financiero a corto plazo	5. ¿La empresa obtiene préstamos a corto plazo de instituciones financieras?	
		Apalancamient o financiero a largo plazo	6. ¿La empresa obtiene préstamos a largo plazo de instituciones financieras?	
		Riesgo financiero	7. ¿La empresa evalúa algún tipo de riesgo de no cumplir con sus deudas en instituciones financieras?	
		Pasivos financieros	8. ¿La empresa gestiona aportes de otras empresas no financieras o informales?	
	D3. Administració n financiera, o finanzas de los negocios	Beneficios antes de impuestos	9. ¿Ud. ha obtenido beneficios en su actividad empresarial en el periodo anterior?	
		Liquidez	10. ¿La empresa cumple con sus deudas a corto plazo (tributos, remuneraciones, proveedores)?	

		Rotación de activos	11.¿La empresa controla sus activos para generar ingresos?	
		Solvencia	12.¿Considera que la empresa puede cumplir con sus deudas a largo plazo?	
		Beneficios netos	13.¿El pago de impuestos que realiza es lo justo por los ingresos obtenidos?	
		Rentabilidad de los activos	14.¿Considera que la empresa tiene la capacidad de generar mayores beneficios económicos?	
<b>V2. Ventaja competitiva</b>	D1. Liderazgo en costos globales	Disminución de costos	15.¿Comparte la idea que es importante que los costos sean bajos para superar a la competencia?	<b>Escala Likert</b> 5= Siempre 4= Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Técnicas de producción	16. ¿La empresa moderniza su técnica de producción que produce buenos productos a menores precios?	
		Costos operativos	17.¿La empresa aplica estrategias de ventas para reducir sus costos operativos?	
		Gastos administrativos	18.¿La empresa reduce al mínimo sus gastos administrativos?	
		Método de fijación de precios	19.¿La empresa trabaja con precios que le permite obtener mejor flujo de caja?	
	D2. Diferenciación	Satisfacción del cliente	20.¿Ud. considera que su empresa se cumple en cubrir con las expectativas del cliente?	
		% incremento de clientes	21.¿Sabe Ud. que en la empresa ha aumentado la cantidad de clientes?	
		Aumento de liquidez	22.¿La empresa a través de un financiamiento ha obtenido mayor liquidez?	
		Competitividad	23.¿Se preocupa que sus productos sean mejores frente a los de los competidores?	
		Innovación	24.¿Los productos que ofrece la empresa están a la moda?	

		Calidad	25.¿Considera Ud. que en la empresa los productos que brinda al público son de buena calidad?	
	D3. Enfoque o concentración	Mercado objetivo	26.¿Considera Ud. que la empresa enfoca su producto a un segmento de mercado específico?	
		Cobertura de mercado	27.¿Confía Ud. que la empresa puede abastecer a su mercado cautivo sin problemas?	

## Anexo 4: El instrumento de investigación y constancia de su aplicación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

### CUESTIONARIO

Mediante el presente documento nos presentamos a Usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra tesis titulada “**GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018.**”; el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestra hipótesis, del cual pedimos nos apoye en las respuestas; quedando agradecidos por su intervención y haciendo la aclaración de que dicha información será **reservada y anónima.**

**INSTRUCCIONES:** A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados con la gestión financiera y la ventaja competitiva, marque con una “X” en la columna la alternativa según considere conveniente.

