



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**LA GESTIÓN DE RIESGO FINANCIERO Y SU INFLUENCIA
EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS
EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO DE LIMA
METROPOLITANA, AÑO 2019**

**PRESENTADO POR
EDUARDO SANDRO TAMBRACC RAMOS
NATALY CELESTE MEDINA MEZA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**LA GESTIÓN DE RIESGO FINANCIERO Y SU INFLUENCIA
EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS
EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO DE LIMA
METROPOLITANA, AÑO 2019**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

PRESENTADO POR:

EDUARDO SANDRO TAMBRACC RAMOS

NATALY CELESTE MEDINA MEZA

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA:

El siguiente trabajo está dedicado a
Dios, a nuestros padres, compañeros y,
maestros quienes nos guían
a través del conocimiento.

Agradecimiento

Agradecemos a todas las personas que nos apoyaron en la culminación del trabajo de investigación, a nuestra asesora Dra. Flor Marlene Recavarren Ramírez, por guiarnos en la elaboración de la investigación, a los gerentes y contadores de las empresas de bienes de consumo que nos brindaron su tiempo y nos compartieron sus experiencias en el área y también a la Universidad de San Martín de Porres por brindarnos las herramientas necesarias.

INDICE

Carátula.....I	
Dedicatoria.....II	
Agradecimiento.....III	
Índice.....IV	
Resumen	V
Abstract.....	VI
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1- Descripción de la realidad problemática	18
1.2- Formulación del problema	20
1.2.1.Problema principal.....	20
1.2.2. Problemas secundarios	20
1.3- Objetivos de la investigación	20
1.3.1- Objetivo general.	21
1.3.2- Objetivos específicos	21
1.4- Justificación de la investigación.....	21
1.4.1- Importancia de la investigación	21
1.5- Limitaciones del estudio.....	22
1.6- Viabilidad del estudio.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	23
2.1- Antecedentes de la investigación.	23
2.1.1- Tesis Nacionales.....	23
2.1.2. Tesis Internacionales	25
2.2. Bases Teóricas.....	27
2.3. Términos Técnicos.	43
2.4. Formulación de hipótesis.....	45
2.4.1. Hipótesis principal	45
2.4.2. Hipótesis secundarios.	45
2.5. Variables y definición operacional.	46

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	48
3.1. Diseño metodológico	48
3.1.1. Tipo de investigación.....	49
3.2. Población y muestra	49
3.2.1. Población	49
3.2.2. Muestra	49
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	50
3.3.1. Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos.....	50
3.3.2. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos	50
3.5. Aspectos éticos.....	51
CAPITULO IV: Resultados.....	53
4.1. Resultado de la encuesta	53
4.2 Análisis de Fiabilidad	65
CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
5.1. Discusión	66
5.2. Conclusiones	67
5.3. Recomendaciones	68
Fuentes de Información	70
ANEXOS.....	74
Anexo N° 01. Matriz de consistencia.....	75
Anexo N° 02.Encuesta.....	76

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue analizar “La gestión de riesgo financiero y su influencia en la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019”.

Se inicia con una metodología de investigación exploratoria que permitió conocer a fondo sobre la gestión de riesgos financieros integrar la información necesaria para el desarrollo del tema. La metodología de investigación descriptiva permitió especificar a la gestión de riesgos financieros en el ámbito de la competitividad empresarial. La investigación fue de tipo aplicativo, debido a que sus resultados servirán de utilidad práctica, de un nivel descriptivo-correlacional. La población estuvo conformada por las empresas comerciales en Lima Metropolitana. La muestra se delimitó en 30 empresarios MYPE.

Los resultados del trabajo de campo mostraron que la aplicación de la gestión de riesgos financieros repercute positivamente en la competitividad empresarial en las empresas de bienes de consumo.

Palabras clave: riesgos financieros, competitividad, administración de riesgos, instrumentos financieros, mercados financieros.

Abstract

The general objective of the research was to analyze "financial risk management and its influence on business competitiveness in consumer goods companies in Metropolitan Lima, year 2019".

It begins with an exploratory research methodology that allowed a thorough understanding of financial risk management to integrate the information necessary for the development of the subject. The descriptive research methodology made it possible to specify financial risk management in the field of business competitiveness. The research was of an application type, because its results will serve as practical utility, of a descriptive-correlational level. The population was made up of commercial companies in Metropolitan Lima. The sample was delimited in 33 people made up of accountants, administrators and managers.

The results of the field work showed that the application of financial risk management has a positive impact on business competitiveness in consumer goods companies.

Keywords: financial risks, competitiveness, risk management, financial instruments, financial markets.

Introducción

Este trabajo de investigación busca que las empresas de Bienes de Consumo tengan conocimientos sobre como incide la Gestión de Riesgo Financiero en su competitividad empresarial, contribuyendo al desarrollo corporativo, disminuir la incertidumbre y convertirla en oportunidad a través de distintas herramientas financiera.

Para la mejor comprensión, esta investigación ha sido dividida en V capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del Problema, este contiene la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, la formulación de los objetivos, la justificación, limitación y la viabilidad de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico, analiza los antecedentes de la investigación revisadas tanto en Universidades Nacionales e Internacionales; además de los términos básicos para entender la investigación y la formulación de hipótesis.

Capítulo III: Trata sobre la Metodología de la Investigación, se muestra el diseño metodológico a utilizar y las principales técnicas de recolección de datos, la determinación de la población y muestra.

Capítulo IV: Resultados, muestra los datos obtenidos en la investigación a través de las herramientas de recopilación con las cuales se obtuvo la información correspondiente a través de las encuestas.

En el Capítulo V: Se presenta la discusión, las conclusiones y recomendaciones que fueron obtenidas de los resultados del trabajo de campo. También se muestra las fuentes de información, y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1- Descripción de la realidad problemática

A través del tiempo se ha podido demostrar la necesidad de implantar medidas ante la aparición de los riesgos financieros.

Al respecto, Artaza A. (2017) sostiene que la quiebra del banco americano Lehman Brothers en el año 2008, fue un evento histórico en el mundo bancario-financiero. Este banco con una amplia trayectoria en el mercado demostró su ineficiencia en la administración de riesgos financieros en todos sus niveles, estando expuesto a 60 mil millones de dólares, de deudas incobrables. Su alto índice de riesgo fue ocasionado por el aumento forzado de rentabilidad, olvidándose de todas las maneras de gestionar un riesgo; por eso represento la mayor crisis económica y financiera. El desliz de esta gran corporación tuvo incidencia en los sistemas financieros de otros países.

El mismo autor sostiene que los bancos peruanos no fueron ajenos a esta realidad. Es entonces que, a inicios del 2008, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS), en el Reglamento de la Gestión integral de riesgos aprobado por la Resolución SBS N°37-2008, determino que todos los bancos y entidades financieras deben considerar una gestión financiera de riesgos adaptable a su naturaleza, complejidad, producción, actividades y tamaño de estas entidades.

Santos N. (2018) Argumenta que la gestión de riesgos financieros es una función primordial para todo tipo de empresa, porque mediante ella podrá determinar a qué adversidades o contingencias se encuentran expuestas y de esta manera podrá anticiparse para tomar medidas preventivas. Actualmente en el Perú no existe la concientización de prevención de riesgos, no obstante, las empresas con alta producción están obligadas a desarrollar un plan de gestión, cotidianamente supervisado por las entidades reguladoras.

Durante mucho tiempo la percepción sobre la calidad de los bienes, ha representado una ventaja competitiva en las empresas. Es por ello por lo que las empresas de bienes de consumo ponen mucho énfasis en priorizar la aplicación de medidas para mitigar o reducir los diversos tipos de riesgo.

A pesar de la aplicación de estas herramientas para reducir el riesgo, existen algunas adversidades que la empresa debe afrontar. Una de ellas es la ausencia de criterio para el otorgamiento de créditos, la cual ocasiona la falta de liquidez a corto plazo. Por otro lado, se tiene conocimiento, que las empresas de bienes de consumo no mantienen un control adecuado en su presupuesto de costo, generando dos escenarios: el primero, el exceso de producción y mercadería en los

almacenes; y el segundo escenario donde existe la falta de stock debido al crecimiento a la demanda en el mercado. Por último, se observa en las empresas medianas en este sector la falta de aplicación de algunos instrumentos financieros, lo cual ocasiona la pérdida de los beneficios económicos que nos brinda estos instrumentos financieros.

1.2- Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿En qué medida la gestión de riesgo financiero influye en la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?

1.2.2. Problemas secundarios

- ¿De qué manera los Instrumentos Financieros influyen en la Competitividad Financiera de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?
- ¿En qué medida el Riesgo de Crédito incide en el Acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?
- ¿En qué medida el Riesgo de Liquidez incide en la Política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?

1.3- Objetivos de la investigación

1.3.1- Objetivo general.

Determinar en qué medida la gestión de riesgos financieros influye en la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

1.3.2- Objetivos específicos

- Verificar la manera en que los instrumentos financieros influyen en la competitividad financiera de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.
- Demostrar en qué medida el Riesgo de Crédito inciden en el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.
- Comprobar en qué medida el Riesgo de Liquidez incide en la Política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

1.4- Justificación de la investigación

1.4.1- Importancia de la investigación

La presente investigación es importante para las empresas de bienes de consumo, ya que deben contar con planes de acción para enfrentar los diferentes tipos de riesgos financieros, favoreciendo la competitividad empresarial.

