



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN
LA GESTIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS
IMPORTADORAS TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO PERÚ-CHINA**

**PRESENTADO POR
LEONIDAS TEODORO CAMAYO TORRES**

**ASESOR
CIRO RIQUELME MEDINA VELARDE**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CONTABILIDAD Y
FINANZAS**

**LIMA – PERÚ
2023**



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/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN
LA GESTIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS
IMPORTADORAS TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO PERÚ-CHINA**

**TESIS
PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**PRESENTADO POR:
LEONIDAS TEODORO CAMAYO TORRES**

**ASESOR:
DR. CIRO RIQUELME MEDINA VELARDE**

LIMA, PERÚ

2023

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN LA
GESTIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS
TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO
PERÚ- CHINA**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO ASESOR

ASESOR

Dr. CIRO RIQUELME MEDINA VELARDE

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. JUAN AMADEO ALA GÓMEZ

MIEMBROS DEL JURADO

Dr. CRISTIAN ALBERTO YONG CASTAÑEDA

Dr. JOSE ANTONIO PAREDES SOLDEVILLA

Dr. MARIA EUGENIA VASQUEZ GIL

Dr. WALTER ADOLFO NOLES MONTEBLANCO

DEDICATORIA

Por haberme acompañado desde el primer día que tome la decisión de iniciar los estudios de doctorado y que he concluido con éxito gracias a Dios.

Mis padres Teófilo y Honorata, que me dieron todo su apoyo, y me formaron con valores, partieron a la mansión celestial, y desde el cielo me dan su apoyo incondicional.

A mis hijos, a quienes agradezco por darme su fuente de juventud y fortaleza, y motivo para obtener este grado que fue mi anhelo para cumplir con mi objetivo.

AGRADECIMIENTO

Al Todopoderoso y mi querida familia, por ser mi fortaleza en cada instante de mí vida, por indicarme la ruta y no rendirme para obtener el anhelo de ser Doctor en mi profesión que no me equivoqué al elegir.

A la Universidad de San Martín de Porres y catedráticos quienes me brindaron sus conocimientos, sin su instrucción profesional no habría llegado a este nivel.

A mis asesores, por su apoyo incondicional en todas las etapas de la elaboración de mi trabajo de investigación.

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU
INCIDENCIA EN LA GESTIÓN FINANCIER
A DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS T
E**

AUTOR

LEONIDAS TEODORO CAMAYO TORRES

RECUENTO DE PALABRAS

22977 Words

RECUENTO DE CARACTERES

127795 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

125 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.1MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 2, 2023 4:26 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 2, 2023 4:27 PM GMT-5

● **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 18% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

CONTENIDO

CARATULA	¡Error! Marcador no definido.
TÍTULO	ii
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiv
RESUMO	xvi
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	9
1.2.1 Problema Principal	9
1.2.2 Problemas Secundarios.....	9
1.3 Objetivos de la investigación	10
1.3.1 Objetivo General.....	10
1.3.2 Objetivos Específicos	10
1.4 Justificación de la investigación	11
1.4.1 Justificación.....	11
1.4.2 Importancia.....	11
1.4.3 Viabilidad del Estudio	11
1.5 Limitaciones	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1 Antecedentes de la Investigación	13
2.1.1 Universidades Nacionales	13
2.1.2 Universidades Internacionales.....	15
2.2 Bases teóricas	17
2.2.1 Planeamiento Estratégico.....	17
2.2.2 Gestión Financiera	21
2.2.3 Datos Estadísticos de las Importaciones	28
2.3 Definiciones conceptuales	32

2.4	Glosario de términos.....	33
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....		43
3.1	Formulación de la Hipótesis.....	43
	3.1.1 Hipótesis General.....	43
	3.1.2 Hipótesis Específicas.....	43
3.2	Operacionalización de variables.....	44
	3.2.1 Variable Independiente.....	44
	3.2.2 Variable Dependiente.....	45
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		46
4.1	Diseño metodológico.....	46
4.2	Población y muestra.....	48
4.3	Técnicas de recolección de datos.....	48
4.4	Técnicas para el procesamiento de la información.....	49
4.5	Aspectos éticos.....	50
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....		51
5.1	Interpretación de resultados.....	51
5.2	Contrastación de las Hipótesis.....	72
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		95
6.1	Discusión.....	95
6.2	Conclusiones.....	97
6.3	Recomendaciones.....	98
FUENTES DE INFORMACIÓN.....		101
ANEXOS.....		105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Productos que ingresaron enero - agosto 2020-2021.....	5
Tabla 2	Matriz de operacionalización de la variable independiente X. Planeamiento estratégico.....	44
Tabla 3	Matriz de operacionalización de la variable dependiente. Y = Gestión Financiera.....	45
Tabla 4	¿De qué manera, la misión es la razón de ser, de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?.....	51
Tabla 5	Considere usted, ¿Qué plan de acción recoge objetivos para alcanzar su misión a futuro?.....	53
Tabla 6	¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles?.....	54
Tabla 7	¿Cuál es el beneficio que otorga la visión, para utilizar a la planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles?.....	55
Tabla 8	¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?.....	56
Tabla 9	¿Qué deben hacer las empresas para tener una línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados?.....	57
Tabla 10	¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?.....	58
Tabla 11	¿Cuál es la ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles?.....	59
Tabla 12	¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?.....	60
Tabla 13	¿En qué aspectos considera usted que el tecnólogo en gestión debe estar capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras textiles?.....	61
Tabla 14	¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?.....	62
Tabla 15	¿Cuáles son los tipos de gestión financiera de las empresas importadoras textiles que maximiza el valor de su inversión en el mercado?.....	63
Tabla 16	¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?.....	64

Tabla 17	¿Cuáles son las estrategias de mercado de los accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad?	65
Tabla 18	¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?	66
Tabla 19	¿La inversión en las empresas importadoras textiles influye en el posicionamiento del mercado?	67
Tabla 20	¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?	68
Tabla 21	¿Cuál es el ciclo de inversión de las empresas importadoras textiles que influye positivamente en la estrategia de mercado?	69
Tabla 22	¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?	70
Tabla 23	¿De qué forma el rendimiento de los recursos propios debe ser la fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles?	71
Tabla 24	Estadísticas de fiabilidad	72
Tabla 25	Estadísticas de total de elemento	72
Tabla 26	Contingencia de la pregunta 01 y 11	77
Tabla 27	Resultado de la Prueba de Chi cuadrado 01	77
Tabla 28	Coeficiente de Correlación de Pearson 1	78
Tabla 29	Contingencia de la pregunta 03 y 13	81
Tabla 30	Pruebas de chi-cuadrado 02	81
Tabla 31	Coeficiente de Correlación de Pearson 2	82
Tabla 32	Contingencia de la pregunta 05 y 15	85
Tabla 33	Pruebas de chi-cuadrado 03	85
Tabla 34	Coeficiente de Correlación de Pearson 3	86
Tabla 35	Contingencia de la pregunta 07 y 17	89
Tabla 36	Pruebas de chi-cuadrado 04	89
Tabla 37	Coeficiente de Correlación de Pearson 4	90
Tabla 38	Contingencia de la pregunta 09 y 19	93
Tabla 39	Pruebas de chi-cuadrado 05	93
Tabla 40	Coeficiente de Correlación de Pearson 5	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Evolución de las importaciones peruanas	6
Figura 2	Evolución de las importaciones desde China (2007-2018)	28
Figura 3	Evolución de las importaciones peruanas	28
Figura 4	Los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes.....	52
Figura 5	Objetivos para alcanzar su misión a futuro	53
Figura 6	Importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles.....	54
Figura 7	Planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles	55
Figura 8	Implementar las estrategias más importantes	56
Figura 9	Línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados.....	57
Figura 10	Empresas importadoras textiles	58
Figura 11	Ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles	59
Figura 12	Perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles	60
Figura 13	Capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras	61
Figura 14	Rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?	62
Figura 15	Empresas importadoras textiles que maximiza el valor de su inversión en el mercado	63
Figura 16	Empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada.....	64
Figura 17	Accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad	65
Figura 18	Volumen de ventas.....	66
Figura 19	Beneficios en el negocio	68
Figura 20	Estrategia de mercado	69
Figura 21	Margen de la utilidad neta	70
Figura 22	Fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles	71

RESUMEN

En la presente investigación sobre importaciones textiles de empresas chinas al Perú, en unas condiciones comerciales de una economía de mercado cada vez más globalizado, se firmó un Tratado de Libre Comercio entre Perú y la República Popular China, con el objetivo de desarrollar un intercambio comercial entre ambos países y alternativas de negocios internacionales. En ese contexto, surgen las empresas extranjeras asiáticas dedicadas a las importaciones de materias primas y productos manufacturadas textiles a Perú; así como también a Latinoamérica. Es ahí donde surge la desigualdad de condiciones tributarias, aranceles y financieras, que empiezan a surgir grandes empresas de la China, aprovechando el marco legal del Tratado de Libre Comercio (TLC) y que en la actualidad se mantiene vigente.

Frente a este acontecer desfavorable económico comercial, en salvaguarda de las empresas importadores textiles nacionales, por la desigualdad de tratamiento a las importaciones de materia prima y productos manufacturados textiles de la República Popular China, los directivos responsables de las empresas nacionales deben implementar e iniciar una serie de acciones para alcanzar el objetivo deseado, la aplicación del planeamiento estratégico como herramienta de acciones, es un instrumento para contrarrestar la desigualdad y condiciones en la importación de productos textiles a nuestro país.

La Gestión Financiera es otra de las variables, que por su importancia es útil como una herramienta que nos facilita la posibilidad de planear como administrar nuestros recursos

financieros a fin de competir con el importador chino en igual de condiciones, y que por su experiencia en las importaciones no solo al Perú, sino también a toda Latinoamérica, prácticamente ha copado con sus productos manufacturados, así como materia prima textil.

El Perú se convierte en su principal comprador de productos textiles como son prendas de vestir y afines, por tales prácticas a pesar de la existencia de una Institución de Defensa de la Competencia de la Propiedad Intelectual que regulan las medidas antidumping, y también la Sociedad Nacional de Industrias que no se solidariza con el sector; por el contrario, surgieron críticas por dicha institución.

Palabras clave: Gestión financiera y Planeamiento estratégico.

ABSTRACT

According to the investigation on textile imports from Chinese companies to Peru, under commercial conditions of an increasingly globalized market economy, for this reason a Free Trade Agreement was signed between Peru and the Republic of China. With the objective of commercial exchange and international business alternatives, in such conditions the Asian foreign companies dedicated to the importation of raw materials and textile manufactured products to Peru, as well as to Latin America arises, that is where the inequality of treatment and tax conditions arises. , tariffs and finances, that large companies in China are beginning to emerge, taking advantage of the legal framework of the Free Trade Agreement (FTA) that is currently in force.

Faced with this commercial economic event, in safeguarding the national textile importing companies, due to the unequal treatment of imports of raw materials and textile manufactured products from China, the application of strategic planning as a tool of actions begins to counteract inequality and conditions in the importation of textile products to our country.

Financial Management is another of the variables, which due to its importance is useful as a tool that makes it possible for us to compete with the Chinese importer, under the same conditions, due to its experience in imports not only to Peru, but also to practically all of Latin America. It has taken over with its manufactured products, as well as textile raw materials. Peru becoming its main buyer of textile products such as clothing and related products, due

to such practices despite the existence of an Institution for the Defense of Intellectual Property Competition that regulates antidumping measures, as well as the National Society de Industries does not sympathize with the sector; on the contrary criticism arose for said institution.

Keywords: Financial management and Strategic planning.