<b>VARIABLE 1: GESTIÓN FINANCIERA</b>						
<b>PREGUNTAS</b>		<b>Alternativas de Respuestas</b>				
		1	2	3	4	5
<b>Financiamiento interno</b>						
01	¿La empresa cumple con sus obligaciones por préstamos obtenidos?					
02	¿La empresa gestiona aportaciones a socios o propietarios?					
03	¿La empresa crea reserva de pasivos con sus proveedores?					
04	¿La empresa crea reservas de capital, es decir, retención de utilidades?					
<b>Financiamiento externo</b>						
05	¿La empresa obtiene préstamos a corto plazo de instituciones financieras?					
06	¿La empresa obtiene préstamos a largo plazo de instituciones financieras?					
07	¿La empresa evalúa algún tipo de riesgo de no cumplir con sus deudas en instituciones financieras?					
08	¿La empresa gestiona aportes de otras empresas no financieras o informales?					
<b>Administración financiera, o finanzas de los negocios</b>						
09	¿Ud. ha obtenido beneficios en su actividad empresarial en el periodo anterior?					
10	¿La empresa cumple con sus deudas a corto plazo (tributos, remuneraciones, proveedores)?					
11	¿La empresa controla sus activos para generar ingresos?					
12	¿Considera que la empresa puede cumplir con sus deudas a largo plazo?					
13	¿El pago de impuestos que realiza es lo justo por los ingresos obtenidos?					
14	¿Considera que la empresa tiene la capacidad de generar mayores beneficios económicos?					

## Anexo 4: El instrumento de investigación y constancia de su aplicación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

### CUESTIONARIO

Mediante el presente documento nos presentamos a Usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra tesis titulada “**GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018.**”; el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestra hipótesis, del cual pedimos nos apoye en las respuestas; quedando agradecidos por su intervención y haciendo la aclaración de que dicha información será **reservada y anónima.**

**INSTRUCCIONES:** A continuación, usted encontrara un conjunto de ítems relacionados con la gestión financiera y la ventaja competitiva, marque con una “X” en la columna la alternativa según considere conveniente.

<b>VARIABLE 2: VENTAJA COMPETITIVA</b>						
<b>PREGUNTAS</b>		<b>Alternativas de Respuestas</b>				
		1	2	3	4	5
<b>Liderazgo en costos globales</b>						
01	¿Comparte la idea que es importante que los costos sean bajos para superar a la competencia?					
02	¿La empresa moderniza su técnica de producción que produce buenos productos a menores precios?					
03	¿La empresa aplica estrategias de ventas para reducir sus costos operativos?					
04	¿La empresa reduce al mínimo sus gastos administrativos?					
05	¿La empresa trabaja con precios que le permite obtener mejor flujo de caja?					
<b>Diferenciación</b>						
06	¿Ud. considera que su empresa se cumple en cubrir con las expectativas del cliente?					
07	¿Sabe Ud. que en la empresa ha aumentado la cantidad de clientes?					
08	¿La empresa a través de un financiamiento ha obtenido mayor liquidez?					
09	¿Se preocupa que sus productos sean mejores frente a los de los competidores?					
10	¿Los productos que ofrece la empresa están a la moda?					
11	¿Considera Ud. que en la empresa los productos que brinda al público son de buena calidad?					
<b>Enfoque o concentración</b>						
12	¿Considera Ud. que la empresa enfoca su producto a un segmento de mercado específico?					

13	¿Confía Ud. que la empresa puede abastecer a su mercado cautivo sin problemas?					
----	--	--	--	--	--	--

## Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

### Informe de Confiabilidad del instrumento de investigación

Para el análisis de confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, cuya fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

El instrumento se aplicó a una muestra piloto de 169 comerciantes de las pymes del distrito de Huancayo, los resultados son como siguen:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,808	27

**Interpretación:** Los datos de la muestra de estudio relacionados con la gestión financiera y la ventaja competitiva; los cuales presentan una excelente confiabilidad como vemos que el coeficiente alfa de Cronbach 0,808 se encuentra en el intervalo de 0,72 a 0,99 descrita en la tabla posterior.

### Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach

Intervalos	Interpretación
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera, A (1998). *Notas sobre Psicometría*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

Anexo 6: La data de procesamiento de datos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	
1	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	
2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	
3	2	2	3	3	1	1	2	3	3	4	4	4	4	4	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	
4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	
5	5	2	3	4	2	3	4	5	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	
6	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	
7	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	1	2	2	2	1	2	
8	1	1	2	5	1	1	2	5	2	3	4	5	4	4	2	3	3	3	3	1	2	3	4	5	5	2	2	
9	1	1	3	3	2	2	5	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	4	4	1	5	5	5	3	3	3	4	
10	2	2	3	3	1	1	3	3	5	5	3	3	3	3	1	1	3	3	5	2	3	3	4	4	5	2	2	
11	3	3	5	5	2	2	3	3	5	5	4	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	4	2	2	4	5	
12	3	4	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
13	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	
14	2	1	2	3	3	4	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
15	2	3	3	5	1	1	3	4	1	5	4	4	3	3	2	2	3	3	3	5	5	4	4	3	5	5	4	
16	3	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	4	5	4	2	3	3	4	2	4	2	2	3	4	3	2	3	
17	4	3	3	4	2	3	1	1	1	3	3	2	2	4	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	
18	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	3	2	4	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3	3	
19	4	3	2	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	5	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3	3	
20	4	3	3	4	2	3	1	1	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	

21	5	2	2	4	3	4	1	1	1	4	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3
22	4	3	4	4	4	5	5	2	1	2	2	3	2	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
23	5	4	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3
24	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3
25	4	3	3	4	2	5	1	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3
26	5	3	4	4	3	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	4	4	2	3	4	3	3
27	5	3	2	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3
28	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3
29	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4
30	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
31	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4
32	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	1	1	2	3	4
33	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	5	2	3	4	2	3	3
34	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	2	2	4	4	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2
35	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3
36	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4
37	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
38	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3
39	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
40	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	1	2	2	4	4	4	2	4	2	1	3
41	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	3	2	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3
42	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4
43	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3
44	3	4	3	3	3	2	4	5	2	4	4	4	5	3	2	3	3	4	2	4	2	2	3	4	3	2	3
45	5	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2
46	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3
47	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	1	3	4	2	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	2
48	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	4	2	3	1	1
49	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	2	1	4	3	4	3	4	4	4	4	1	2	3	1	1	1

50	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	2	
51	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	3	1	1	
52	4	3	4	4	3	4	1	2	2	4	4	1	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	4	1	1	
53	5	4	4	4	3	4	1	1	1	2	2	1	2	3	3	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	2	
54	3	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	3	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	3	4	1	3	
55	4	3	3	4	2	3	1	1	1	3	3	2	4	2	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	
56	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	1	2	3	3	
57	4	3	2	3	2	3	1	2	1	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	5	3	4	4	1	2	4	4	
58	4	3	3	4	2	3	1	1	1	3	3	4	3	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	1	2	4	4	
59	5	2	2	4	3	4	1	1	1	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	1	2	4	4	
60	4	3	4	4	4	5	5	2	1	2	2	4	3	3	5	4	4	5	3	5	3	4	4	2	3	2	3	
61	5	4	4	4	3	4	1	3	3	2	3	5	2	5	3	5	3	4	3	5	3	4	4	1	2	4	4	
62	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	5	3	5	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	
63	4	3	3	4	2	5	1	3	1	3	3	5	1	2	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3	3	
64	5	3	4	4	3	2	1	3	1	3	3	2	5	4	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3	3	
65	5	3	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	5	3	2	2	3	3	4	4	1	2	3	3	3	3	4	
66	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	1	1	2	
67	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	5	2	3	4	2	
68	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	1	2	3	3	3	4	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	
69	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	
70	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	
71	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
72	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	
73	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	
74	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	1	3	3	3	3	4	3	1	2	2	4	4	4	2	4	2	
75	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	3	4	4	5	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	2	
76	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	
77	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	
78	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	5	2	3	3	4	2	4	2	2	3	4	3	