La investigación beneficiará a las empresas de bienes de consumo, debido a que servirá como instrumento de gestión financiera, reflejando óptimos desempeños financieros.

La administración de riesgo financiero es importante en este sector, porque gracias a esta, se puede optimizar el

otorgamiento de créditos, dependiendo la capacidad de pago de los clientes. Asimismo, permitirá establecer un correcto presupuesto para contar con la cantidad adecuada de existencias en un tiempo determinado.

1.5- Limitaciones del estudio

Para el desarrollo de la investigación se ha comprobado que el material de información es en parte restringida, ya que el análisis para la empresa puede ser desfavorable. Sin embargo, dicha limitación no ha sido significativa para continuar y llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

1.6- Viabilidad del estudio

El trabajo de investigación cuenta con información importante y adecuada para su estudio y al mismo tiempo desarrollo, así como el conocimiento en riesgos financieros y su incidencia en la competitividad empresarial; por otra parte, contamos con los recursos económicos y la disponibilidad del tiempo necesario para el desarrollo de la investigación, por lo que resulta viable su desarrollo.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1- Antecedentes de la investigación.

2.1.1- Antecedentes nacionales

- Condor, K. y Taipe, J. (2019). **Gestión de riesgo crediticio y el índice de morosidad en mi banco agencia Chupaca – 2018.** Tesis para obtener el título de licenciado en administración, Universidad Peruana Los Andes, Lima – Perú. La presente investigación se ejecutó con el objetivo de visualizar la importancia que tiene una adecuada gestión de riesgo financiero y como ayuda a las instituciones financieras a estar preparadas antes futuras crisis crediticias. El diseño metodológico se realizará mediante un método científico, en base a tres aspectos siguientes: racional-reflexivo, metódico-sistemático y dialecto y lógico. Las conclusiones son las siguientes:
 - a. Una adecuada gestión de riesgo crediticio no necesariamente nos asegura que vamos a tener resultados positivos en base a índice de morosidad.
 - b. Las políticas de crédito que viene ejecutando la institución micro financiera, no cuenta con estándares óptimos para poder alcanzar la eficiencia, debido a los resultados de los últimos periodos.
 - c. La institución financiera si cuenta y ofrece variedad de créditos muy adecuados para el cliente y población, **también** los operarios toman en cuenta que esto ayuda a facilitar la captación y colocación de créditos.

- Paucar, N. y Pari. N. (2017). **El riesgo financiero y el otorgamiento de créditos de la financiera credits to promote your business s.a. en la agencia Huancavelica 2014.** Tesis para obtener el título de contador público, Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica - Perú. La presente investigación se ejecutó con el objetivo poder determinar la conexión que existe entre la variedad de riesgos financieros y el conceder créditos por parte de la financiera credits to promote your business s.a., en la agencia de Huancavelica. El diseño metodológico que se aplicará será una investigación aplicada, es porque cuenta con casos prácticos inmediato bien definido. Las conclusiones son las siguientes:
 - a. Debido a los análisis estadísticos realizados, los riesgos financieros impactan de manera relevante y negativa respecto al otorgamiento de crédito, esto conlleva que a mayor riesgo financiero menor sería el crédito ofrecido.
 - b. Debido a los análisis estadísticos realizados, los riesgos de liquidez impactan de manera relevante y negativa respecto al otorgamiento de crédito, esto conlleva que a mayor riesgo liquidez menor sería el crédito otorgado.
 - c. Debido a los análisis estadísticos realizados, los riesgos de mercado impactan de manera relevante y negativa respecto al otorgamiento de crédito, esto conlleva que a mayor riesgo mercado menor sería el crédito dado.
- Camacho, M. (2017). **La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango.** Tesis para obtener el título profesional de licenciada en international business, Lima - Perú. La presente investigación se ejecutó con el objetivo de examinar cual es el impacto que ocasiona la competitividad de la corporación peruana de mango frente al desarrollo del exportador. Para ello se analizaron las

definiciones de competitividad aplicados en la Administración y Negocios Internacionales, además de comprender como se visualiza el desarrollo exportador en las principales corporaciones peruanas de mango. Las conclusiones son las siguientes:

- a. La competitividad de las corporaciones se enlaza fuertemente y autoriza la perfección en el desempeño exportador, necesario por la dura influencia de la misma.
- b. A pesar que la dimensión performance se enlazo muy débil con el desarrollo del exportador de las corporaciones de mango, se llegó a la conclusión que, a mayor performance, mayor desempeño.
- c. Los medios de las corporaciones como dimensión de investigación concluyeron el impacto en el desarrollo exportador de las corporaciones de mango.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Redin, M. (2016). **La evaluación financiera y análisis de riesgo de un proyecto de inversión forestal desarrollado en el Ecuador**. Tesis para obtener la maestría en finanzas y gestión de riesgos, Quito – Ecuador. La presente investigación se ejecutó con el objetivo de examinar el riesgo de un proyecto forestal de balsa ejecutado en Ecuador, incentivado debido al desarrollo frecuente de las exportaciones de madera en los últimos periodos, a pesar que el sector no es muy favorable para ese tipo de actividades. El diseño metodológico se realizará mediante un estudio técnico y estudio de mercado. Las conclusiones son las siguientes:

- a. La actividad forestal muestra una gran fuerza para desarrollarse, de la evaluación realizada hemos concluido que, a pesar de manipular datos conservadores, los indicadores son positivos para la ejecución del proyecto.

- b. Se cumple con la finalidad de ejecutar un examen de riesgos y financiamiento para el proyecto forestal, obteniendo resultados favorables para el desarrollo del proyecto.
- c. Los accesibles financiamientos ofrecidos por Corporación Financiera Nacional, son importantes para poder tener un flujo de efectivo perseverante.

Calderón, H. y Guerrero, M. (2018). **Competencias empresariales para la internacionalización de pymes frutícolas de Guayaquil**. Tesis para obtener el título de ingeniería en comercio exterior. La presente investigación se ejecutó con la finalidad de evaluar la incidencia de las competencias del emprendedor en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas y que tan importante son las bases teóricas para respaldar la demanda creciente. El diseño metodológico se realizará diseños no experimentales, debido a que los que indagan la información son agentes pasivos. Las conclusiones son las siguientes:

- a. Las cualidades, capacidades y competencias que deba cumplir el perfil de un empresario son de suma importancia, debido a que conlleva aprovechar las oportunidades, mediante estrategias, desarrollando la corporación de una manera adecuada.
- b. Llegamos a determinar que el estado ecuatoriano cuenta con todo el conocimiento y la situación actual por la que atraviesa los empresarios de las pymes, pudiendo fomentar y apoyar al desarrollo de los emprendedores, sin embargo, los empresarios no cuentan con el mismo conocimiento

- c. Es importante realizar un plan estratégico de mercado lo cual conllevaría a que los empresarios de las pymes puedan internacionalizarse, haciendo que su producto cumpla con el perfil necesario para satisfacer la necesidad de los importadores.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE- X: Gestión de Riesgos Financieros

MARCO CONCEPTUAL

La gestión de riesgos financieros se define como la probabilidad de que suceda algo negativo relacionado a la circulación del mercado. Asimismo, se entiende por riesgo financiero como la posibilidad de tener pérdidas financieras en una situación determinada, bajo un contexto financiero y económico cambiante e inestable, en un futuro, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

La finalidad de toda actividad económica es la de generar riqueza. Para ello, las empresas deciden invertir el dinero que tienen como capital de trabajo para generar ganancias a corto o largo plazo; sin embargo, deben tener en mente otros factores que tomar en cuenta al momento de invertir, y el más importante es la rentabilidad que dicha inversión va a generar. La Revista Economía y Política (2019) define que la Gestión de Riesgos financieros es esencial para poder cumplir con los objetivos planteados y anticiparse a posibles eventos infortunados. En finanzas, se entiende al riesgo como la probabilidad de observar diferentes rendimientos a los esperados por la entidad. Sin embargo, la única manera de evitar por completo al riesgo es con la inexistencia, por lo que administrarlo es necesario.

¿Cuál es Importancia de la gestión de riesgo en las empresas?

De acuerdo con Herrera J., Señalín, L., Serrano, P., & Vega, F. (2018), la importancia financiera en las empresas revela los recursos de la entidad de manera económica y por ende impacta en las decisiones que los usuarios toman con relación a las inversiones, negocio y operaciones en los diferentes aspectos macroeconómicos. Por este motivo, la gestión financiera de las empresas nos permite contar con información financiera más fiable y útil. Para una mejor gestión se deben establecer políticas y proceso que mejoren el ambiente interno los cuales brinden una razonabilidad sobre los resultados operativos de las transacciones del negocio basado en la premisa que la información se registró en condiciones normales donde se garantiza la eficiencia y eficacia de los objetivos de cada empresa. Diez, L. y López, J. (2001) definen que la dirección financiera consiste en gestionar los Estados Financieros de una entidad con relación a la disposición de efectivo y manejo de este antes del agotamiento de recursos, y a la vez, se pueda gestionar la inversión y obtener resultados excedentes.

Según Gómez (2002). Los Riesgos Financieros se clasifican en dos grandes grupos:

Riesgos cuantificables

Aquellos que se calculan basándose en criterios objetivos y pueden expresarse fácilmente en términos monetarios. En este grupo se integran los riesgos de mercado y de crédito.