RESUMO

De acordo com o inquérito sobre as importações de têxteis de empresas chinesas para o Peru, em condições comerciais de uma economia de mercado cada vez mais globalizada, foi por esta razão que foi assinado um Acordo de Comércio Livre entre o Peru e a República da China. Com o objetivo de intercâmbio comercial y alternativas de negócios internacionais, nessas condições surgem as empresas estrangeiras asiáticas que se dedicam à importação de matérias-primas e produtos manufaturados têxteis para o Peru, bem como para a América Latina, daí surgindo a desigualdade de tratamento e as condições tributárias., tarifas e finanças, que grandes empresas na China estão começando a surgir, aproveitando o marco legal do Acordo de Livre Comércio (TLC) que está em vigor.

Diante deste acontecimento econômico comercial, na salvaguarda das empresas importadoras têxteis nacionais, devido ao tratamento desigual das importações de matérias-primas e produtos manufaturados têxteis da China, inicia-se a aplicação do planejamento estratégico como instrumento de ação, para contrabalançar os desigualdade e condições na importação de produtos têxteis para o nosso país.

A Gestão Financeira é outra das variáveis, que pela sua importância é útil como ferramenta que nos permite competir com o importador chinês, nas mesmas condições, devido à sua experiência em importações não só para o Peru, mas também para praticamente toda a América Latina. Assumiu com seus produtos manufaturados, bem como matérias-primas têxteis. O Peru se tornou seu principal comprador de produtos têxteis como roupas e

produtos afins, devido a tais práticas, apesar da existência de uma Instituição de Defesa da Concorrência da Propriedade Intelectual que regulamenta as medidas antidumping, assim como a Sociedade Nacional de Industrias não simpatiza com o setor, pelo contrário, surgiram críticas a essa instituição.

Palavras-chave: Gestão financeira e Planejamento estratégico.

INTRODUCCIÓN

La investigación contiene un tema importante el planeamiento estratégico y su Incidencia en la gestión financiera de las Empresas Importadoras Textiles en el Marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China. Al iniciar el convenio comercial aumenta el intercambio comercial entre las dos naciones, con la diferencia que las empresas importadoras textiles de la China con su experiencia comercial se acentúa el ingreso de materia prima y auxiliares hacia el Perú, como también hacia América Latina pero ahí empieza la diferencia, con las empresas importadoras textiles nacionales, al ser desplazados por empresas asiáticas, surge la necesidad de utilizar herramientas como el Planeamiento Estratégico, como una forma de plantear tácticas de importación y la Gestión Financiera para superar los obstáculos económicos de las adquisiciones textiles acordes a la coyuntura.

El presente trabajo está estructurado en cinco capítulos, empezando con la realidad problemática donde se comenta los aspectos claves de la problemática donde se especifica el impacto de las dos variables planteadas.

El Capítulo I: Planteamiento del problema descripción de la realidad problemática, formulación del problema y objetivos de la investigación, así como su justificación, importancia, viabilidad y sus limitaciones.

Capítulo II: Marco teórico, trata los antecedentes de la investigación a nivel nacional e internacional, las bases teóricas acerca de Planeamiento Estratégico y Gestión Financiero y definición de cada variable, y finalmente la respectiva terminología.

El Capítulo III: Hipótesis y variables de la investigación; así como sus definiciones conceptuales y los indicadores.

Capítulo IV: Metodología de la investigación, describe el diseño metodológico, tipos de investigación nivel, método, diseño, estrategias, contrastación de hipótesis y población y muestra, sistema de recolección de datos, descripción de técnicas.

El Capítulo V: Resultados, interpretación de las muestras y encuestas realizados en el trabajo de campo, procesando los datos referidos, utilizando tablas y gráficos y luego continuar con la interpretación y análisis para determinar contrastación de la hipótesis y prueba chi cuadrado.

Capítulo VI: Discusión, conclusiones y recomendaciones se analizan e interpretan los datos obtenidos; así mismo, se expone el final del trabajo y los resultados.

Finalmente, se muestran las fuentes de información y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La presente investigación está relacionada en una economía globalizada para las empresas textiles, en un contexto instaurado en el continente como es el comercio multilateral, convenio firmado sobre Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú – China. Esta apertura comercial impulsa a las empresas nacionales a competir con China, en igual de condiciones originando la importancia que tiene la planificación estratégica, en la búsqueda de soluciones a la problemática existente en todas las empresas dedicadas al sector textil, que para mantenerse en el rubro tiene que superar muchos obstáculos en las importaciones por los altos costos de los aranceles que tiene que pagar para retirar sus productos de los almacenes de Aduana.

Así mismo, el Planeamiento Estratégico se constituye en la herramienta y método importante a utilizar por las empresas nacionales dedicadas a la importación textil, aplicando estrategias, planes y acciones con la finalidad de alcanzar metas y objetivos planteados a corto y largo plazo.

Para las empresas importadoras nacionales de productos textiles no es posible cumplir metas, por carecer de mecanismos legales y apoyo adecuado que le amparen su

participación en el mercado nacional; siendo cada vez más dependiente de los productos textiles chinos que ingresan a precio menos de su costo; por tanto, el importador textil nacional no puede competir con los asiáticos por los bajos precios que éstos ofertan.

Esta práctica desleal de los importadores chinos al mercado nacional, constituye un obstáculo para el crecimiento de los empresarios nacionales, haciendo cada vez difícil su permanencia y, en consecuencia, no puede realizar sus inversiones a largo y corto plazo. Por dichas causas la industria textil peruana perdió competitividad y las importaciones textiles de ropas chinas ingresaron hasta en más de 3,000 % desde la firma del convenio (TLC) al emporio comercial de Gamarra, desplazando así al producto nacional.

La participación en el mercado nacional de los importadores textiles nacionales, actualmente es relativo por carecer de programas de apoyo de parte del Estado, en los aranceles de importación no hay un tratamiento de igualdad con los empresarios asiáticos, disminuyendo la rentabilidad de los importadores nacionales y, en esas condiciones, es difícil entrar a competir con el importador de la China que nos lleva ventaja con el tratado de libre comercio firmado entre ambas naciones.

El perfil del talento humano del importador nacional nos hace posible seguir adelante en esta competencia, la importación textil al mercado nacional, en comparación con los asiáticos que realizan en gran escala, y que actualmente, han copado en abastecer con materiales textiles, así como auxiliares que son usados por casi 90 % de fabricantes textiles peruanos, en diferentes especialidades del rubro textil utilizando telas planas, y de punto para la fabricación de camisas, polos, pijamas, pantalones, línea de lencería, seda, fibras sintéticas, entre otros.

Por otro lado, la gestión financiera frente a los problemas existentes tendrá que tomar acciones y decisiones acordes con la coyuntura predecibles del momento, frente a la capacidad económica y habilidad financiera de los importadores asiáticos. Para desplazarnos

del mercado, ellos utilizan el dumping, que consiste en comercializar los productos por debajo de sus precios reales, con la finalidad de sacar del mercado a sus competidores. De esa manera el importador nacional está en desventaja y en consecuencia, los chinos se apoderan del mercado nacional; como indican los indicadores de gestión, el importador nacional queda minimizado cuantitativa y financieramente.

Dichos indicadores, nos reflejan claramente que las empresas importadoras textiles nacionales para se exitosas deben tener acceso a los datos financieros en el momento oportuno. Este análisis, realizado por especialistas en gestión financiera, nos manifiesta que los importadores textiles nacionales necesitan de medidas concretas y cuantificables en una sociedad competitiva y cambiante. De modo tal que la Ley anti Dumping se encuentra relegada por intereses económicos, y que la misma autoridad Legislativa tiene postergada su aplicación en favor del importador nacional, se reitera, con medidas de protección a las empresas textiles importadoras, con aranceles coherentes y en igual de condiciones tanto para los extranjeros y nacionales, garantizando así su inversión a largo plazo y equitativo en cuanto a la rentabilidad.

Tabla 1

Productos que ingresaron enero - agosto 2020-2021

PRODUCTOS	2020	2021	Variación Total 2017/2016	2020	2021	Variación Total 2017/2016	2020	2021
	PESO NETO KG.			CIF US.\$			PRECIO PROMEDIO US\$/Kg (IMPORTADO AL MUNDO)	
Hilos e Hilados de Algodón	31,642,125	29,200,354	-7.7%	84,490,583	87,043,318	3.0%	2.67	2.98
Hilados de lana	3,125	3,419	9.4%	39,296	111,468	183.7%	12.58	32.61
Hilos e Hilados artif. O Sintét.	42,964,273	47,244,869	10.0%	92,060,492	106,814,157	16.0%	2.14	2.26
Hilados de otras fibras	26,910	59,403	120.8%	482,781	457,677	-5.2%	17.94	7.70
Tejidos de Algodón	14,276,957	12,038,671	-15.7%	79,954,015	66,393,164	-17.0%	5.60	5.51
Tejidos de lana	18,038	43,908	143.4%	771,565	987,257	28.0%	42.78	22.48
Tejidos artif. O Sintét.	28,831,852	34,033,954	18.0%	128,148,166	145,720,523	13.7%	4.44	4.28
Tejidos de otras fibras	7,833,151	7,061,801	-9.8%	37,982,389	37,183,409	-2.1%	4.85	5.27
Prendas de Algodón	8,783,928	9,775,323	11.3%	170,722,234	181,170,741	6.1%	19.44	18.53
Prendas de lana	212,415	294,320	38.6%	5,466,020	4,980,244	-8.9%	25.73	16.92
Prendas de artif. o Sintét.	9,821,292	11,875,997	20.9%	168,733,129	188,862,781	11.9%	17.18	15.90
Prendas de otras fibras	3,327,919	3,531,684	6.1%	48,381,839	47,091,520	-2.7%	14.54	13.33
Confecciones. de Algodón	2,618,168	2,419,544	-7.6%	20,027,150	15,311,669	-23.5%	7.65	6.33
Confecciones de lana	1,730	674	-61.0%	18,486	16,721	-9.5%	10.68	24.79
Confecciones artif. O Sintét.	9,307,962	11,320,548	21.6%	33,292,171	37,925,158	13.9%	3.58	3.35
Confec. de otras fibras	3,424,593	3,436,178	0.3%	18,994,091	19,540,252	2.9%	5.55	5.69
Lana (Cardada, Peinada, Tops)	1,200,941	1,443,951	20.2%	15,190,519	20,047,856	32.0%	12.65	13.88
Fibras artificiales o sintéticas	20,145,187	20,979,292	4.1%	28,829,368	30,300,818	5.1%	1.43	1.44
Otras Fibras	45,730	29,920	-34.6%	1,836,664	1,165,624	-36.5%	40.16	38.96
Cables artificiales o sintéticos	1,665,815	2,111,764	26.8%	3,935,517	5,150,357	30.9%	2.36	2.44
Redes confeccionadas para la pesca	1,903,773	2,325,797	22.2%	6,618,943	9,349,281	-100.0%	3.48	0.00
Otros textiles no especificados	16,050,942	16,750,701	4.4%	50,210,657	47,839,018	-4.7%	3.13	2.86
TOTALES	204,106,827	215,982,071	5.8%	996,186,075	1,053,463,013	5.7%	4.88	4.88

Nota: Aduanas (2022). Elaboración: Comité TEXTIL DE LA S.N.I.

* No Incluye fibra de algodón

En 2018, nuestras importaciones tuvieron el siguiente comportamiento:

Figura 1

Evolución de las importaciones peruanas



Nota: SUNAT. Elaboración: Comex Perú

Tratado de Libre Comercio Perú-China

El Perú acorde con el furor en la década anterior, visto el cambio en el mundo de una economía globalizada cada vez más acentuada, inicia las conversaciones entre los dos gobiernos para celebrar un tratado de Libre Comercio con la Republica China, llegando a suscribirse el 28 de abril del 2009, con vigencia desde 01 de marzo del 2010.