79	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	2	2	4	3	4	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	
80	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	
81	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	3	2	2	4	5	4	5	2	3	3	4	4	4	4	
82	3	4	3	3	3	2	4	5	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	5	3	4	4	3	4	
83	5	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	5	2	2	3	3	4	4	1	2	
84	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3	5	3	5	4	4	3	4	1	2	2	4	
85	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	1	2	4	4	3	3	5	4	4	3	4	1	1	1	2	
86	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	3	4	1	3	1	2	1	2	1	3	
87	4	3	4	3	5	3	4	3	5	4	5	2	1	3	2	2	5	3	4	3	4	2	3	1	1	1	3	
88	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	1	1	1	1	2	1	
89	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	4	2	3	2	3	1	2	1	3	
90	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	1	3	2	5	3	4	3	4	2	3	1	1	1	3	
91	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	1	3	4	5	5	3	4	2	4	3	4	1	1	1	4	
92	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	4	2	2	5	3	4	4	4	4	5	5	2	1	2	
93	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	1	4	4	3	4	1	3	3	2	
94	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	
95	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	1	5	3	4	4	3	4	2	5	1	3	1	3	
96	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3	2	1	3	1	3	
97	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	1	5	3	4	4	2	3	3	3	1	2	2	3	
98	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	3	3	2	5	3	4	4	1	5	3	4	4	1	2	3	
99	3	2	3	5	3	4	2	3	4	2	2	2	4	3	3	4	5	5	3	5	3	3	4	4	1	2	3	
100	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	1	1	2	3	4	
101	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	5	2	3	4	2	3	3	
102	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	
103	4	3	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3
104	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	
105	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	
106	4	3	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	1	2	2	4	2	2	3	
107	3	4	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	1	1	1	2	3	3	3	

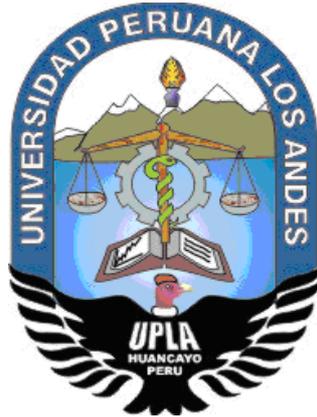
108	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	1	3	1	2	1	2	1	3	2	1	3
109	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	2	4	3	4	3	4	2	3	1	1	1	3	2	2	3
110	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	2	3	1	1	1	1	2	1	3	4	4
111	4	3	5	3	4	3	4	5	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	1	3	2	3	3
112	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	3	2	3	3	4	2	3	1	1	1	3	3	2	3
113	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	2	4	3	3	2	4	3	4	1	1	1	4	2	2	2
114	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	1	2	4	3	5	4	4	4	5	5	2	1	2	3	5	3
115	4	3	4	3	5	4	3	5	4	5	4	2	3	4	3	5	4	4	3	4	1	3	3	2	1	2	3
116	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	2	4	1	2	4
117	3	4	3	3	3	2	4	5	2	4	4	2	3	4	3	5	3	4	2	5	1	3	1	3	2	3	2
118	5	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2	1	3	1	3	2	4	4
119	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	1	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2
120	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	3	3	5	3	4	4	1	5	3	4	4	1	2	4	4
121	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	4	4	1	2	4	4	2
122	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	2	5	3	4	4	1	3	3	4	4	1	2	3	2
123	4	5	4	3	4	3	5	3	5	4	5	5	1	4	5	3	4	4	1	5	3	4	4	1	2	3	2
124	4	5	5	3	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
125	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	5	4	4	4	2	3	4	4	4	3
126	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	2	3	4	3
127	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
128	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
129	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
130	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
131	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
132	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
133	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	2	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
134	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
135	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	2	3	3	3	3	4
136	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	2	3	4	4	4	3

137	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3
138	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
139	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
140	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3
141	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3
142	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	2	4	3	3	5	3	5	4	1	2	4	5	4	3
143	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	1	2	3	3	3	3
144	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	2	2	3	5	3	4	4	1	2	3	3	3	3
145	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	1	2	3	3	3	3
146	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	5	3	4	4	1	2	4	4	4	3
147	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	1	2	4	4	4	3
148	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	2	3	4	4	3	3	5	3	4	4	1	2	4	4	4	3
149	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	3	4	2	3	3	5	3	4	4	2	3	2	3	4	3
150	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	3	2	3	4	3
151	3	4	3	3	3	2	4	5	2	4	4	4	4	3	1	3	3	3	5	4	4	2	2	3	4	4	3
152	5	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
153	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4
154	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	3	3	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3
155	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
156	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4
157	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
158	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
159	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
160	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
161	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	3	4	5	4
162	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
163	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
164	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	2	4	3	2	3	3	4
165	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4