Riesgos no Cuantificables

Cuya Valoración en un tanto más relativa y dependerá de los criterios aplicados en cada entidad. Se incluyen en este grupo los riesgos de liquidez, legal y operativo.

La preocupación o inquietud por los riesgos financieros siempre ha existido, por ello es muy importante la importancia de todos los riesgos producidos en los negocios de las empresas financieras y no financieros.

Instrumentos Financieros

Un instrumento financiero es un contrato que da lugar, en conjunto con el activo financiero y el pasivo financiero. Este concepto significa la relación bilateral que supone todo instrumento financiero, al implicar a dos partes de forma simultánea, y también pone de manifiesto la necesidad de conjugar la contabilización que tenga lugar en las dos partes implicadas en el mismo, para asegurar la máxima coherencia. Sobre definiciones y tratamiento de los instrumentos financieros no derivados puede verse el trabajo de Gonzalo (2005).

Se tiene como ejemplos de instrumentos financieros; las acciones, ordinarias o preferentes, que constituyen el capital de una empresa; las obligaciones, ya sean simples o convertibles; los préstamos que una empresa concede a las empresas de su grupo o a sus trabajadores; los bonos o pagarés emitidos por el Estado y adquiridos por las empresas; las cuentas a cobrar de los

clientes e incluso el efectivo mantenido en caja o en cuentas corrientes bancarias.

La problemática de los instrumentos financieros es un problema que involucra a la competitividad empresarial en las empresas de bienes de consumo ya que los diferentes tipos de instrumentos financiero juegan un papel clave en los mercados, Estas opciones suelen ser emisión de acciones, prestamos, la compraventa de divisas y líneas de crédito. También los instrumentos financieros se efectúan con frecuencia para conseguir financiamiento. En la cual suelen representar el patrimonio de una compañía, como las acciones, en la cual esto ayuda a las organizaciones a financiar sus operaciones comerciales.

De acuerdo con Bojórquez (2014). Los riesgos de mercado se refieren a las pérdidas potenciales ocasionadas por movimientos adversos en los precios de los activos subyacentes. Se han identificado como riesgos relevantes en el desarrollo de la presente investigación, los siguientes:

- El riesgo cambiario, que es el riesgo de la variación en las ganancias netas como resultado de movimientos en los tipos de cambio.
- El riesgo de fluctuaciones de precio se refiere a los imponderables inherentes a la amplitud de fluctuaciones del precio de un activo en un periodo dado. Para que haya riesgo, las fluctuaciones de un precio determinado deben afectar en forma diferente los ingresos y egresos de una empresa, creándose un descalce o brecha financiera.

Clasificación de los Instrumentos Financieros

Larrea (2016) indica que los instrumentos financieros se pueden clasificar por "clase de activos", dependiendo de si están basados fondos propios de las empresas (que refleja la propiedad de la entidad emisora) o basado en deuda (lo que refleja un préstamo que el inversor haya realizado a la entidad emisora). Si se trata de la deuda, pueden clasificarse en corto plazo (menos de un año) o a largo plazo. La mayoría de estos instrumentos, son a la vez de inversión y de financiación, son de inversión para el adquirente y de financiación para el vendedor.

Riesgo de Crédito

Los créditos son la razón de ser de los bancos, por lo que este riesgo es el que suele traer mayor preocupación a dichas entidades y a las reguladoras sin embargo el crédito al consumo puede considerarse como un préstamo a corto plazo que va a satisfacer las necesidades propias de las unidades familiares, para la adquisición de bienes o servicios, pago de alimentos, cancelación de la escuela o universidades, comprar un vehículo, adquirir línea blanca o marrón, entre otras.

La Cartera de Créditos de Consumo en una Institución Bancaria, está focalizada principalmente a otorgarlos a una sola persona individual, la mayoría de veces sin presentar fiador, por ello son destinados a financiar la adquisición de bienes de consumo a personas individuales que con dificultad ellos podrían acceder a otras opciones de recursos financieros.

Miguel (2017) indica que los créditos al consumo es el financiamiento que establece los bancos a las familias y se agrupan en: tarjetas de créditos (para el pago de bienes y/o servicios), créditos para vehículos (adquisición de automóvil nuevo o usado) y otros créditos (es un producto financiero que se otorga a los tarjetahabientes de crédito y no afecta el límite de la tarjeta de crédito, créditos personales, entre otros). La cartera de créditos según cuentas o según situación del préstamo se clasifican en:

- Créditos vigentes: son aquellos que están generando en la actualidad ingresos a la institución y que los deudores no se han atrasado en las cuotas de pago, es decir; están al día.
- Créditos reestructurados: préstamos que se encuentran pendientes y cuyas condiciones originales han sido renegociadas (plazo, monto, tasa de interés, cuotas).
- Créditos vencidos: son aquellos que presentan más de dos cuotas de pagos atrasadas, pero que todavía no han pasado al departamento legal. El préstamo se considera vencido cuando el interés y el principal no han sido cancelados en los términos pactados originalmente.
- Créditos en litigio: en esta categoría se encuentran los montos financiados por el banco que presentan retrasos considerables en las cuotas de pago y están en el departamento legal del banco.
- Provisión para cartera de créditos: es un monto que es destinado por los bancos para hacer frente a posibles pérdidas.

Etapas de riesgo de crédito

- La primera etapa de riesgo de crédito consiste en no tener un impacto significativo a nivel de riesgo desde su reconocimiento.
- La segunda etapa contiene el deterioro significativo de la calidad del crédito desde su reconocimiento, pero no evidencia correctamente el deterioro.
- La tercera etapa presenta los instrumentos financieros que evidencian objetivamente el deterioro a la fecha del informe.

Riesgo de Liquidez

La liquidez es la “Capacidad de un activo de convertirse en dinero en el corto plazo sin necesidad de reducir el precio” (Sevilla, 2015), en otras palabras, la liquidez está asociada con la capacidad de un activo disponible y por ende el mismo sea convertido rápidamente en dinero.

Por lo cual, la liquidez ha evidenciado ser un instrumento de interés, de acuerdo con ello, al contar con una ausencia de liquidez o un exceso de liquidez, implica a que esto sea desfavorable, puesto que, cuando se origina la falta de liquidez, sucede que los recursos no sean los suficientemente disponible para hacer frente a las obligaciones. Mientras que, si se genera un exceso de liquidez, involucra que se está distribuyendo sus recursos de manera ineficaz. En ambos casos, de manera indirecta o directa, esto disminuye la habilidad de progreso que afecta de manera directa la competitividad. Del mismo modo, los activos líquidos, son de mucha importancia dado que los mismos, tienen como finalidad que para llegar a sus obligaciones adquiridas en un determinado tiempo los accionistas no deberían tomar de sus propios recursos, y se pueda evaluar de forma regular su valor dentro del mercado y los activos.

Por ello, la falta de liquidez en realidad se vincula de no contar con los recursos necesarios para reducir las obligaciones en el corto y largo plazo.

La problemática de liquidez es un problema que involucra a la empresa, por lo cual se puede comprender que los problemas de liquidez tienen un efecto de gestión de riesgo que utilizando una buena planificación lo suficientemente adecuado para poder controlar y prever situaciones de riesgo.

URIZA (2019) menciona que para poder exponer mayor las implicaciones de la liquidez en el ámbito empresarial, se debe remontar desde un concepto económico a las opiniones dadas por John Maynard Keynes quien considera la liquidez como una herramienta a tomar en cuenta y que contribuye una parte fundamental del desarrollo económico de un país, dado que cuando un país cuenta con liquidez existe mayor probabilidad de que no se genere deuda y por lo tanto, se puede decir que genera el dinero suficiente para sostener su economía interna sin incurrir en terceros, esta situación expuesta por Keynes conlleva a que Joseph Eugene Stiglitz considere que si bien es cierto que cuando un país es eficiente en la administración de sus recursos se genera mayor beneficios y por lo tanto mayor dinero, cuando no se cuenta con la suficiente información asimétrica se generen fallas dentro del mercado, las cuales tienen un efecto domino como es mencionado por Alfred Marshall como la irracionalidad dentro del mercado puesto que cuando los mercados se cohiben de información, los mismos no pueden actuar de manera eficiente afectando como menciona Milton Friedman a que la teoría monetaria se vea afectada de manera sustancial ya que en esta premisa las teorías dadas por Adam Smith con relación a que los mercados se autorregulan no tienen ninguna validez producto de una globalización sin precedentes.

Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica, o también conocida como rentabilidad por activo, es el rendimiento que ha obtenido una empresa por cada recurso o activo que posee. Las empresas utilizan esta ratio para determinar cuan efectivos están siendo sus activos para generar beneficio o utilidad (Robles, 2012, p.36).

La importancia de la gestión del riesgo de liquidez permite que las empresas del sector de consumo puedan cumplir con los flujos de efectivo que emergen después de las obligaciones de pago, fortalece la reputación de las mismas frente a las variaciones del mercado, por ende permite proporcionar confianza a los clientes, proveedores y funcionarios; acortando la probabilidad de que se origine un riesgo de quiebra y por ello permite disminuir el costo de financiamiento que una empresa puede llegar a tener tanto en situaciones normales como de crisis, al poder identificar nuevas fuentes de financiamiento.