Sobre este acuerdo binacional, fue con el objetivo de ayuda mutua, siendo su principal acuerdo el respeto a la propiedad intelectual, cooperación, transparencia, solución a los obstáculos de intercambio comercial y de resolución inmediata de posibles controversias, y convertirse en el centro de operación en América del Sur y dar oportunidad a los productos no tradicionales, y ahí no estaba considerado los materiales primas textil peruanos muy a pesar que somos productores del mejor algodón del mundo, sin embargo se nota ahí su intención de no mencionar a los productos textiles, precisamente materia de esta investigación.

El Perú celebrando un tratado comercial con la Republica de China país con más 1330 millones de habitantes. Con un crecimiento alto de un promedio anual del 9% era de pensar en positivo para el Perú, siendo su objetivo para ambos mejorar los aranceles en el intercambio comercial entre ambos países, en condiciones competitivas, teniendo en cuenta dentro del acuerdo se menciona (salvaguardia global-anti-dumping y medidas compensatorias) acordando un mecanismo bilateral entre las partes, sin embargo ocurre en la práctica estando el acuerdo suscrito, existe categorías de desgravación, el acuerdo excluyo algunas mercancías las cuales no gozaran de desgravación, dentro de las cuales se encuentran materiales textiles, confecciones, calzados entre otros productos afines.

Sin embargo, en la práctica con el acuerdo bilateral ingresa al territorio peruano productos textiles y materia prima textil como es el hilado Chino para la fabricación de diferentes productos telares, algodón, polinan, fibras textiles y productos manufacturados entre polos, prendas de vestir, camisas, pantalones, ropas a gran escala y productos de lencería para damas caballeros y niños a precios muy por debajo del costo de un producto nacional, aplicando el precio conocido productos dumping.

El TLC con China, solo trajo desventajas, ocasionando despidos, desempleo, pérdida de miles de puestos de trabajo en el sector textil, para los empresarios textiles solo le queda importar materiales e insumos de la China, por su menor costo que la materia prima textil nacional, entonces la industrial peruana elaborando con el algodón peruano el costo es mayor, y en esa forma no puede competir con los productos importados de la China.

Por tales aseveraciones hay un problema, el Perú no se reserva su derecho de aplicar las salvaguardas, por el ingreso de productos chinos a muy bajo precio en detrimento del productor nacional. El empresario textil del emporio Gamarra con el TLC con China les pusieron en riesgo a millones de trabajadores en sus puestos de trabajo, se estima que serían más de 3 millones de desocupados en el sector textil.

El Presente trabajo de investigación tiene como finalidad primordial, de despertar interés de los responsables de las empresas importadoras textiles, la importancia que tiene aplicar el planeamiento estratégico que incorpore el análisis FODA de los diferentes acuerdos comerciales entre ambos países, y la Gestión Financiera pueda incorporar los instrumentos financieros de las principales variables que permitan el crecimiento de las empresas importadoras textiles.

1.1.1 Delimitaciones de la Investigación

1.1.1.1 Delimitación Espacial

El trabajo se desarrolló en el marco del tratado de libre comercio Perú- China (TLC), sus impactos comerciales y financieros.

1.1.1.2 Delimitación Temporal

La investigación comprende el periodo de 2021 – 2022.

1.1.1.3 Delimitación Social

El desarrollo de la presente tesis se realizó en el sector de las empresas importadoras textiles de los empresarios dedicados a la importación textil, para tomar decisiones oportunas y viables para su crecimiento empresarial.

1.1.1.4 Delimitación Conceptual

a. Planeamiento Estratégico

Es una guía que elaboró las organizaciones con la finalidad de establecer los diferentes aspectos que permitirán a las empresas tener un crecimiento sostenido de largo plazo, empezando desde la misión, visión, análisis, objetivos, estrategias y planes de acción.

b. Gestión Financiera

Las decisiones de inversión, financiamiento y de dividendos tiene un objetivo de maximizar la creación de valor para las empresas y los propietarios, es el soporte fundamental de la Alta Dirección gestionando las actividades de Tesorería, Créditos y Cobranzas, Contabilidad, Gestión del Talento Humano, Gestión de Riesgos, Planeamiento Financiero entre otras importantes actividades que contribuyen a incrementar la rentabilidad y el valor de la empresa.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema Principal

De qué manera el Planteamiento Estratégico incide en la Gestión Financiera de las empresas Importadoras textiles en el Marco del Tratado de Libre Comercio Perú y China.

1.2.2 Problemas Secundarios

- a. ¿De qué forma la misión incide el valor de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú- China?
- b. ¿De qué manera la visión incide en el crecimiento de los ingresos de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China?
- c. ¿De qué forma los objetivos de marketing incide en la participación del mercado de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China?
- d. ¿En qué medida las inversiones a largo plazo influyen en la rentabilidad del negocio de las empresas importadoras textiles en el Marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China?

- e. ¿De qué forma el perfil del talento humano incide en la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles en el Marco del Tratado de Libre Comercio Perú y China?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Demostrar si el Planeamiento Estratégico incide en la Gestión Financiera de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Establecer si la misión incide el valor de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- b. Determinar si la visión incide en el crecimiento de los ingresos de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- c. Establecer si los objetivos de marketing inciden en la participación del mercado de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- d. Determinar si las inversiones a largo plazo influyen en la rentabilidad del negocio de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – China.
- e. Precisar si el perfil del talento humano incide en la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación

Trata de buscar adecuadamente la aplicación del planeamiento estratégico y la gestión financiera en las empresas importadoras textiles del Tratado de Libre Comercio Perú - China, y paulatinamente agruparlas a las empresas de esta parte del continente dedicadas al área textil, también a inducir mecanismos legales y financieros que sea posible para competir con los importadores asiáticos con igualdad de tratamientos legales y tributarios en la importación textil, llegando a un modelo entre dos naciones a compartir experiencia e informaciones nos sirva de guía a futuros importadores.

1.4.2 Importancia

Las importaciones textiles en el marco del tratado de Libre Comercio entre el Perú y China hacia el continente latinoamericano en especial a Perú, donde la economía ha dado muestras de crecimiento económico en esta parte del continente, en especial sector textil. De acuerdo a nuestra investigación hemos llegado a encontrar que, como nación, de qué manera se tiene que dar soluciones a corto y mediano plazo, lo que es interesante la investigación sobre las importaciones cómo opera, y de qué manera los asiáticos tienen más condiciones para importar insumos y materiales textiles, siendo el Perú un productor del algodón más fino del mundo.

1.4.3 Viabilidad del Estudio

Es factible debido a que se contó con los recursos necesarios para llevar adelante la presente investigación, así como también los materiales de consulta, y en especial la asistencia de profesionales especialistas en el ramo, para que sea bien conducido y obtener informaciones preponderantes y que me permita llegar al plan a ejecutar.

1.5 Limitaciones

En cuanto al desarrollo del estudio, como es natural se ha tenido innumerables limitaciones para llegar a encontrar informaciones especializadas, como son los materiales para la investigación, libros, revistas, informaciones de primer orden, de hecho como son los recursos económicos y el factor tiempo y espacio para obtener informaciones del tema de investigación; otro factor importante es la asistencia de especialistas profesionales conocedores del tema, así no solamente del área de las importaciones, sino del amplio mundo de las finanzas y otros especialistas afines al tema a desarrollar, empleando esfuerzo, tiempo y dedicación para llegar a encontrar las informaciones relevantes e importantes para dar resonancia con el tema a investigar.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Se investigó a nivel de las facultades de Ciencias Contables Económicas y Financieras y su base de datos nacional e internacional, se identificaron más investigadores que nos permitió enriquecer la presente tesis.

2.1.1 Universidades Nacionales

Ramírez (2015). El planeamiento estratégico y su relación con la calidad de gestión en las Instituciones Educativas Públicas del Nivel Primario de Chorrillos-Lima 2013. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

La Tesis aportó las siguientes conclusiones:

1. El Planeamiento estratégico es un conjunto de acciones que en forma decidida define una organización como guía para su crecimiento sostenible de largo plazo.
2. El análisis debe empezar definiendo las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
3. Plantear objetivos de corto, mediano y largo plazo.
4. Especificar tácticas comerciales y financieras.
5. Plantear los indicadores financieros de rentabilidad en las diferentes líneas del estado de resultados.

6. Comunicar a los grupos de interés el Planeamiento Estratégico en detalle.

Alarcón, Palacios, Zúñiga y Montes (2017). "Planeamiento estratégico del Perú". Pontificia Universidad Católica del Perú.

Conclusiones:

Según los últimos reportes, el Perú es un país que cuenta con sólidos indicadores macroeconómicos, acuerdos comerciales con diferentes países que le permiten una integración al mercado mundial, además tiene una política abierta a los inversionistas locales e internacionales sin discriminación alguna, con un promedio de aranceles por debajo de la Región y con ventajas competitivas en diferentes sectores de la economía como son: Minería, Agricultura, agro exportación, Turismo, Hidrocarburos, minería y Pesquería.

Espinosa (2013). Titulado Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas de seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Resumen:

1. Está basado el plan estratégico como modelo de excelencia en la gestión del Premio Nacional de la calidad del Perú los resultados fueron: G4S 58, PROSEGUR 53 y SECURITAS 51 puntos respectivamente. Que representan el 68%, 62% y 60% respecto al máximo que es de 85 puntos. Lo que significa que hay una participación moderada de los directivos en el Perú al cumplimiento del Plan Estratégico elaborado por las Casas Matrices que se encuentra en Europa.
2. En relación al nivel de satisfacción general con el servicio de seguridad y vigilancia privada en las agencias bancarias, el 3% están completamente satisfecho, 66% satisfechos y el 31% insatisfecho, lo que es comprobado con la fundamentación estadística.

3. La relación del nivel de satisfacción en la calidad del servicio de seguridad y vigilancia privada de las agencias bancarias el 51% dejó estar satisfecho mientras un 49% no están de acuerdo, con lo que conlleva a una percepción de la falta de una política de servicios de seguridad de calidad hacia los clientes.
4. Se notó una percepción 60% de los encuestados a las empresas de seguridad y vigilancia, un índice de mejoramiento continuo 40% no percibe dicha mejora.
5. La rentabilidad en las empresas ha obtenido utilidades netas con crecimiento, siendo mayor en el 2010, tal como obtuvo la Compañía de Seguridad Prosegur S.A. cuya utilidad fue US\$ 14,595 dólares.
6. Hay una correlación de rentabilidad de las empresas de seguridad y satisfacción de los clientes.
7. Finalmente, que para alcanzar metas y objetivos de la organización es importante el alineamiento estratégico de la organización.

2.1.2 Universidades Internacionales

Roca (2014). Elaboración de un Plan Estratégico para la Gestión de abastecimiento en Industria Mecánica VOGT S.A. **Universidad de Chile**

Resumen:

- El objetivo del presente trabajo de investigación es:
- Elaborar la Misión
- Elaborar la Visión
- Definir los elementos del planeamiento estratégico
- Elaborar un plan financiero de largo plazo por los próximos 10 años
- Elaborar cual fue ser la estrategia de crecimiento vía los mismos productos y servicios (orgánico) o mediante fusiones y/o adquisiciones (inorgánico)
- Proyectar las principales variables económicas.

Campos (2014). Título: Aplicación de un sistema de planificación estratégica y control de gestión en una organización sin fines de lucro, caso ONG. psicólogos voluntarios. Universidad de Chile.