166	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	5	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	4	2
167	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
168	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
169	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	1	3	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	3

**Anexo 7: Juicio de expertos**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**VALIDEZ DE CONTENIDO**

# **Juicio de Expertos**

**Instrumento: CUESTIONARIO**

**Tesis**

**Gestión Financiera y Ventaja Competitiva en las Pequeñas y  
Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018**

**AUTORAS:**

**Salome Avila Maddley Raquel**

**Raraz Beraun Liz Melvi**

**HUANCAYO- PERU**

**2023**

Asunto: **Validación de instrumentos a través de  
JUICIOS DE EXPERTOS**

Me es grato comunicarnos con usted para expresarle un cordial saludo y así mismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Universidad Peruana Los Andes, de la carrera profesional de Contabilidad y Finanzas, vengo realizando el curso Taller de Investigación II; se requiere validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para desarrollar la investigación cuyo título es **“Gestión Financiera y Ventaja Competitiva en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018”** y es imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted por su connotada experiencia en el tema; así mismo sus observaciones y recomendaciones como juez de validación serán de gran ayuda para la elaboración final de nuestro instrumento de investigación.

El expediente de validación contiene:

- a) Anexo 1 : Carta de Presentación
- b) Anexo 2 : Matriz de Consistencia
- c) Anexo 3 : Matriz de Operacionalización de Variables
- d) Anexo 4 : Matriz de Construcción del Instrumento
- e) Anexo 5 : Instrumento de Investigación
- f) Anexo 6 : Planilla de Juicio de Expertos

Agradeciéndole de antemano, expresándole mi sentimiento y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispone a la presente.

Atentamente

---

Salome Avila Maddley

DNI: 72668269

---

Raraz Beraun Liz Melvi

DNI: 70225299

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

### Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “CUESTIONARIO” que hace parte de la investigación “GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018” La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### I. Datos Generales

Nombres y apellidos del juez	
Formación académica	
Área de experiencia profesional	
Tiempo	
Cargo actual	
Institución	
Autor(es) del instrumento	

#### II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
COHERENCIA	Responden a lo que se debe medir en la variable, dimensiones e indicadores.			X	
CONGRUENCIA	Están acorde con el avance de la ciencia y tecnología.		X		
SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad para medir los indicadores de la variable.		X		
OBJETIVIDAD	Se expresan en comportamientos y acciones observables y verificables.			X	
CONSISTENCIA	Se han formulado en relación a la teoría de las dimensiones de la variable.		X		
ORGANIZACIÓN	Son secuenciales y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			X	
CLARIDAD	Están redactados en un lenguaje claro y entendible.		X		
OPORTUNIDAD	El instrumento se aplica en un momento adecuado.			X	
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones y opciones de respuesta bien definidas.		X		
<b>TOTAL</b>			<b>10</b>	<b>15</b>	

Coeficientes	Validez
--------------	---------

0.40 a más	Muy bueno
0.30 a 0.39	Bueno
0.20 a 0.29	Deficiente
0 a 0.19	Insuficiente

(Elosua & Bully, 2012)

**Coefficiente de Validez**

$$\frac{D + R + B}{30} = 25/30 = 0.83$$

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
		27	Muy bueno

Sello y Firma:

\_\_\_\_\_

CPC.





## Anexo 8: Consentimiento informado



### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Salome Avila Maddley Raquel y Raraz Beraun Liz Melvi alumnas de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema “**GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán asignadas por un número no por sus datos personales y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este estudio, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....  
Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Salome Avila Maddley Raquel y Raraz Beraun Liz Melvi; He sido informado de que la meta de este estudio es saber sobre “**GESTIÓN FINANCIERA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”.

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el estudio en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puede contactar con mi persona, Salome Avila Maddley Raquel y Raraz Beraun Liz Melvi.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

## **Anexo 9: Fotos de aplicación del instrumento**