2.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE- Y: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

MARCO CONCEPTUAL:

El término de competitividad empresarial debe de definirse como la virtud que tienen las organizaciones empresariales para obtener poder y así designar recursos, con lo que éstas sean capaces de incrementar sus propias cuotas de mercado, sus beneficios y, por lo tanto, el crecimiento como empresa. Indudablemente, las empresas crecen a costa de la competencia que hay en el mercado que sea en el mismo producto o servicio, porque, los mercados pueden seguir creciendo, pero como sube también la cuota de este mercado se desarrolla casi por definición siempre a costa de otra empresa del mercado.

Según la Revista Empresa World (2016); la empresa competitiva es: “Empresa que tiene la cualidad de la competitividad, la capacidad y habilidad para competir exitosamente en su mercado. La empresa competitiva es una organización en la cual todos sus componentes están alineados para tener la capacidad para producir y mercadear sus productos, bienes o servicios, en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. (p.4) “Una empresa es competitiva cuando puede producir productos y servicios de calidad superior y a costos inferiores que sus competidores. La competitividad es sinónimo del desempeño de rentabilidad de una empresa en el largo plazo y de su capacidad para remunerar a sus empleados y generar un mayor rendimiento para sus propietarios.” (Jaramillo p.78)

La Competitividad empresarial como parte de la contabilidad implica sobre cómo obtener rentabilidad en el mundo del mercado junto con sus competidores, siempre en cuando obtengan los insumos necesarios, ya que se realiza mediante la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido, y la productividad de los otros oferentes del mercado.

La empresa en el sector consumo, es competitiva cuando el cliente se encuentra en mi primer lugar y en cuanto a los precios que se les brinda para ofrecer sus servicios a un precio que le permite cubrir los costos de servicios y así obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Por ello, en algunos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y la empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a varios factores del precio, como, por ejemplo, la calidad, la imagen, o la logística.

La competitividad empresarial se deduce que la estructura de la capacidad es el gran concepto directo hacia los principios estratégicos; y esto quiere decir, que los conocimientos del factor, que es humano y de la propia organización, como también, la comunidad para la generación de beneficios y las empresas son directamente vinculantes con el dinamismo de una organización.

¿La competitividad va más allá de la productividad?

Si, ya que la competitividad representa un proceso desarrollado y centrado en crear y fortalecer las capacidades productivas y organizacionales para poder contrarrestar de manera sobresaliente los cambios del entorno, transformando las ventajas comparativas en competitivas, dando sostenibilidad a través del tiempo como factor principal para obtener niveles altos de desarrollo.

De este concepto se deduce que la competitividad tiene que ver con los siguientes indicadores: costos, precios, cantidad, calidad, presencia en el mercado, con la innovación, la flexibilidad y adaptación a los cambios, fortalecer y procesar la reflexión, el análisis, romper con los paradigmas, ser proactivo, organizar y rediseñar las empresas.

Competitividad financiera

Tenemos que tomar en cuenta de que toda organización tiene una determinada capacidad para competir en el mercado en un momento del tiempo, y que está influenciada por la productividad, los costos y calidad de sus productos o servicios.

Con Respecto a la ventaja competitiva se afirma que para las empresas solo se tiende que limitarse a promocionar constantemente un beneficio único para los mercados que vaya a ser la meta; esta ventaja debe de ser calificada como primer lugar por ese atributo, que es el que el consumidor tiende a inclinarse a la hora de su elección.

También, hay que tomar en cuenta de que para las marcas no todos tienen sentido, para poder diferenciarse, por lo que las empresas deben tener bastantes cuidados con la manera en que buscan diferenciarse de la competencia. Vale la pena poder enfocar varios distintivos, en la medida que éstas puedan satisfacer diversos criterios como ser: Importante, Distintiva, Superior, Comunicable, Preferente, Asequible y Rentable.

El mejor producto del mundo necesita un concepto que lo identifique frente a sus posibles consumidores y los distinga frente a sus posibles competidores, es decir el posicionamiento se puede definir como la acción de diseñar la oferta y la imagen de una empresa de tal modo que ocupe un lugar distintivo en la mente de los consumidores, señala Kotler y Lane (2006).

Acceso al financiamiento

El acceso al financiamiento es uno de los principales problemas a los que se deben enfrentar las empresas a lo largo de su funcionamiento, siendo mayor la dificultad para aquellas empresas que se encuentran en sus inicios y/o son informales y que, por lo general, son de menor tamaño. A pesar de ello, las mismas no dejan de contribuir al país, especialmente a las sociedades más vulnerables.

En Lima Metropolitana, las pequeñas y medianas empresas producen el 19 % del PBI, y generan empleo aproximadamente un 46.8 % de la población económicamente activa (PEA), según la publicación en el diario El Peruano (2019), datos tan importantes que corroboran la gran contribución de las empresas en Lima Metropolitana.

Es importante resaltar, que el objetivo del presente estudio es identificar los factores que afectan el acceso al financiamiento de las empresas, así como el brindar información relevante acerca de las mismas. También, nos permitirá dar un alcance de las mejoras que podrían realizarse a favor de las empresas, para así buscar mitigar las limitaciones encontradas, las mismas que funcionan como barrera para su desarrollo económico, de producción y de empleo.

Larrea (2016) se refiere como requisito para el financiamiento: En los últimos años se han incrementado las instituciones financieras formales que atienden las necesidades de dinero de emprendedores como tú. Esta amplia gama comprende a Bancos y tienes que estar correctamente preparado para toda exigencia.

- Analiza las reglas y asegúrate de cumplir con cada detalle.
- El financista es tu aliado.
- Pon orden en tu equipo Financieras orientadas a la pequeña y microempresa, Cajas Municipales y Cajas Rurales, Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYMES) y al Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI).

Financiamiento con capital propio

Siempre que sea posible y cuenten con la liquidez respectiva, las empresas pequeñas, en sus inicios, tienden a financiar sus inversiones con fondos propios (Echevarría et al. 2016). Se presentan dos casos:

El primero decide financiarse con su propio dinero, puesto que así separa cualquier problema externo que pueda perjudicar a la empresa, como la pérdida de control de esta y el segundo caso son las empresas familiares.

Según Echevarría (2013) indica que: el financiamiento para estas empresas jóvenes estará definitivamente marcado por la apuesta del capital propio, así como por la limitada liquidez con que contarán, lo cual afectará en el corto o largo plazo su crecimiento. Queda claro, entonces, que toda empresa que recién inicia sus actividades tiene poca probabilidad de calificar a un financiamiento externo; es por ello por lo que busca capital de entre sus familiares o amigos cercanos que les permita adquirir algún tipo de financiamiento de deuda.

Financiamiento con los proveedores

Es un método muy experimentado por las pequeñas y microempresas, debido a que éstas obtienen materia prima necesaria para aplica a su oferta de mercado. Ese financiamiento se logra a través de un convenio entre el proveedor la pyme. En este caso se determina las condiciones de pago, generalmente son plazos entre 60 a 90 días y sin recargo alguno. Es importante mencionar que dicho contrato se realiza para mayor seguridad del proveedor, ya que este no cuenta con toda la información necesaria 30 de la empresa.

Política empresarial de ventas

La formulación de la política empresarial de ventas en relación con el producto o servicio tiene que ver con el establecimiento de guías para elegir el artículo que se producirá (bien o servicio) y que se ofrecerá al mercado.

En principio el concepto de política empresarial de ventas quiere decir que prácticamente estas son decisiones o actitudes de la administración superior, políticas descritas en un marco dentro del cual todo el personal de la empresa debe operar para balancear las actividades según convenga a las condiciones de la empresa.

Para fijar la política empresarial de ventas y la promoción de ella, en este aspecto debe considerarse la publicidad que se dará al producto servicio, el empaquetado, la distribución, así como es necesario tener información de los precios y condiciones que se encuentra en el mercado específicamente la competencia estar al tanto de sus promociones que hacen, así como cada cuando y en qué consisten.

Johnston y Marshall (2009) señalan que la filosofía que guía a las mejores empresas de ventas en el siglo XXI consiste en agregar valor al negocio del cliente y en última instancia, llegar a ser el vendedor preferido. Esto quiere decir, que toda política de empresa está orientada al cliente, a su personal y por consecuente, los procesos incluyen valores a sus clientes. Puesto que el proceso de valor para los clientes, Wachner, Plouff y Grégoire (2009) señalan que un enfoque de ventas orientado a los clientes se centra en ayudar a éstos en la toma de decisiones de compras para que sean satisfactorias, y podrían incluir acciones que sacrifiquen la venta inmediata y comisiones de venta a favor de un mayor interés del cliente.

Cabe señalar que la orientación a alcanzar las metas de ventas establecidas por la alta gerencia conlleva a que se concentren en números y se enfoque en el producto o servicio únicamente, caso contrario que las políticas estén apegadas a un enfoque de marketing orientado al servicio y las necesidades de cada tipo de grupos de clientes.

Las política empresarial de ventas en las empresas son fundamentales porque son un guía para el personal y para lograr los objetivos propuestos por las empresas, en el caso específico de las política empresarial de ventas actualmente existen empresas que prestan mucha atención a este tema de las políticas en particular, invierten recursos para tener conocimiento tanto interno como externo de la empresa y poder aplicar las más adecuadas según el momento así como el fiel cumplimiento de las mismas, también se encuentran empresas que establecen políticas y están permanentemente sin cambios, más no así obvian el entorno en que se mueve la empresa como el cliente, la competencia, la demanda, situación económica del mercado.