Conclusiones:

El Planeamiento estratégico comprende:

- Elaborar las proyecciones de las necesidades de fondos.
- Gestionar las fuentes de financiamiento.
- Consensuar los KPIs de control de la ONG.
- Seleccionar a la firma de Auditoria.
- Medir los proyectos con responsabilidad social.
- Elaboración de memorias con los principales logros.

Alonso (2016) Título: Educación financiera en Chile, evidencia y recomendaciones. Universidad de Chile.

Resumen:

Hoy por hoy, nos vemos enfrentado a un Mercado de Capitales con múltiples instrumentos financieros, que permite a una gran cantidad de familias y pequeñas empresas chilenas acceder a variedad de recursos de financiamiento e inversión. Las cuantiosas pérdidas al sistema financiero, producto de la alta correlación con nuestros países estratégicos (China, EE. UU,) y una desaceleración que ha afectado directamente a la calidad de vida de las personas, nos lleva analizar el nivel de preparación que tenemos en términos financieros o cuan alejado estamos respecto a la Cultura Financiera, entendiendo que es la base para mejorar el bienestar de los individuos y por ende contribuir al desarrollo del país. En este contexto, el siguiente documento tiene por objeto diagnosticar el nivel de Educación Financiera, que existe en nuestro país, estableciendo evidencias y recomendaciones para el lector.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Planeamiento Estratégico

Según Fred (2006): es el arte y ciencia de administrar y evaluar las decisiones internacionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos. Esta definición implica que la administración estratégica integre: la administración, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción de operaciones, investigación y sistemas de información gerencial.

El proceso de la administración estratégica es dinámico por naturaleza, está conformado por conjunto de compromisos, decisiones y actos precisos para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores, se debe adaptar acertadamente su estrategia, obteniendo información relevante, derivada del análisis interno y externo.

El autor define planeamiento estratégico es el arte y ciencia que toda organización empresarial debe contar para administrar sus decisiones internacionales en las diferentes áreas de una institución para alcanzar objetivos, en esta relación nos manifiesta que las diferentes áreas, como la contabilidad, finanzas, gestión, operaciones, administración, y producción deben estar dinámicamente por naturaleza interrelacionados, y cumplir con los diferentes compromisos que la empresa tiene, para alcanzar la competitividad estratégica y de esa manera obtener las utilidades que espera alcanzar en el futuro y cumplir con las diferentes estrategias para obtener utilidades más allá del promedio trazado.

Drucker, (1997): define la estrategia bajo el concepto de que toda organización opera basada en una teoría de negocios, quiénes son los clientes. La estrategia convierte esta teoría de negocio en desempeño. Su propósito es facultar a una organización para alcanzar los resultados que desean dentro de un medio imprevisible, porque la estrategia permite que la organización sea oportunista con propósito.

Según el experto, toda empresa está trazada con una estrategia para obtener ganancias, es decir una teoría de negocio, los altos ejecutivos de la organización deciden el propósito final, trazando metas alcanzando su propósito.

Los ejecutivos son los encargados en definir su propósito esforzándose y en determinar la dirección estrategias y diseño para alcanzar sus metas, diseño de la organización, en ese sentido las organizaciones adaptan a su entorno los cambios a favor del negocio.

Para Daft (2007): una organización se crea para alcanzar un objetivo, el cual es decisión del director general de la compañía y del equipo de la alta dirección. Quienes deciden el propósito final de la organización se esforzarán y determinarán la dirección que se tomará para alcanzarlo, en este objetivo la dirección es lo que moldea y da forma al diseño y administración de la organización. De hecho, la responsabilidad principal de la alta dirección es determinar las metas, estrategia y diseño de la organización y en ese sentido adaptar a las organizaciones a entornos en constantes cambios”.

De acuerdo a lo indicado por el experto, toda organización se crea con objetivos claros así alcanzar su meta, esta decisión está cargo del director general como de los altos ejecutivos, el propósito debe ser buscar, escoger, diseñar el final de la organización interconectados a tomar con responsabilidad diseñar estrategias acordes con sus metas para luego adaptarse a los constantes cambios que la alta dirección ha trazado, así como las metas, estrategias y diseño de la organización.

Para Hope y Playe (2012): Planificación Estratégica es un “proceso destinado a determinar los objetivos a mediano y largo plazo, y la manera en que la organización los alcanzará. Si se hace adecuadamente, el proceso debería estimular un pensamiento imaginativo e innovador y posibilitar que la organización se adapte a los constantes cambios”.

Según el autor planificación estratégica considera como mejor herramienta para mejorar el control y el rendimiento de los planes trazados factores tanto organizacional y gestión, proceso destinado a determinar los objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo, cumpliendo su meta utilizando su imaginación coherente e innovador adaptándose a los constantes cambios.

Sainz de Vicuña (2012): hace referencia al planeamiento estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas, adaptándose hoy en referencia lo que hará los próximos años, así lograr una organización más competitiva que permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses.

Plantea, asimismo que, planificación estratégica, nos da otro concepto muy diferente sobre dicha herramienta como un plan maestro que nos sirva a la alta dirección a recoger ya decisiones corporativas proyectándose a lo futuro y que debe hacer en los próximos tres años que nos da un espacio para lograr nuestro objetivo, que le permita a la organización ser más competitivo logrando satisfacer las expectativas que se han trazado y dejar satisfecho a su público en toda su dimensión.

Lumpkin y Dess (2003): propone “el plan estratégico es un conjunto de acciones destinadas a conservar la ventaja competitiva de las empresas y garantizar su crecimiento sostenible de largo plazo”.

En esta parte los autores nos ilustran sobre el planeamiento estratégico como el conjunto de análisis, decisiones, acciones que deben aplicar un ejecutivo; por el contrario, tomar decisiones corporativas con visión a largo plazo, con planes y acciones haciendo realidad un proyecto, manteniendo ventajas que sean duraderas sostenibles en el tiempo, de otra parte el autor Bonilla agrega a esta corriente el análisis empresarial que debe llevarse a cabo diagnosticando el status actual de la empresa.

De acuerdo con Martínez y Milla (2005): plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro cuya elaboración nos obligará plantear dudas acerca de nuestra organización, realizar estrategia en función de nuestro posicionamiento actual. Haciendo un recorrido por definiciones de diversos autores, nos encontramos con elementos comunes que nos acercan en mayor medida a la idea de plan estratégico. Estos elementos son: está el concepto de un entorno, es decir, una serie de condiciones ajenas a la organización, a las que ésta debe responder. Algunas de estas condiciones son negativas (amenazas) y otras positivas (oportunidades). Para conocer estas condiciones, se debe llevar a cabo un análisis del entorno.

De esta forma, la gerencia debe realizar un análisis de la situación actual, con el fin de determinar su posición en el entorno y su cantidad de recursos y reconocer sus debilidades. Además, la organización debe poseer la imagen de su futuro (visión) y establecer metas u objetivos estratégicos básicos. El objetivo de más alto nivel se suele conocer como la misión. Por último, la organización proyecta como aplicar sus recursos y describe los programas de acción a largo plazo (estrategias), que determinan los objetivos estratégicos de desarrollo de dicha.

Precisa los autores referente a planeamiento estratégico, desde otro ángulo como el documento que sintetiza desde el punto económico financiero, estratégico de inversión, financiamiento de la empresa hasta su elaboración de posicionamiento en beneficio de la organización; como también realizar un análisis de su situación actual, nos obliga a plantear las dudas de nuestra organización reconociendo sus fortalezas, debilidades, metas, objetivos estratégicos básicos en desarrollo para la organización. En otra manera ver las condiciones que pueden afectar a la empresa, estas condiciones pueden ser negativas o positivas.

2.2.2 Gestión Financiera

Flores (2015) que Gestión Financiera es la aplicación, de técnicas, métodos y procedimientos con la finalidad de medir y mejorar la rentabilidad como plan de la empresa. En ese sentido, se debe prever los recursos financieros e invertir estos en forma eficiente para el crecimiento óptimo de la empresa implementado el sistema de control interno, permitiendo lograr los objetivos trazados. Asimismo, la gestión financiera nos indica cómo deben obtenerse y usarse los recursos financieros, para tomar decisiones necesarias con buen juicio y apreciación lógica, teniendo en cuenta los procesos.

Una de las áreas claves de la gestión, es el análisis financiero, decisiones y acciones relacionadas con los recursos de una organización. Qué en este mundo globalizado que vivimos, es vital para las empresas realizar una gestión financiera adecuada.

El gestor financiero es responsable dentro del organigrama de la empresa, él es el encargado de planificar de organizar también controlar las operaciones financieras que se llevan a cabo en la compañía. Por ello, la función del gestor financiero es vital para la salud de empresa ya que tiene que tener en cuenta tanto el pasado, presente y futuro de la organización en el mercado. Solo así podrá evitar errores, evaluar riesgos, oportunidades futuras analizando la situación actual logrando mayores niveles de rentabilidad.

Una gestión adecuada de recursos permitirá crear calidad y durabilidad para los inversores. Si la empresa posee una buena gestión financiera, sus objetivos será fácil que funcione correctamente. Es razonable la confianza entre la empresa y gestor.

Las cualidades de una buena gestión financiera: es ser íntegro, tener seguridad en la toma decisiones rápidas, sentirse cómodo al manejar cifras y ser organizado en su trabajo. Otra cualidad es tener una sólida formación y experiencia profesional; para ello considerando los 5 consejos que ayudarán a mejorar la gestión financiera para su sostenibilidad:

1. Revisar los niveles financieros. Así evaluar su situación financiera periódicamente del mismo modo el flujo de caja.
2. La financiación externa potencializa las necesidades de la empresa.
3. Siendo clave en sus objetivos reales, analizando la capacidad generando liquidez y beneficios con los que puedas hacer frente a sus necesidades.
4. Elabora y gestiona los cobros y pagos. Es importante que planifique bien la tesorería de tu negocio, con el objetivo de control de las entradas y salidas de dinero.
5. Utilizar un software de gestión actualizado. De esa manera permitirá de futuros errores en la gestión de las empresas.
6. El análisis de resultados es fundamental para evaluar la situación del negocio, y así planificar y optimizar tu plan estratégico.

El autor que representa al Instituto Pacifico, se explaya con respecto a la gestión financiera por qué se utiliza esta variable en toda institución dedicadas a la rentabilidad de una empresa y su proyecto de inversión en los diferentes periodos aplicando técnicas, métodos y procedimientos comprobados para mejorar la rentabilidad de una empresa.

En un mundo globalizado es de vital importancia realizar la gestión y administración de las finanzas acertadamente.

El gestor financiero es la persona responsable dentro del organigrama de la empresa, para controlar las acciones financieras de la institución, siendo de vital importancia para la económica.

Para ello la cualidad del gestor financiero debe tener condiciones innatas de manejo capacidad de formación profesional, experiencia en el manejo, control y organizado en su área, en resumen, ser integro en su formación.

El autor recomienda para mejorar la gestión financiero 5 consejos que nos ayudaran mejorar para asegurar su sostenibilidad.

- En todo momento estés alerta que está pasando en tu empresa y revisar periódicamente sus inversiones.
- Ver la financiación externa que se ajuste a tu proyecto, encontrando equilibrio, saber las necesidades de tu empresa.
- En los cobros y pagos, deben saber ajustar los tiempos a hacerlo efectivo, para luego hacer las previsiones de entrada y salida de dinero.
- Estar acorde en la tecnología de punta en gestión, para dinamizar y simplificar su gestión del negocio, para tener resultado seguro y eficaz.
- Analizar los resultados que es importante para evaluar su situación del negocio, de esta manera optimizar su estrategia de empresa.

(Amat, 2009). Precisamente por la escasez de proyectos de investigación en el ámbito de las finanzas, junto al carácter global e integrado de la economía y la rapidez de las comunicaciones, la crisis parece tener una causa exclusivamente macroeconómica, asociada a la inflación o al déficit público. Detectándose el origen y desarrollo de los problemas asociados a la crisis actual provocado por inversores y responsables en finanzas. (Prat, 1994; Wesberry, 2001): los responsables de la administración y de la auditoría también han sido negligentes, pues la falta de ética y de medidas de control suele estar presente en este tipo de procesos.

El autor nos precisa que la falta proyectos de investigación del tema de la gestión financiera, en un mundo de economía globalizado como el actual, las comunicaciones digitales ha evolucionado en tecnología, el autor precisa las causas de crisis de la gestión financiera se debe a la macroeconomía, que es notorio en la inflación y déficit fiscal, hace mención, que actualmente ya no depende de la economía sino, del planteamiento político, creo que también como investigador del tema, me aúno al autor que en las investigaciones mucho dependerá de las decisiones macroeconómicas, como es el caso textil materia del presente tesis, en un estudio socio económico financiero de un determinado sector productivo.

En la misma línea Bennoun (2001), Nieto (2002) y Rocha (2007) plantean la necesidad de disponer de nuevos modelos de dirección y de gestión financiera. Sin embargo, los responsables no les agraden los modelos, pues son considerados excesivamente teóricos, no es menos cierto que no hay nada más útil que una buena teoría. Quizás esta crisis también constituya una oportunidad para integrar, en beneficio de todos, el mundo académico- científico y la experiencia empresarial real y cotidiana. En cualquier caso, muchos directivos debieran abandonar los modelos que han utilizado hasta ahora, especialmente si éstos poseen escaso fundamento científico y una gran subjetividad, además de ser ineficaces. (p. 67).

Los autores en esta teoría coinciden en plantear nuevos modelos de dirección y gestión financiera en una empresa, aunque a los responsables en la dirección en las empresas no les agradan porque son más teóricos que prácticos, ahí si vive la misma necesidad, pero no hay mejor que hacer y no hacerlo; estos desacuerdos sirva para una mejor integración en lo académico, científico y empresarial de esta manera abandonar modelos que no dan ventajas por carecer de conocimientos técnicas científicos en el tema empresarial.

Sanwal (2008) y Martino (2010), proponen convertir las finanzas en socio estratégico en la dirección general de la empresa, pues ahora es necesario asumir que la dirección y la gestión financiera deben integrarse con las demás áreas en la gestión global de la organización. De esta manera deja de ser independiente en todas las áreas para adoptar una nueva estructura de sistemas y procesos.

Para poder entender las empresas en sus diferentes áreas de gestión (marketing, producción, etc.) están especializadas en determinados procesos, como es lógico, pero la estructura funcional tradicional, aun permitiendo la separación y la especialización, quizás no se trate sino de rescatar la propuesta de una dirección sistémica de investigadores como Villalba (1975), y aceptar que los cambios financieros propuestos en una empresa pueden constituir una oportunidad para innovar y mejorar otras áreas, o la propia organización considerada globalmente.

En esta fase de las finanzas y la gestión financiera, el autor lo ve a estos indicadores que deben unirse e integrarse en función y beneficio de la empresa y relacionarse he integrarse con una dosis de interrelacionarse entre los diferentes áreas y departamentos de la organización. Para los cuales la mejor visión menciona a todos los departamentos deben unirse en especial lo financiero debe estar integrado a las demás áreas de la producción con un solo fin los resultados de la empresa. Siendo el fin supremo de la gestión en una organización lo económico, cual de satisfacer al cliente en ello estará el fin de la organización.

Que todas las decisiones lleven adelante en lo monetario y cuantitativo, así como lo financiero y en el posicionamiento del mercado satisfaciendo al público, entre los cuales podemos citar la satisfacción al cliente, cadena de valor, supervivencia y desarrollo, crecimiento de la entidad, asumiendo de manera integral, responsabilidad financiera, comercial, social y medioambiental.

Grases y De Bes (2002) y Hayward (2004): el propósito de racionalizar la gestión financiera de la empresa, faciliten la prevención de problemas a futuro, además de situarse en otras alturas respecto a la dirección de las entidades de las que forman parte. El “*OUTSOURCING*” es recomendable en el caso de aquellos procesos de naturaleza administrativa y financiera que pueden ser gestionados con mayor eficiencia externamente, sin que dicha externalización suponga una pérdida interna de control sobre los mismos. Como siempre, ello exige al directivo competencias para cooperar y confiar en determinados asuntos financieros.

El autor con el fin de racionalizar la gestión financiera, proponen evitar futuras crisis financiero y prevenir siempre y cuidar la salud financiera, recomienda subcontratarse algunas de las funciones de las finanzas con expertos profesionales conocedores en temas de su especialidad, así, por ejemplo, el *Outsourcing* financiero que debería encargarse de los temas administrativo - financieros con mayor eficiencia, que adquieran mayor idea de competencia en la planificación y control.

Chacin (2010), propone un tipo de dirección financiera que mejora su integración y coordinación con el resto de funciones y con la dirección general de la entidad, así adquiriera cada vez más independencia para gestionar con eficiencia, en un contexto económico muy dinámico, con constante presencia de nuevas estrategias financieras, que aporta a los profesionales en gestión así con mayor responsabilidad, competencia en la planificación y el control de su área, dando oportunidad de continuar fomentándose las discrepancias entre los responsables de las áreas de la empresa, algo que en parte es absolutamente razonable, los ejecutivos deben potenciar sus energías que vayan más allá de los asuntos meramente presupuestarios.

Con el fin de racionalizar la gestión financiera evitando futuras crisis financieras prevenir la salud financiera, recomienda subcontratar algunas funciones de finanzas con expertos profesionales, que debería encargarse de los temas administrativo financiero con mayor eficiencia externamente y responsables de la parte financiera.

Merino (2004) y Espinosa (2009): la nueva dirección financiera de la empresa conlleva, necesariamente, la optimización y la mayor fluidez de las transacciones a corto plazo, es decir, las que tienen que ver con sus proveedores, clientes y entidades financieras. Dicho de otro modo, se debe avanzar en la mejora de la gestión general del capital de trabajo. Con ello se conseguiría disminuir los factores de riesgo y contener (o reducir) los costes, especialmente los asociados del crédito concedido a los clientes, el brindado por los proveedores, los derivados de las operaciones bancarias a corto plazo y los vinculados a la gestión de las existencias (compras, almacenaje, etc.). La reingeniería de los procesos asociados a las existencias tiene un impacto financiero en la organización que va más allá del replanteamiento contable derivado de la nueva legislación o de la valoración de los inventarios.

En esta parte la dirección financiera el autor plantea, optimizar con mayor fluidez las transacciones a corto plazo, con la participación de los proveedores, clientes, y entidades financieras, de esa manera mejorar en la gestión general del capital de trabajo reduciendo los factores de riesgo, los costos operativos, aplicando la reingeniería a los procesos de los productos.

Pallarés (2006): recomienda revisar los procesos y decisiones de almacenaje, inevitablemente, afectará a la gestión de las existencias. Las cuestiones mencionadas deben ser abordadas con rigor, pero entendemos que una vez que han sido resueltas las anteriores.

Para mantener la viabilidad financiera, tanto si hay crisis o no, las empresas deberían salvar la distancia que separa el acelerado ritmo de las actividades cotidianas de explotación de igual modo el pausado ritmo de los procesos financieros tradicionales de planificación y elaboración de presupuestos. Logrando integrar estrechamente las aplicaciones empresariales de programación y elaboración de previsiones en una solución. (Gómez, 1997; Gahagan, 2004).

El autor en esta parte de la gestión financiera hace mención de tener en cuenta la relación existente entre la compra y el almacenaje de los productos terminados, que afectan en la gestión financiera de existencias, dependerá si es viable un financiamiento con base a sus existencias, mantener su viabilidad financiera lograra integrarse estrechamente la programación y elaboración de previsiones.

Mochón (1994) y Narrillos (2007): en una gestión financiera globalizada y en un mejor abordaje de la administración de los riesgos financieros es apropiada para las pymes, esta idea presentada por Ontiveros (2007) sobre finanzas globales, con un despliegue de comportamiento ético.

La gestión del riesgo son instrumentos financieros de manejos cuantitativos considerados acertados y equilibrados, así como mejoras, en la información sobre las operaciones, seguros de cobertura, condiciones y formalidades de los pactos asociados a las inversiones y a su financiación.

El autor nos hace mención que la gestión financiera es menos novedosa pero muy acertada en una economía globalizada, considerando a los riesgos financieros como una mejor solución, desarrollando una gestión de mejoras en los tres riesgos mencionados, tipos

de cambio y sus intereses deben estar cubiertos los seguros de cobertura utilizando las consideraciones y formalidades del pacto de inversiones y financiación.

2.2.3 Datos Estadísticos de las Importaciones

Figura 2

Evolución de las importaciones desde China (2007-2018)

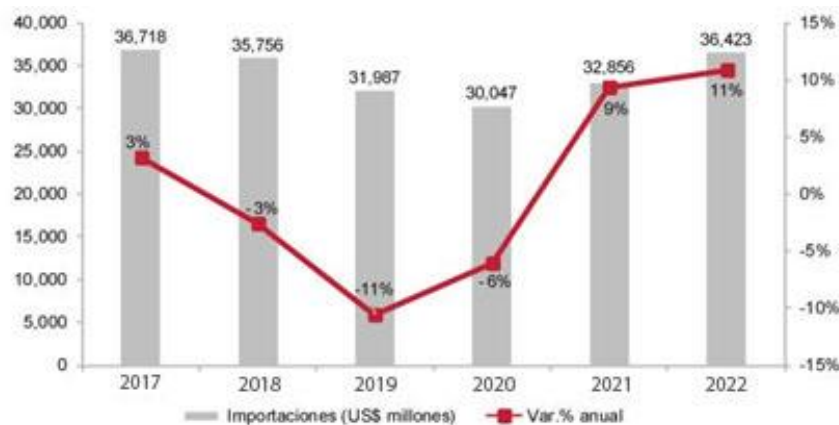


Nota: Instituto de Estadística (INEI)

En la figura 3, nos muestra la evolución de las importaciones de China al Perú, desde el año 2007 fue del 312 millón de dólares, al 2018 llegando a 2,071 millones de dólares la importación a Perú, demostrando las transacciones es en forma ascendente.

Figura 3

Evolución de las importaciones peruanas



Nota: SUNAT. Elaboración: Comex Perú

En la figura 4, la evolución de las importaciones que nos muestra el cuadro tiene un comportamiento ascendente, desde el año 2013 descendiendo las importaciones, en el año 2015 a manera de un descanso, para luego ascender en forma sostenible siempre manteniendo su ritmo, hasta llegar en el año 2017 a 32,556 (U\$S) llegando su alza para el año 2018, a 36,423 (U\$S) consolidando su alza a la actualidad.

Por Sexton, J. (2018): Desventajas de tratados de libre comercio con los Estados Unidos de Norte América y países latinos si leemos solamente las informaciones emitidas por el sector industrial y por parte del gobierno, se pensaría que los tratados benefician a ambas partes por igual, esto no es del todo cierto. Los TLC tienen un lado oscuro que pone en peligro a los importadores textiles nacionales.