Jobber y Lancaster (2009) denominan a ésta nueva relación como la venta moderna, que se caracteriza por la retención de los clientes con alto potencial y los clientes rentables, la supresión de los clientes costosos o de poco margen, establecer una relación de largo plazo con los clientes, la creación de bases de datos de clientes y uso de las tecnologías de información y comunicación, el mayor involucramiento de los vendedores en áreas de Marketing y Ventas, el rol de los vendedores como consultores que trabajan con el cliente y que tienen la capacidad de identificar y satisfacer sus necesidades.

Estos aspectos deben tomarse muy en cuenta al momento de aplicar la política empresarial de ventas puesto que cada una de ellas varían día a día por ende las políticas necesariamente deben actualizarse apegándose a la información que se tiene del macro y micro entrono. Desarrollo y las políticas en la empresa.

Según Álvarez (2017); cabe señalar que la extensión de la empresa se forma en los fundamentos para diseñar las políticas en la empresa, particularmente afecta a las políticas económicas de las compañías, esto sucede, al desarrollar el criterio y reglas por el cual se asignaran los recursos que dispone en la compañía. Las políticas en la compañía como una ciencia, así como para disponer de destrezas para aprender, en la conducción de las direcciones de los recursos y de trabajadores, servirán para determinar las políticas en la compañía. Todas las políticas en la empresa, como asignaciones de los recursos, descansaran, en cuanto, a la cultura de la empresa y filosofía, en la táctica, con los fines de poder determinar el criterio de dirección en la empresa. Por lo que, es el resultado de la extensión en la compañía, y a la vez crea las bases para definir el criterio que permitirá elegir de una forma clara el recurso en las diferentes funciones y áreas de la empresa.

2.3. Términos Técnicos.

Financiamiento: Es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, esto quiere decir, recursos como por ejemplo el dinero para que pueda realizar sus planes.

Competitividad: Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio, también se refiere a las empresas que exportan productos y apuesta por el mercado internacional.

Rentabilidad: La rentabilidad es la habilidad que tiene la empresa para generar suficiente utilidad; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos.

Finanzas: Es un conjunto de Actividades relacionadas para el intercambio de distintos bienes de capital entre individuos o empresas y estudia la administración del dinero es decir los recursos financieros.

Informalidad: Es una característica que no está sujeto a las normas por lo tanto se vincula a lo irregular o a lo no convencional.

Formalización: Acción y efecto de formalizar o formalizarse como por ejemplo el comportamiento se puede formalizar según el puesto de trabajo (en el caso de producción rígida).

Organización: Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización.

Dirección: Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador.

Control: Es un mecanismo preventivo y correctivo adoptado por la administración de una entidad que permite la oportuna detección y corrección de desviaciones o ineficiencias.

2.4. Formulación de hipótesis.

2.4.1. Hipótesis principal

Si la Gestión de Riesgos Financieros es eficiente, entonces mejora la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

2.4.2. Hipótesis secundarias.

Si los instrumentos financieros se gestionan eficientemente, entonces la competitividad financiera mejorará en las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

Si se gestiona adecuadamente el riesgo de crédito, entonces facilitará el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

Si se gestiona adecuadamente el riesgo de liquidez, entonces mejorará la política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.

2.5. Variables y definición operacional.

2.5.1. Variable independiente

Definición conceptual	Gestión Riesgo Financiero	
Definición operacional	Indicadores:	Índices:
	Instrumentos Financieros	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cartas de crédito ○ Leasing financiero
	Riesgo de Crédito	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tasas preferenciales ○ Solvencia económica
	Riesgo de Liquidez	<ul style="list-style-type: none"> ○ Estabilidad de riesgo ○ Falta de liquidez
Escala Valorativa	Ordinal	

2.5.2. Variable dependiente

Definición conceptual	Competitividad Empresarial	
Definición operativa	Indicadores:	Índices:
	Competitividad Financiera	<ul style="list-style-type: none"> ○ Solidez financiera ○ Rentabilidad
	Acceso al financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capital de trabajo ○ Otorgamiento de prestamos
Política empresarial de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias de ventas ○ Sistema de control 	
Escala Valorativa	Ordinal	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es el transaccional correlacional.

Ox r Oy

Donde:

O = Observación.

x = Gestión de riesgo financiero

y = Competitividad empresarial

r = Relación de variables.

3.1.1. Tipo de investigación

De acuerdo a la naturaleza del estudio que se ha planteado, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una investigación aplicada.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población que conforma la investigación está delimitada por 54 empresarios MYPE, empadronados a nivel de Lima Metropolitana, según el Centro de Desarrollo Empresarial de la Municipalidad de Lima Metropolitana en el año 2019.

3.2.2. Muestra

Para la determinación óptima de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo aleatorio simple propuesto por R.B. Ávila Acosta en su libro "Metodología de la Investigación".

$$n = \frac{Z^2 NP Q}{Z^2 PQ + NE^2}$$

Donde:

Z = 1.65 distribución normal para un nivel de confianza de 90%.

P = 0.5

Q = 0.5

E = Margen de error 10%.

N = Población. (54)

N = Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de confianza de 90% y 10% como margen de

error “n” es:

$$n = \frac{(1.65)^2 (54) (0.5) (0.5)}{(1.65)^2 (0.5) (0.5) + (54) (0.1)^2}$$

n = 30 empresarios Mypes.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos

Los métodos de investigación empleados en el proceso de investigación han sido: El método descriptivo, estadístico, de análisis – síntesis, entre otros, que de acuerdo con el desarrollo de la investigación se ha dado indistintamente.

La encuesta, se caracteriza por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtiene mediante el cuestionario.

3.3.2. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

El procedimiento de validez se orienta para garantizar su eficacia y efectividad de las técnicas e instrumentos de investigación, fundamentalmente si estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad de aquello que se desea medir de las variables. Para tal efecto se utiliza la prueba de Alpha de Cronbach.

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento y análisis de la información se efectuaron con el programa estadístico informático de mayor uso en las ciencias sociales; Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 25, versión en español.

3.5. Aspectos éticos

En la elaboración del trabajo, se ha dado cumplimiento a la ética profesional, desde el punto de vista especulativo con los principios fundamentales de la moral individual y social; y el punto de vista práctico a través de las normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común, con juicio de valor que se atribuye a las cosas por su fin existencial y a las personas por su naturaleza racional, enmarcadas en los siguientes códigos de ética: Código de Ética de la Universidad de San Martín de Porres, Código de Ética de la Federación Internacional de Contadores y el Código de Ética de la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú.

Los códigos de ética mencionados anteriormente hacen referencia a principios fundamentales como:

- Respeto a la persona humana.
- Búsqueda de la verdad.
- Honestidad intelectual.
- Búsqueda de excelencia.
- Integridad.
- Objetividad.
- Competencia profesional y debido cuidado.
- Confidencialidad.

- Comportamiento profesional ético.
- Independencia y objetividad, y;

En general, prevalecieron los valores éticos, en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable y financiera.

CAPITULO IV

RESULTADOS

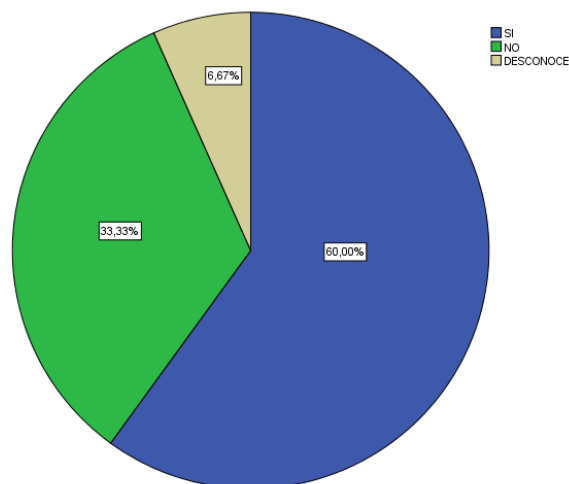
4.1. Resultado de la encuesta

1. ¿Considera importante que las cartas de crédito permiten mejorar la liquidez de la empresa de manera competitiva?

Tabla 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	60,0	60,0
	NO	10	33,3	93,3
	DESCONOCE	2	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Gráfico 1



Interpretación:

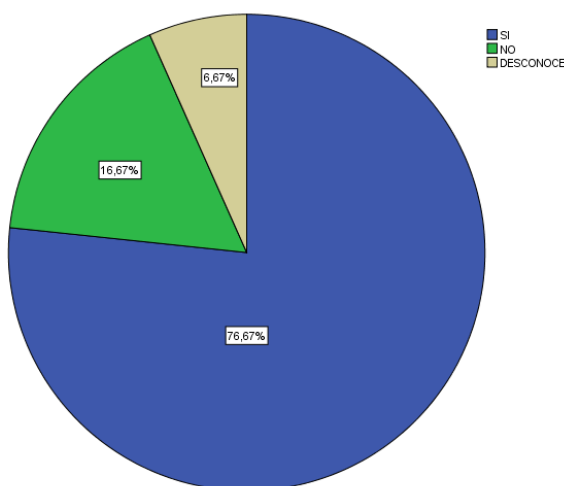
El trabajo de campo permitió encontrar en la información estadística, tal como lo muestra el gráfico respectivo que el 60.00% de los encuestados señalaron que es importante que las cartas de crédito permiten mejorar la liquidez de la empresa, mientras el 33.30% indicaron que no y el 6.70% restante refirieron desconocer, arribando al 100%

2. ¿Usted está de acuerdo que el leasing financiero beneficia a los empresarios?