El acuerdo comercial con Colombia se firmó 2011, y los países de Sudamérica con Estados Unidos, desde entonces se creía que iba ser ventajoso para ambas partes, como consecuencia el país del norte con su capacidad suficiente de recursos económicos e infraestructura para producir productos a precios más baratos, en cantidades más grandes y de una forma muy eficaz. En conclusión, el acuerdo comercial, con los países de Latinoamérica estamos en una desventaja en todos los aspectos como son infraestructura, producción, financiero, tecnología de punta, convirtiéndonos solo en países exportadores de materia prima primario.

Sergio Clavijo, J. y Joya, S. (2019): El país asiático ha venido ganando participación comercial en América Latina, aprovechando el vacío dejado por Estados Unidos en este ámbito. Este resultado es haber adoptado prácticas proteccionistas, desconociendo principios básicos sobre los beneficios del comercio mundial. Resaltando cómo diferencial de salarios a nivel histórico siempre termina imponiéndose a favor de los países en vías de desarrollo (como lo fueron en su momento Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y ahora China). Y esto finalmente se refleja en los ciclos de productividad multifactorial China inició su ciclo de “despegue” en 1979 y ha terminado por igualar el tamaño de la economía de Estados

Unidos en esta década (2010-2019). En el caso particular de América Latina, China se ha convertido en el mayor acreedor y en su segundo socio comercial regional.

La importación textil China en el Perú crece a triple dígito, según las cifras otorgadas por el SUNAT y la Asociación de Comerciantes de Gamarra, los productos textiles chinos aumentan su presencia en el mercado peruano, en productos textiles, telares, poleras y lencería en general; además practican la informalidad ingresando los productos por los puertos terrestres de Tacna y Puno Sector Desaguadero, se estima que China exporta al Perú el 71% del total de las importaciones textiles del país, cifra que hace 3 años no llegaba ni al 20%.(Gonzales, T. 2016)

2.2.3.1 Tratado de Libre Comercio Chile-China

En junio de 2002, China propuso a Chile comenzar las negociaciones de un acuerdo comercial y el lanzamiento de las tratativas se llevó a cabo en la Cumbre de Líderes APEC celebrada en Santiago en noviembre de 2004. El Tratado de Libre Comercio entre Chile y China se llevó a cabo en un total de 5 rondas, que se llevaron a cabo durante el año 2005. El acuerdo fue aprobado por unanimidad en el Senado en agosto del 2006 y entró en vigencia en octubre del mismo año. En Chile, el Tratado fue promulgado mediante Decreto Supremo N°317 del Ministerio de Relaciones Exteriores el 21 de agosto de 2006, publicado en el Diario Oficial el 23 de septiembre de 2006, TLC - vigencia 1° de octubre de 2006.

La importancia del TLC para Chile, radica en que permite un acceso privilegiado a un país de más de 1.300 millones de habitantes y cuya economía crece a un ritmo acelerado desde hace más de 10 años.

Las elevadas tasas de ahorro (superior al 40% del PIB en promedio entre 1980 y 2014), y el crecimiento de su población, han sido motores claves para su rápido crecimiento económico. Cuyo desarrollo ha liderado el crecimiento económico del mundo en las últimas décadas. Actualmente, China es el primer socio comercial de Chile y receptor del 24% de las exportaciones totales de Chile al mundo.

Objetivos Del Tratado. Estimular la expansión y la diversificación del comercio entre las partes: Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías entre las Partes. Promover las condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio. Crear procedimientos efectivos para la implementación y aplicación de este Tratado, para su administración conjunta, y para la resolución de las controversias. Establecer un marco para expandir y acrecentar los beneficios de este Tratado mediante la promoción de la cooperación bilateral, regional y multilateral.

Según el gremio de producción chilena, Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) durante el primer trimestre 2018, la producción industrial que representan a este sector registró una baja 11% comparado con igual periodo 2015. La masiva llegada de productos textiles de menor precio al país afecto a la industria local.

La masiva llegada de productos textiles de menor precio a Chile está afectando hace rato a la industria local. Según la (SOFOFA), este sector hoy representa solo un 0,3% del PIB, cifra muy inferior a la histórica, lo cual responde al aumento de importaciones asiáticas que se han dado en las últimas décadas.

Ricardo Matas, académico de la Escuela de Comercio (CCS), sostiene que esta problemática no se trata de algo reciente, sino que se viene gestando desde mucho antes. “A partir de 1975 se desmanteló el régimen proteccionista que había permitido el desarrollo del sector textil local, obligándolo a competir con grandes actores de los mercados internacionales.

El efecto de las nuevas políticas liberales en torno a esta industria y la del vestuario impactó negativamente en el segmento, pues una parte importante de las fábricas textiles que funcionaban en Chile debieron cerrar. De esta manera, y para sobrevivir al interior del mercado nacional y mundial, los empresarios se reconvirtieron en importadores textiles y de vestuario. Las importaciones de Chile proveniente de la segunda economía mundial alcanzaron en 2018 los US\$ 15,436 millones es decir el valor del producto más el traslado y seguros.

2.2.3.2 La Industria Textil en Colombia

En esta parte del continente, Colombia, como los demás de la región, el sector textil y manufacturera como son la fabricación de prendas de vestir, han obtenido un crecimiento considerable del 4.8 % en el año 2019 en el sector.

Este crecimiento se debió a la estabilidad de su moneda después de altos y bajos como se pudo percibir en años anteriores, dando el inicio a la elaboración de las telas inteligentes de tendencias ecológicas, es decir telas con filtros UV repelentes, es decir adaptables de acuerdo a las estaciones y el clima, para esto el estado fue el principal promotor otorgando apoyo financiero para el sector industrial y textil.

El año 2018, ya empezó a decrecer los textiles según Superintendencia de Sociedades las cifras empezaron a caer 9.55% en comparación del año anterior, así como las principales industrias manufactureras textiles, siendo el motivo principal el Tratado de Libre Comercio Colombia-China. Aquí empieza la dificultad para Colombia, que no puede cumplir con tratado porque no puede producir productos, así como los de región en especial el Perú, que por su situación geográfica producen bastante productos agrícolas y Colombia no puede producir en calidad y cantidad, otra situación no tiene una infraestructura adecuada para el intercambio comercial, otro punto negativo para Colombia en el TLC. es el Dumping que las empresas chinas son subsidiados por su gobierno por tal motivo pueden exportar a bajo precio, y el costo de la mano de obra en Colombia es caro siendo otro factor negativo para la industria colombiana.

2.3 Definiciones conceptuales

Planeamiento estratégico. Según Peter Drucker, “el planeamiento estratégico es el proceso continuo que consiste en adoptar ahora decisiones empresariales sistemáticamente con el mayor conocimiento posible de su carácter de futuro; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar estas decisiones, y en medir los resultados de estas

decisiones comparándolos con las expectativas mediante la retroacción sistemática organizada”.

Gestión financiera. Involucra la administración de los recursos que posee la empresa, cuya responsabilidad se asigna a una persona conocida como gestor o contralor, el cual es el encargado de administrar financieramente la empresa, llevando un control adecuado de los ingresos y los egresos que concurre en la organización, teniendo como contraparte la maximización de los recursos económicos de la misma, (Cibrán, Prado, Crespo, & Huarte, 2013; Soto G., Ramon G., Sarmiento Ch., & Mite, 2017).

2.4 Glosario de términos

Amenazas. Se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad. Silva, R. (2002).

Amenazas. Sin embargo, el reciente anuncio del presidente Donald Trump de que Estados Unidos aplicará aranceles a sus importaciones de acero y aluminio, generó de repente un temor que pocos habían anticipado: que esa medida estadounidense podría desencadenar una ola de represalias de los socios comerciales del país, lo que podrían hacer estallar una guerra comercial a todo galope y posiblemente amenazar la economía global.

Análisis DAFO. (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), su objetivo consiste en ayudar a una empresa a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas. Silva, R. (2002).

Arancel. Es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones. (Ministerio de Economía y Finanzas. Perú)

Aseveración. Resulta ser la afirmación de alguna cosa de parte de alguien. Aunque, de alguna manera, una aseveración es un poquito más que una simple afirmación, ya que implica una afirmación categórica sobre la cuestión que se trate, es decir, quien realiza una aseveración está afirmando algo de manera segura y con un conocimiento pleno de los hechos que causa la realidad que se menciona. (Definición ABC)

Base imponible. “Es el monto de capital y la magnitud que representa el hecho imponible, esto es, la base que se utiliza en cada impuesto para medir la capacidad económica de una persona”. Donoso, A. Economipedia

Benchmarking. “El proceso que consiste en la medición y comparación de las operaciones o los procesos internos de la organización con los del mejor representante de su clase, proveniente del interior o exterior de la industria”. Silva, R. (2002).

Capacidad gerencial. “Conjunto de conocimientos, experiencias, habilidades, actitudes y aptitudes (inteligencia) que permite a las personas influir con medios no coercitivos sobre otras personas para lograr objetivos con efectividad, eficiencia y eficacia”. Silva, R. (2002).

Capacidad productiva. “Estimación de cuánto podrá producir una empresa para determinar así sus condiciones para atender el mercado”. Silva, R. (2002).

Competencia directa. Contrasta con la competencia indirecta, en la que dos o más empresas ofrecen productos o servicios que, aunque son diferentes, podrían satisfacer la misma necesidad del consumidor. (Sy Corvo, H. Lifeder.com)

Competencia. La información sobre la competencia que tiene mayor interés para la empresa es el número de competidores, su cuota de mercado, su tamaño, sus precios, los productos que ofrece, etc. (Silva, R. 2002).

Competencia. Se entiende aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción. Así, los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda. (Gil, S. economipedia)

Control estratégico. Tiene como finalidad asegurar el cumplimiento del plan estratégico y comprobar que se están alcanzando los objetivos previstos en el mismo. El proceso de control implica medir los resultados de las acciones emprendidas, diagnosticar el grado de cumplimiento de los objetivos previstos y, en su caso, tomar medidas correctoras. (Silva 2002).

Control. Proceso de observación y medida, consistente en comparar los resultados que se han obtenido con los objetivos que se querían alcanzar. De esta manera se ven las diferencias, es decir, las desviaciones, y se estudia por qué han existido y cómo se pueden solucionar. (Silva 2002).

Cuantificable. “Es un verbo que se refiere a la acción de enunciar una cantidad. Lo cuantitativo, por lo tanto, consiste en la expresión de una magnitud a través de números”.
significadpconcepto.com

Cuantitativa. Cuantitativo o cuantitativa es un adjetivo que refiere a la naturaleza numérica de datos, métodos, investigaciones y / o resultados. (Significados.com).

Cultura estratégica. “Un conjunto de normas, valores, actitudes y tipos de conocimientos relacionados con la comprensión de las actividades estratégicas, sobre todo, los objetivos estratégicos y maneras de alcanzarlos, compartidos por todos los miembros de una organización”. (Silva 2002).

Cultura organizacional. Un sistema de significado compartido entre sus miembros, que ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización. Es también la interacción de valores, actitudes y conductas compartidas por todos los miembros de una organización. (Silva 2002).

Curva de experiencia. “Expresión gráfica del efecto de la experiencia como resultado de la economía de escala, los efectos de especialización, el aprendizaje y la innovación”. (Silva 2002).

Debilidades. “También llamadas puntos débiles. Son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas”. (Silva 2002).

Desgravación. Es aplicable a la exportación, la compra y venta de vivienda y otras obligaciones en casos muertes fortuitas e invalidez. (Silva 2002).

Despojo. Es privar por voluntad propia a alguien de algo que se tenía a través del engaño o la violencia física o moral. Despojo es sinónimo de saquear, desnudar, botín y expolio. En términos más formales o poéticos se usa la palabra despojo para causar un impacto emocional en la usurpación o restos de algo, el despojo de la vida, el despojo del tiempo, el despojo de las riquezas o el despojo de las tierras.

Directivo. “Es quien toma las decisiones para unas estrategias es conjuntamente con los otros directivos de la empresa. Lleva a cabo las funciones de planificación, organización y control”. (Silva 2002).

Distorsión. Es la alteración de la forma de una señal cuando pasa a través de un sistema. La alteración ocurre cuando el sistema actúa de diferente manera sobre los componentes de la señal, cambiando. (Silva 2002).

Dumping. Es una “materia que las industrias y las empresas dedicadas a la exportación o la importación deben tener siempre en cuenta, pues puede generar el establecimiento de medidas de protección de la industria nacional con impacto en el comercio internacional”. (Stucchi 2016).

Economía Global. “ES un concepto de especial relevancia en las últimas décadas, que a nivel básico entiende el sistema económico a nivel mundial como globalizado y libre de barreras o fronteras estatales”. (Silva 2002).

Efectividad. Es la relación entre los resultados logrados y los que se propusieron previamente, y da cuenta del grado de logro de los objetivos planificados.

Eficacia. “El logro de los objetivos propuestos con la realización de actividades para alcanzar las metas establecidas; y la medida en que se alcanza el objetivo o resultado”. Silva, R. (2002).

Eficiencia. "El logro de las metas con la menor cantidad de recursos". (Koontz y Wehrich, 2008)

Ejes estratégicos. Son las áreas, campos, procesos claves o dimensiones prioritarias que encontramos en la visión y en las que debemos trabajar sistemáticamente para alcanzar el desarrollo organizacional. En esas áreas se concentrarán los esfuerzos institucionales e individuales y se organizarán las acciones al largo plazo. (Marciniak, 2017)

El hecho imponible. “Es una situación que origina el nacimiento de una obligación tributaria. Existen presupuestos fijados por ley para cada tributo y cada uno de ellos nace con un hecho imponible que lo origina según su propia ley”. (Silva 2002).

Entorno de la empresa. Es un conjunto de factores que rodean a la empresa y que influyen en su actuación. (Marciniak, 2017)

Entorno turbulento. Sus elementos experimentan muchos cambios, que se dan de una forma rápida y muy difícil de prever. Las empresas, para convertirse en cada vez más fuertes, se van haciendo cada vez mayores y se van interrelacionando (se van comiendo terreno las unas a las otras). (Marciniak, 2017)

Estrategia de la empresa. Programa de actuación a largo plazo, que determina los objetivos estratégicos de desarrollo de la empresa y que muestra cómo lograrlos en forma de objetivos operacionales y tareas a realizar específicas.

Estrategia. “Es la acción y la disciplina de coordinar los esfuerzos y administrar los recursos, a través de la toma de decisiones óptimas en el proceso”.

Financiación. Es la acción y efecto de financiar (aportar dinero para una empresa o proyecto, sufragar los gastos de una obra o actividad). La financiación consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). (Significados.com)

Fluidez. Facilidad de movimiento y de operación de los factores económicos (mercado, transporte, mano de obra, banca)” Todo gobierno, al administrar y controlar a sus gobernados como ciudad o colectividad social, debe fundamentalmente “facilitar” la fluidez económica tanto interna como externa, que redundan en el bienestar de todas las personas como también de todas sus instituciones.

Formulación de la estrategia. Es el diseño de un método para alcanzar la visión y la misión de la empresa.

Fortalezas. Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Gestión empresarial. Proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

Gestión estratégica. Proceso permanentemente orientado hacia la construcción, implementación y monitorización de una estrategia para garantizar la supervivencia y el desarrollo de la empresa a largo plazo". Por lo tanto, está orientada a largo plazo y centrada en los factores y las condiciones que afectan a la empresa y que provienen tanto de su exterior, como de su interior.

Indicador. Son puntos de referencia, que brindan información cualitativa o cuantitativa, conformada por uno o varios datos, constituidos por percepciones, números, hechos, opiniones o medidas, que permiten seguir el desenvolvimiento de un proceso y su evaluación, y que deben guardar relación con el mismo. Significados.com. consultado: 26 de octubre de 2020. **Cualitativo.** Es aquello que está relacionado con la cualidad o con la calidad de algo, es decir, con el modo de ser o con las propiedades de un objeto, un individuo, una entidad o un estado. (Significados.com)

Innovación. Se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad. La innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano. (ISBL 2018)

La competencia. Como una "situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio". (Real Academia Española)

La visión. "Es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar". (Conociientosweb.net 2013)

Liberalismo económico. “Es una forma de pensamiento que dentro de la economía promueve el libre comercio, con el objetivo de ejecutar mejores proyectos y fomentar el desarrollo económico”. (Enciclopedia económica).

Libre Comercio. “Es un enfoque económico que defiende la eliminación de las trabas a la actividad económica de los agentes. En el interior del país se traduce en libertad de empresa con mercado libre, y en el exterior en libre cambio” (Girondella, 2008).

Método científico. Es un método de investigación basado en la observación, la experimentación, la medición, la formulación, análisis y refutación de hipótesis y el establecimiento de conclusiones que pueden dar lugar a teorías y/o leyes.

Métodos. Es un modo, manera o forma de realizar algo de forma sistemática, organizada y/o estructurada. Hace referencia a una técnica o conjunto de tareas para desarrollar una tarea. (Significados.com. consultado)

Métodos. Herramientas que los investigadores utilizan para obtener y analizar los datos. Estas incluyen el muestreo, cuestionarios, entrevistas, estudios de casos, método experimental, ensayos y grupos de enfoque.

Misión. “Es una declaración o manifestación duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa”. (Soto, 2019)

Planeamiento. Es un método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento. En una organización, los directivos son quienes tienen que realizar los planes que serán regidos por la planificación. (Significadosconcepto.com)

Proteccionismo. Es la política económica de restringir las importaciones de otros países a través de métodos tales como aranceles sobre los bienes importados, cuotas de importación y una variedad de otras regulaciones gubernamentales, encareciendo así dichos bienes de modo que no sea rentable. (Enciclopedia Libre)

Reestructuración. El término reestructuración económica se ha utilizado cada vez más para referirse al cambio que está ocurriendo actualmente en diversas regiones del mundo, desde economías y mercados protegidos hacia un tipo de industrialización basado en la eficiencia y la competencia internacionales y el fomento a las exportaciones. (García, 2001).

Relegar. Su significado original está vinculado a la época de la Antigua Roma, cuando relegar a un ciudadano consistía en enviarlo al destierro, aunque con ciertas particularidades que hacían necesaria la existencia de ambos conceptos. (Significadoconcepto.com)

Rentabilidad. La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. (Silva 2002).

Represalias. “Medidas de apremio ilícitas tomadas por un Estado en respuesta a actos también ilícitos cometidos en contra de él por otro Estado, y con las cuales trata de conseguir la cesación y la reparación del perjuicio”. (Enciclopedia jurídica).

Síndrome. Todo aquello que causa, origina y ocasiona el vértigo. Que sufre o padece el vértigo como un trastorno. El que esta apresurado, veloz, rápido o va de prisa.

Subvaluado. Se refiere “al valor de una variable (generalmente el valor de la moneda nacional con respecto a la moneda extranjera) cuando es menor a un valor de referencia de equilibrio”. (www.economia48.com)

Tecnología. “La tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema en el menor tiempo posible. (Rondán, 2019)

Tecnología. Es el conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso, que puede ser la solución de un problema específico del individuo o la satisfacción de alguna de sus necesidades. (Raffino, 2020)

Vertiginoso. “Como relativo, alusivo y perteneciente al vértigo”.

(<https://definiciona.com/vertiginosidad/>)

Vulnerable. Incapacidad de resistencia a diferentes factores personales, así como económicos o fenómenos naturales.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de la Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

El planeamiento estratégico influye favorablemente en la gestión financiera por su impacto en el largo plazo de las empresas importadoras Textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.

3.1.2 Hipótesis Específicas

- a. La misión influye favorablemente por su proporción el valor de mercado de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- b. La visión incide favorablemente en el crecimiento de los ingresos para definir el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú -China.
- c. Los objetivos de marketing influye favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú- China.

- d. Las inversiones a largo plazo incide favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad de las empresas importadoras textiles en marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China.
- e. El perfil del talento humano influye favorablemente en la eficiencia de gestión para sostener la capacidad y competencia en las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – China.

3.2 Operacionalización de variables

3.2.1 Variable Independiente

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable independiente X. Planeamiento estratégico

Definición Conceptual	Para Lumpkin y Dess (2003) entienden por “plan estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”.	
	Indicador	Índices
Definición Operacional	X1 Misión	1.1 Plan de negocios
		1.2 Existe una empresa
		1.3 Labor empresarial
	X2 Visión	2.1 Tener liderazgo
		2.2 Crecimiento de movimiento
		2.3 Planes de acción
	X3 Objetivo de Marketing	3.1 Lanzar productos nuevos
		3.2 Retorno de inversión
		3.3 Nuevos mercados
	X4 Inversión a largo plazo	4.1 Documentos negociables
		4.2 Certificado de deposito
		4.3 Acciones preferentes
	X 5 Perfil del talento Humano	5.1 Trabajo en equipo
		5.2 Capacidad y competencia
		5.3 Desarrollo de funciones
Escala Valorativa	Nominal	

3.2.2 Variable Dependiente

Tabla 3

Matriz de operacionalización de la variable dependiente. Y = Gestión Financiera

Definición Conceptual	Bodie, Z. y Merton, R. (2003). “se denomina gestión financiera o gestión de movimiento de fondos a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico billetes y monedas o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito”.	
Definición Operacional	Indicador	Índices
Y1 Valor de las		1.1 Valor de mercado de un negocio 1.2 Rentabilidad de empresa 1.3 Valor de los fondos propios
Y2 Crecimiento de los ingresos		2.1 Rotación de inventario 2.2 Ciclo de inversión 2.3 Margen de utilidad neta
Y3 Participación del mercado		3.1 Estrategia de mercado 3.2 Participación en el mercado 3.3 Porcentaje en el producto
Y4 Rentabilidad del negocio		4.1 Rentabilidad empresarial 4.2 Recursos financiero 4.3 Inversión realizada
Y5 Eficiencia de gestión		5.1 Rendimiento de los recursos 5.2 Acciones preventiva 5.3 Unidades de medida
Escala Valorativa	Nominal	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño metodológico

4.1.1 Tipo de Investigación

La presente es una “investigación aplicada”.

4.1.2 Nivel de Investigación

Se concentra en un estudio descriptivo, cuantitativo, cualitativo y correlacional.

4.1.3 Método de Investigación

Se utilizó el método descriptivo, analítico, estadístico, cuantitativo.

4.1.4 Diseño de la Investigación

Este estudio no experimental se basa fundamentalmente en la observación y el análisis de la situación existente sin manipular deliberadamente las variables. Asimismo, es longitudinal o evolutiva del tipo de diseño de tendencia, ya que analiza los cambios o relación en las variables a lo largo del tiempo centrándose en la población.

Se tomó una muestra en la cual: $M = O_x \text{ r } O_y$

Dónde:

- M = Muestra.
 O = Observación.
 x = El planeamiento estratégico
 y = Gestión financiera
 r = Relación de variables.