Tabla 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	23	76,7	76,7
	NO	5	16,7	93,3
	DESCONOCE	2	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Gráfico



Interpretación:

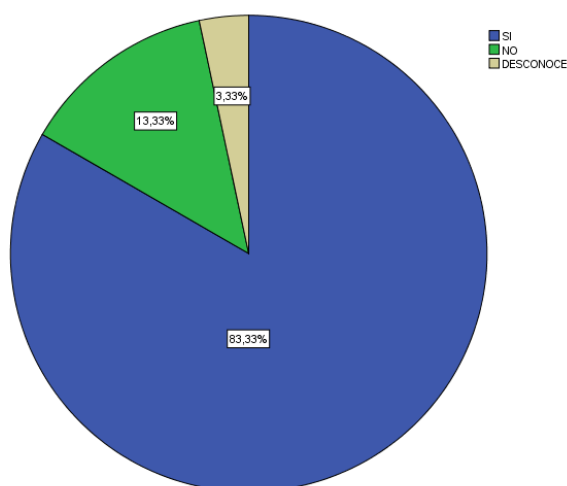
El estudio por la forma como se ha planteado permitió conocer que el 76.70% de los encuestados considerados en la muestra, inclinaron su respuesta en la primera de las alternativas, es decir que están de acuerdo que el leasing financiero beneficia a los empresarios; mientras que el 16.70% respondieron que no y el 6.7% expresaron desconocer, sumando el 100%.

3. ¿Usted está de acuerdo con las tasas preferenciales que otorgan las entidades financieras?

Tabla 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	25	83,3	83,3	83,3
NO	4	13,3	13,3	96,7
DESCONOCE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 3



Interpretación:

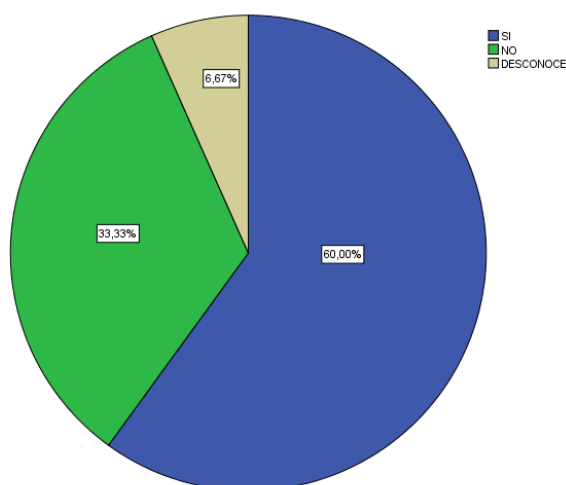
Cabe señalar que la información obtenida en la pregunta nos demuestra con claridad que el 83.30% de los encuestados indicaron que están de acuerdo con las tasas preferenciales que otorgan las entidades financieras, 13.30% no lo compartieron los puntos de vista por diferentes razones y el 3.30% expresaron desconocer, sumando el 100%.

4. ¿Considera que la empresa tiene solvencia económica para cumplir con sus pagos a corto plazo?

Tabla 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	18	60,0	60,0	60,0
NO	10	33,3	33,3	93,3
DESCONOCE	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 4



Interpretación:

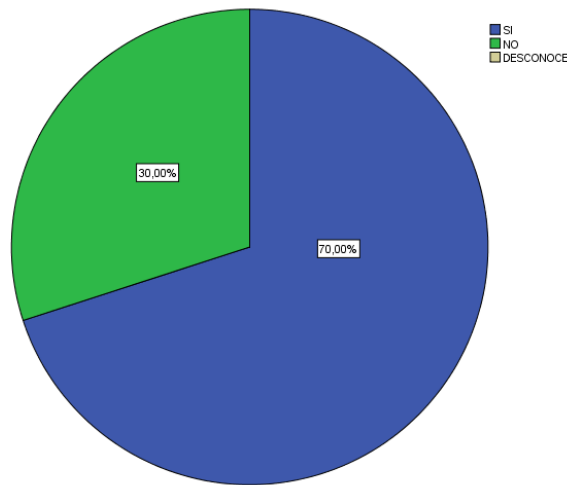
El trabajo de campo permitió encontrar en la información estadística, tal como lo muestra el gráfico respectivo que el 60.00% de los encuestados señalaron que la empresa si tiene solvencia económica para cumplir con sus pagos a corto plazo, mientras el 33.30% indicaron que no y 6.70 desconocen.

5. ¿Considera usted, que al optar por una buena gestión y evaluación permite monitorear adecuadamente la estabilidad del riesgo de liquidez en las empresas?

Tabla 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	21	70,0	70,0	70,0
NO	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 5



Interpretación:

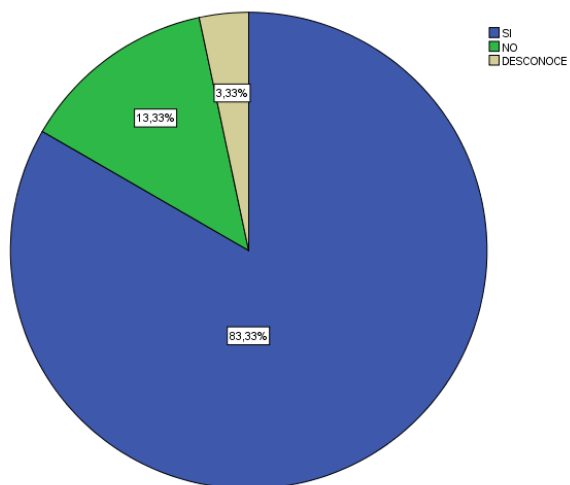
El estudio por la forma como se ha planteado permitió conocer que el 70.00% de los encuestados, inclinaron su respuesta en la primera de las alternativas, es decir que optan por una buena gestión y evaluación; mientras que el 30.00% respondieron que no.

6. ¿Considera usted, que la falta liquidez de las empresas ha generado problemas de estabilidad económica?

Tabla 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	25	83,3	83,3	83,3
NO	4	13,3	13,3	96,7
DESCONOCE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 6



Interpretación:

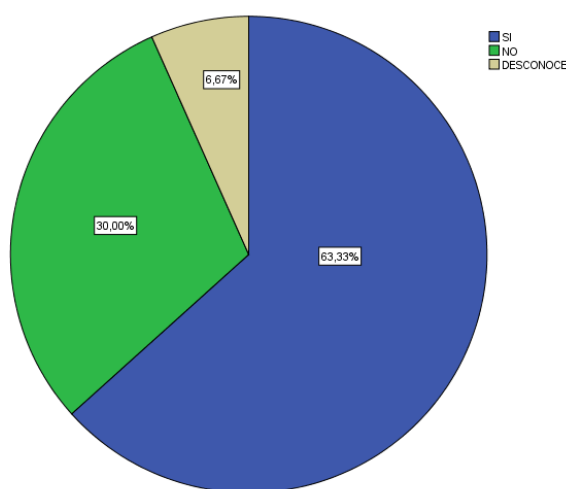
El trabajo de campo permitió encontrar en la información estadística, tal como lo muestra el gráfico respectivo que el 83.33% de los encuestados señalaron que las empresas cuentan con problemas de estabilidad económica por falta de liquidez, mientras el 13.33% indicaron que no y 3.30 desconocen.

7. ¿Cree usted que la situación económica en cuanto a la solidez financiera mejora la competitividad de la empresa?

Tabla 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	19	63,3	63,3	63,3
NO	9	30,0	30,0	93,3
DESCONOCE	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 7



Interpretación:

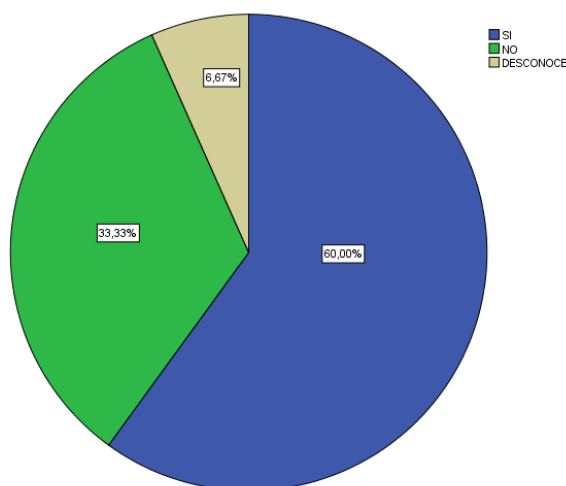
Al observar la tabla en la parte estadística, encontramos que el mayor porcentaje de los encuestados (63.33%), consideran que la situación económica en cuanto a la solidez financiera mejora la competitividad de la empresa; en cambio el 30.00% tuvieron puntos de vista contrarios al de la mayoría y el 6.67% se limitaron en señalar que desconocían, llegando así al 100% de la muestra.

8. En su opinión ¿está de acuerdo que la rentabilidad financiera mejora la competitividad de la empresa?

Tabla 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	18	60,0	60,0	60,0
NO	10	33,3	33,3	93,3
DESCONOCE	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 8



Interpretación:

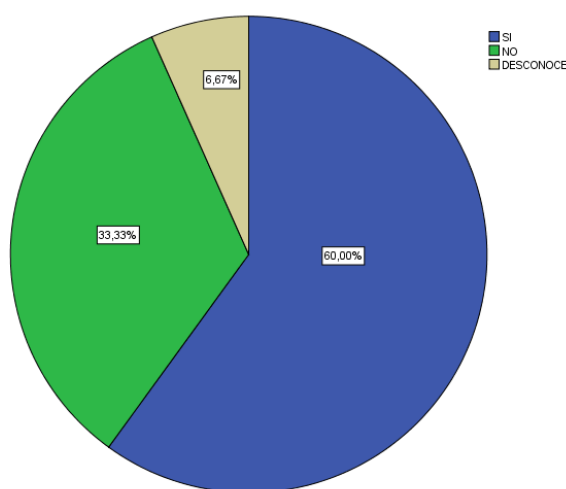
Es importante señalar que la información recopilada, evidencia que la mayoría de los encuestados (60.00%), indicaron que están de acuerdo que la rentabilidad financiera mejora la competitividad de la empresa, 33.33% manifestaron desconocer y el 6.67% no compartieron las opiniones del grupo anterior, llegando así al 100%.

9. ¿En su opinión, ¿Considera que el capital de trabajo con que cuenta la empresa es óptimo de acuerdo con sus necesidades?

Tabla 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	60,0	60,0
	NO	10	33,3	93,3
	DESCONOCE	2	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Gráfico 9



Interpretación:

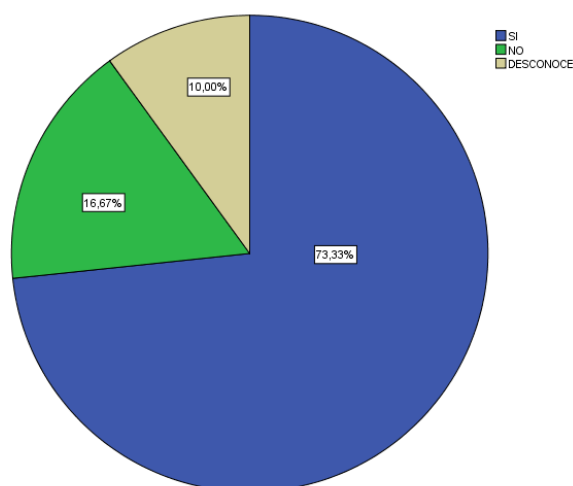
Observando los datos mostrados en la tabla y gráfico correspondiente, se aprecia que el 60.00% de los consultados expresaron que el capital de trabajo es óptimo de acuerdo con sus necesidades, en cambio el 33.3% tuvieron otras opiniones que son contrarias en comparación con la alternativa anterior y el 6.67% expusieron que desconocían, arribando al 100%.

10. ¿Considera usted que los plazos en el otorgamiento de los préstamos que otorgan estas instituciones financieras son los apropiados?

Tabla 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	22	73,3	73,3	73,3
NO	5	16,7	16,7	90,0
DESCONOCE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 10



Interpretación:

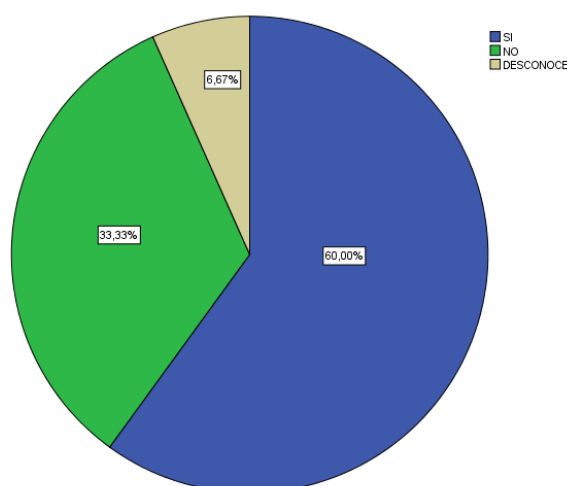
Analizando la información presentada en la parte estadística y gráfica, el 73.30% expresaron que los plazos de préstamos que otorgan estas instituciones financieras son los apropiados, 16.67% no compartieron las apreciaciones consideradas en la alternativa anterior y el 10.00% restante se limitaron en señalar que desconocían, llegando así al 100% de la muestra.

11. ¿Considera usted que la variación de los precios es una estrategia de ventas para ser más competente en el mercado?

Tabla 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	18	60,0	60,0	60,0
NO	10	33,3	33,3	93,3
DESCONOCE	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 11



Interpretación:

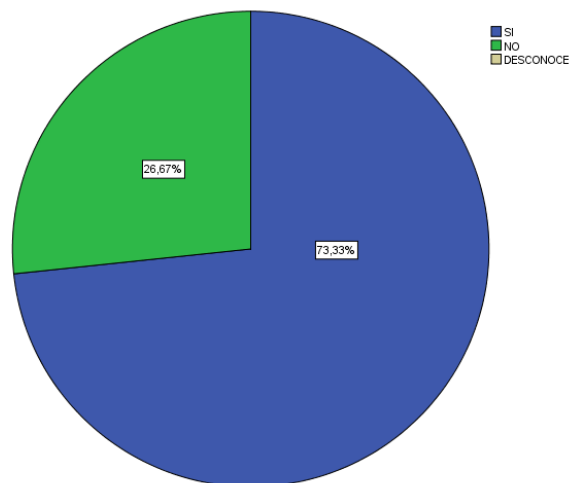
Los resultados que se presentan en la parte porcentual de la tabla indican que el 60.00% indican que la variación de los precios es una estrategia de ventas para ser más competente en el mercado; 33.33% indican que no y el 6.67% no compartieron las expresiones de los anteriores, sumando el 100%.

12. Considera usted que la implementación de un sistema de control permite cumplir con los objetivos propuestos de la empresa?

Tabla 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	22	73,3	73,3	73,3
Válidos NO	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Gráfico 12



Interpretación:

Al procesar los datos obtenidos en la interrogante, cabe señalar que los encuestados en un promedio del 73.33%, indican que la implementación de un sistema de control permite cumplir con los objetivos propuestos de la empresa; sin embargo, el 26.67% no estuvieron conformes, arribando de esta manera al 100%.

4.2 Análisis de Fiabilidad

El análisis de fiabilidad ha permitido estudiar las propiedades de las escalas de medición y de los elementos que las constituyen.

La fiabilidad es la permanencia de calidad de los productos o servicios a lo largo del tiempo.

Muestra	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	16
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	17
5	3	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	18
6	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	16
7	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
8	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	19
9	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	14
10	1	3	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	18
11	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	14
12	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	17
13	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	16
14	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	16
15	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
16	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
17	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	19
18	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	19
19	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	16
20	1	1	3	1	1	2	1	1	3	3	1	1	19
21	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	15
22	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	14
23	3	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	18
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
25	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	14
26	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
28	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
29	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	15
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,889	,882	12

CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

5.1.1 RIESGO FINANCIERO

Se llega a entender por respaldo de los autores a los cuales hemos investigado en el transcurso del trabajo de investigación, que el riesgo financiero es de mucha preocupación para las mypes, ocasionando incertidumbre ya sea por una inversión a largo plazo, por miedo al fracaso u obtener un déficit económico, si no se gestionara una adecuada gestión de riesgo en las empresas de bienes de consumo podrían ocasionar que esta no cumpla con sus obligaciones, ya sea con sus proveedores, clientes y colaboradores, en los caso de la cartera de sus clientes ocasionaría un riesgo de crédito debido que mediante políticas de la empresa se debería evaluar detalladamente a quien se debe brindar ciertos créditos otorgados, esto conlleva al riesgo de liquidez, lo recomendable seria cobrar más rápido de lo que se

paga a los proveedores.

5.1.2 COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Se logra competitividad cuando una organización hace uso de todas las herramientas necesarias para poder ser eficiente y eficaz dentro del mercado, ejecutando ciertas estrategias, uno de los más utilizados es enfocado en el cliente como por ejemplo las llamadas políticas de ventas, que consiste en los procedimientos internos de una organización para facilitar y tener una buena relación empática con el cliente, permitiéndole que pague a cuotas accesibles, varios métodos de pagos, plazos adecuados a sus necesidades, otra herramienta utilizada por las mypes sería el acceso al financiamiento, con ello logran tener liquidez para realizar inversiones y mejorar la infraestructura de su organización.

5.2 CONCLUSIONES

5.2.1 Hemos llegado a la conclusión que una adecuada y correcta gestión de riesgos financieros es muy importante para que las empresas de bienes de consumo logren ser competitivas empresarialmente, logrando minimizar la incertidumbre y ser empresas sustentables y sostenibles.

5.2.2 Una óptima aplicación de los instrumentos financieros aprovechando todos los beneficios y ventajas como por ejemplo una baja tasa de interés disponibilidad inmediata, obtener préstamos, leasing, ahorro y seguros que le permita ser competitiva financieramente.

5.2.3 La gestión del riesgo de crédito incide significativamente en el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo,

así en la medición del riesgo de crédito que genera brindar un crédito a los clientes impacta en las ganancias del periodo y en la competitividad de estas empresas.

5.2.4 El Riego de Liquidez es un aspecto fundamental para las empresas; al impactar directamente en su gestión revelados en su información financiera las fuentes y usos del efectivo producto de una adecuada política empresarial de ventas.

5.3- RECOMENDACIONES

- 5.3.1 Es necesario que las empresas de bienes de consumo realicen una eficiente y eficaz gestión de riesgos financieros que les permitan ser competitivas empresarialmente, logrando minimizar incertidumbres con profesionales especializados.
- 5.3.2 Se recomienda que las empresas de bienes de consumo utilicen y apliquen adecuadamente los instrumentos financieros como por ejemplo el factoring, el cual beneficia a la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto y largo plazo y otras ventajas para lograr competitividad financiera.
- 5.3.3 Se sugiere realizar una gestión de riesgo de crédito apropiado que mejore el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo, evaluando la probabilidad del incumplimiento de pago de los clientes que se les brinda un crédito y que coadyuve a la productividad empresarial.
- 5.3.4 Las empresas de bienes de consumo deben practicar una gestión de riesgo de liquidez acertada basada en información financiera

razonable de los flujos de efectivo, derivados de la política empresarial de ventas establecida en la organización.

Fuentes de Información

Alvarez, S. (2010). Gestión empresarial y competitividad para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas del ámbito alimentos en el centro arqueológico de la ciudad de cusco. [Tesis para título profesional: Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4076/TESIS%20%20ALVAREZ%20MANTILLA%20SHIRLEY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Belaunde, G. (9 de octubre de 2012). El Riesgo de Liquidez. Diario Gestión. Recuperado de:

<http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2012/10/elriesgo-de-liquidez.html>

Bojorquez, I y Henostroza, M (2014). Uso de Instrumentos Financieros derivados para la Gestión del riesgo de precio del Maíz en el sector Avícola: Caso san Fernando. [Tesis Magister: Universidad del Pacifico]. Repositorio institucional de la Universidad del Pacifico.

https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2172/lbeth_Tesis_Maestria_2014.pdf?sequence=11

Calderón, H. y Guerrero, M. (2018). Competencias empresariales para la internacionalización de pymes frutícolas de Guayaquil. (Tesis de grado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/36663/1/tesis%20comp%20empresariales%20PDF.pdf>

Camacho, M. (2017). La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango. (Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola). Recuperado de:

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La-competitividad-empresarial.pdf

Condor, K. y Taipe, J. (2019). Gestión de riesgo crediticio y el índice de morosidad en mi banco agencia Chupaca – 2018. (Tesis de grado, Universidad Peruana Los Andes). Recuperado de:

https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/897/T037_77019731_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Flores, N. (2017). Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las pyme del sector comercio del Municipio Santiago Mariño del Estado Aragua. (Tesis de grado, Universidad de Carabobo). Recuperado de:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2536/Maestr%C3%ADa%20Nancy%20Flores.pdf?Sequence=1>

García, J. (2005). Métodos de Administración y evaluación de Riesgos. [Tesis para título profesional: Universidad de Chile]. Repositorio institucional de la Universidad de Chile.

http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/garcia_j2/sources/garcia_j2.pdf

Larrea, M. (2016). Los Instrumentos Financieros para el crecimiento de la Micro y pequeña empresa del distrito de Trujillo, 2014. [Tesis doctoral: Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Trujillo.

https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5995/TESIS%20DOCTORADO_MAR%C3%8DA%20ELENA%20LARREA%20CANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morales, M. (2007). La Administración del Riesgo de Crédito en la cartera de consumo de una Institución Bancaria. [Tesis para título profesional: Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio institucional de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

http://www.biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3045.pdf

Nuñez, D; Parra, M y Villegas, F. (2011). Diseño de un modelo como herramienta para el proceso de gestión de ventas y marketing. [Tesis para título profesional: Universidad de Chile]. Repositorio institucional de la Universidad de Chile.

http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-nunez_g/pdfAmont/ec-nunez_g.pdf

Paucar, N. y Pari. N. (2017). El riesgo financiero y el otorgamiento de créditos de la financiera credits to promote your business s.a. en la agencia Huancavelica 2014. (Tesis de grado, Universidad Nacional De Huancavelica). Recuperado de:

[file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS%20PAUCAR%20HUAMAN%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS%20PAUCAR%20HUAMAN%20(1).pdf)

Redin, M. (2016). La evaluación financiera y análisis de riesgo de un proyecto de inversión forestal desarrollado en el Ecuador. (Tesis de grado, Universidad Andina Simón Bolívar). Recuperado de:

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4994/1/T1954-MFGR-Redin-Evaluacion.pdf>

Ríos, K. (2014). Gestión de Procesos y Rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013. [Tesis para título profesional: Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional de la Universidad de San Martín de Porres.

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1116>

Santos, N. (2008). La política de dividendos y la rentabilidad de los negocios. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/816/81611211005.pdf>

Torres, J (2012). El posicionamiento la Diferenciación Estrategias Eficaces en el Mercado Competitivo. [Tesis para título profesional:

Universidad Tecnológica de Bolívar]. Repositorio institucional de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

<https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0064096.pdf>

Uriza, Hermer. (2019). Gestión del Riesgo de liquidez y su impacto en la Gestión Integral de la empresa [Tesis para título profesional: Universidad Católica de Colombia]. Repositorio institucional de la Universidad Católica.

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23640/1/GESTI%C3%93N%20DEL%20RIESGO%20DE%20LIQUIDEZ%20Y%20SU%20IMPACTO%20EN%20LA%20GESTI%C3%93N%20INTEGRAL%20DE%20LA%20EMPRESA.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de consistencia.

LA GESTIÓN DE RIESGO FINANCIERO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO DE LIMA METROPOLITANA, AÑO 2019

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización de variables	Metodología
<p>Problema general ¿En qué medida la gestión de riesgo financiero influye en la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?</p> <p>Problemas secundarios.</p> <p>a. ¿De qué manera los instrumentos financieros influyen en la competitividad financiera de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?</p> <p>b. ¿En qué medida el riesgo de crédito, incide en el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?</p> <p>c. ¿En qué medida el riesgo de liquidez, incide en la política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019?</p>	<p>Objetivo general. Determinar en qué medida la gestión de riesgos financieros influye en la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>Objetivos específicos.</p> <p>a. Verificar la manera en que los instrumentos financieros influyen en la competitividad financiera de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>b. Demostrar en qué medida el riesgo de crédito, incide en el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>c. Comprobar en qué medida el riesgo de liquidez, incide en la política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p>	<p>Hipótesis principal. Si la Gestión de Riesgos Financieros es eficiente, entonces mejora la competitividad empresarial de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a. Si los instrumentos financieros se gestionan eficientemente, entonces la competitividad financiera mejorara en las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>b. Si se gestiona adecuadamente el riesgo de crédito, entonces facilitará el acceso al financiamiento de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p> <p>c. Si se gestiona adecuadamente el riesgo de liquidez, entonces mejorara la política empresarial de ventas de las empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana, año 2019.</p>	<p align="center">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>X: Gestión de riesgo financiero</p> <p>INDICADORES.</p> <p>X1. Instrumentos financieros X2. Riesgo de crédito X3. Riesgo de liquidez</p> <p align="center">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Y. Competitividad empresarial</p> <p>INDICADORES:</p> <p>y1. Competitividad financiera y2. Acceso al financiamiento y3. Política empresarial de ventas</p>	<p>1. Tipo. Aplicada</p> <p>2. Nivel Descriptivo</p> <p>3. Método. Descriptivo, estadístico y analítico.</p> <p>4. Diseño No experimental</p> <p>5. Población. Empresas de bienes de consumo de Lima Metropolitana.</p> <p>6. Muestra. 30 empresas de bienes de consumo</p> <p>7. Técnicas de recolección de datos. Encuesta.</p> <p>8. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información. Cuestionario Spss (Paquete estadístico)</p>

Anexo N° 02.

ENCUESTA

INSTRUCCIONES.

La presente técnica tiene por finalidad recoger información de interés para el estudio, el mismo que está referido a **“LA GESTIÓN DE RIESGO FINANCIERO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO DE LIMA METROPOLITANA, AÑO 2019”**, al respecto se le pide que en las preguntas que a continuación se acompaña tenga a bien elegir la alternativa que considere apropiada, marcando para tal fin con un aspa (x) en el espacio correspondiente. Esta encuesta es anónima, se agradece su participación y los datos proporcionados son con fines académicos.

1. ¿Considera importante que las cartas de crédito le permiten mejorar la liquidez de la empresa de manera competitiva?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

2. ¿Usted está de acuerdo que el leasing financiero beneficia a los empresarios?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

3. ¿Usted está de acuerdo con las tasas preferenciales que otorgan las entidades financieras?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

4. ¿Considera que la empresa tiene solvencia económica para cumplir con sus pagos a corto plazo?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

5. ¿Considera usted, que al optar por una buena gestión y evaluación permite monitorear adecuadamente la estabilidad del riesgo de liquidez en las empresas?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

6. ¿Considera usted, que la falta liquidez de las empresas ha generado problemas de estabilidad económica?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

7. ¿Cree usted que la situación económica en cuanto a la solidez financiera mejora la competitividad de la empresa?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

8. ¿En su opinión ¿está de acuerdo que la rentabilidad financiera mejora la competitividad de la empresa?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

9. ¿En su opinión, ¿Considera que el capital de trabajo con que cuenta la empresa es óptima de acuerdo a sus necesidades?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

10. ¿Considera usted que los plazos en el otorgamiento de los préstamos que otorgan estas instituciones financieras son los apropiados?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

11. ¿Considera usted que la variación de los precios es una estrategia de ventas para ser más competente en el mercado?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

12. ¿Considera usted que la implementación de un sistema de control permite cumplir con los objetivos propuestos de la empresa?

Si () No () Desconoce ()

Justifique su respuesta:

.....
.....