4.1.5 Estrategias o procedimientos de la contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis, se usó la distribución chi cuadrada, ya que los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística chi cuadrada es la más adecuada, las mismas aportan resultados significativamente diferentes de los planteados en las hipótesis nulas, esta es rechazada, caso contrario es aceptable, teniendo en cuenta el siguiente procedimiento:

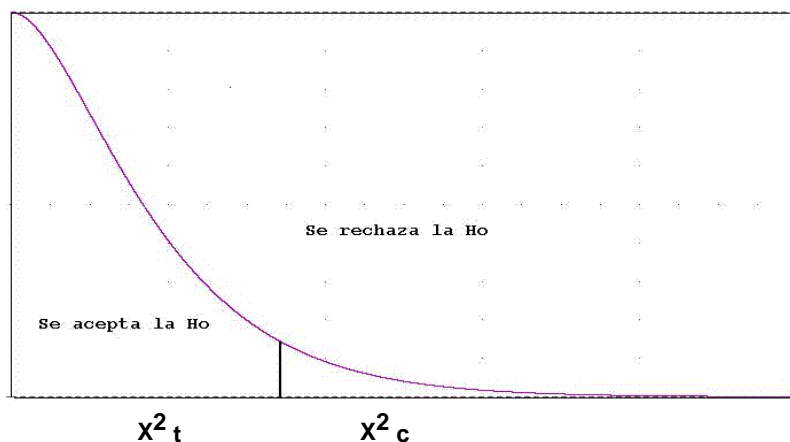
- a) Formular la hipótesis nula (H0)
- b) Formular la hipótesis alternativa (Ha)
- c) Fijar el nivel de significación (α), Es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo verdadera, su rango de Variación está entre los valores $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico (X_{2t}).
- d) Calcular la prueba estadística con la fórmula Chi cuadrado siguiente:

$$\chi^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$$

Dónde:

- O_i = Valor observado producto de las encuestas
 e_i = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado
 χ^2_t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.
 χ^2_c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla de distribución chi-cuadrado.



4.2 Población y muestra

Estuvo conformado 436 empresarios dedicados a las importaciones textiles de la China, de los cuales he tomado como muestra 56 empresarios textiles dedicados a dicha actividad por su antigüedad en el rubro.

Para la determinación de la muestra, se usó el método de muestreo no probabilístico y no aleatorio por conveniencia.

4.3 Técnicas de recolección de datos

Las principales técnicas e instrumentos se utilizó la encuesta, cuestionario, y la revisión documental.

4.3.1 Descripción de las técnicas

En este estudio fueron las siguientes:

Encuesta. Se utilizó con el propósito de obtener información relevante.

Revisión documental. Se aprovechó la información de libros, tesis, manuales, reglamentos, directivas y otros tipos relacionados al tema.

4.3.2 Descripción de los instrumentos

Se utilizó en este estudio fue una encuesta, a través del instrumento el cuestionario a través de la aplicación de un formulario de preguntas abiertas con respuestas múltiples. Siempre guardando relación con la tabla de Operacionalización de las variables, que tiene como base las variables Independientes (X) y las variables Dependientes (Y) así como los indicadores, ítems o índices respectivos, con los cuales se efectuaron las preguntas respectivas.

4.3.3 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

Confiabilidad, Alfa de Crombach con SPSS

Gonzales (2008) afirma que para que un instrumento sea idóneo y se pueda dar confianza a ese instrumento, este debe de cumplir dos condiciones: Confiabilidad y validez. Esto quiere decir que este instrumento debe permitir medir las variables con facilidad y eficiencia. En términos generales la validez se refiere al grado en el que un instrumento puede medir la variable que se desea medir.

4.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Fueron utilizado por el programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versión 25 usando el modelo estadístico Chi Cuadrado para probar y contrastar las hipótesis de la investigación. Asimismo, se aplicó la técnica de estadística descriptiva para construir cuadros y gráficos de distribución de frecuencias que faciliten el análisis cualitativo o cuantitativo no paramétrico de las variables. Se procesaron los datos obtenidos mediante la encuesta, consideró diversos datos: Ordenamiento y clasificación, registros manuales, tablas de frecuencias, análisis e interpretación, gráficos, chi cuadrado entre otros.

4.5 Aspectos éticos

Para la elaboración de la presente tesis y su desarrollo integral en la investigación que me trazado desde el inicio con la idea de buscar materiales de consulta para llegar al plan trazado y para ello tenía que recurrir y buscar entre los diferentes materiales didácticos entre libros, revistas publicaciones y trabajos de autores de diferentes especialidades que tengan relación con mi investigación tanto nacionales e internacionales.

En primer lugar, mis respeto y consideración a los autores e investigadores que me antecedieron como humano y profesionales que aportaron con su esfuerzo e investigación en bien de la sociedad, en esta tarea de buscar informaciones para llevar acabo el laborioso trabajo de llegar a las consultas sobre el tema de mi investigación siempre con el debido respeto y consideraciones a los principios de la autonomía, de la ética y moral, la confidencialidad, con el comportamiento profesional coherente y respeto al momento de citar en los temas que me toco mencionar siempre cumpliendo la responsabilidad profesional y social.

La conducta humana es un valor, y uno de los principios básicos del hombre, en la presente investigación se desarrolló siempre con las consideraciones y respeto a las personas, no a la maleficencia, pero si con justicia, en la toma de decisiones al momento de mencionar su autoría, respetando las normas generales y específicos de gremios o grupos sociales.

En la investigación he tomado las condiciones cualitativas de los investigadores conservando la ética, evitando daño a las personas que me antecedieron en la investigación, velando por su integridad, autonomía y dignidad aplicando los principios básicos éticos y fundamentales conservando el conjunto de normas, costumbres, ideas y convicciones que regulan la actitud, evitando un comportamiento anti ético o ilegal.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

En la presente tesis; se muestran los resultados de las tablas estadísticas o de frecuencias por cada pregunta de la encuesta, así como los gráficos de barras con sus respectivas interpretaciones, También mostramos los resultados del Alfa de Crombach o confiabilidad y Contrastación de Hipótesis con el modelo matemático Chi Cuadrado. Incluyendo la correlación de Pearson o grado en relación entre las variables, en todos los casos aplicando el Software estadístico SPSS-25.

5.1 Interpretación de resultados

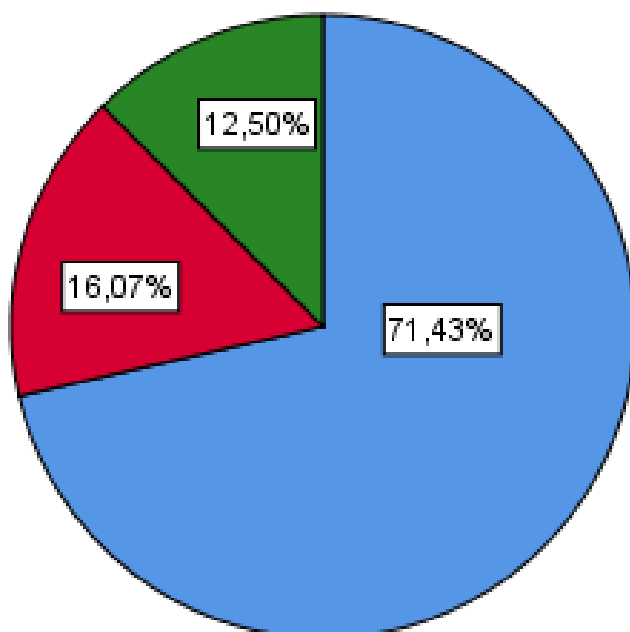
Tabla 4

¿De qué manera, la misión es la razón de ser, de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Plan de Negocios	40	71,4	71,4	71,4
Existe una empresa	9	16,1	16,1	87,5
Labor Empresarial	7	12,5	12,5	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 4

Los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 4.

Análisis

Los resultados obtenidos 71.43% de los encuestados manifestaron que el Plan de Negocios es la manera en que la misión es la razón de ser de los importadores textiles, mientras 16,07% opinaron que es la existencia de una empresa y un 12,50% señalo la labor de la empresa.

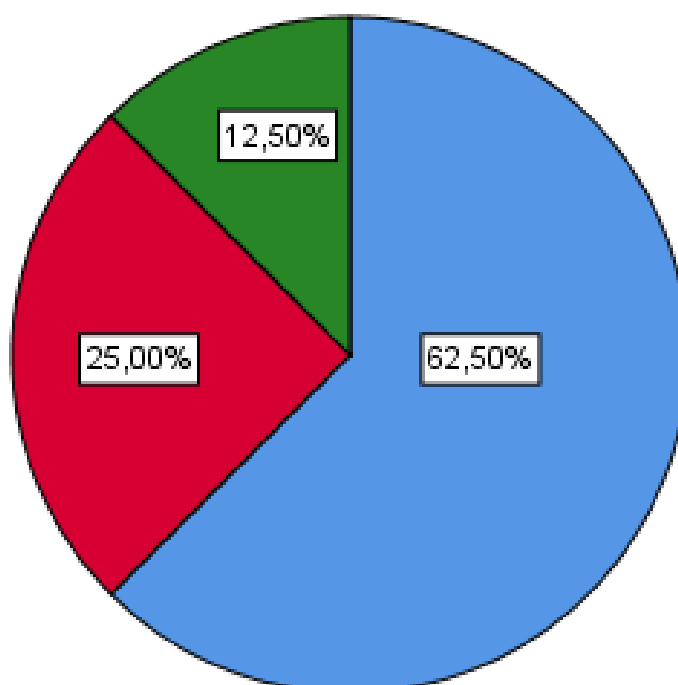
Tabla 5.

Considere usted, ¿Qué plan de acción recoge objetivos para alcanzar su misión a futuro?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Herramientas de Gestión	35	62,5	62,5	62,5
Ciclo de acciones	14	25,0	25,0	87,5
Determinar metas	7	12,5	12,5	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 5

Objetivos para alcanzar su misión a futuro



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 5.

Análisis

Según resultados logrados 62,50% de los encuestados afirmaron que el plan de acción que recoge objetivos para alcanzar su misión a futuro son las herramientas de gestión, mientras 25,00% opinaron el ciclo de acciones y un 12,50% señaló determinar metas.

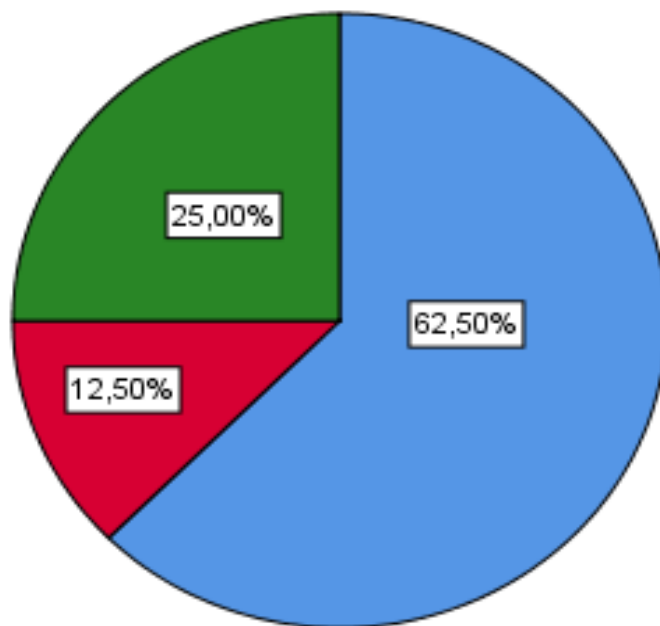
Tabla 6.

¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tener liderazgo	35	62,5	62,5	62,5
Crecimiento de movimiento	7	12,5	12,5	75,0
Planes de acción	14	25,0	25,0	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 6

Importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 6.

Análisis

Los resultados obtenidos 62,50% de los encuestados manifestaron que la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles es tener liderazgo, mientras 25% decidió crecimiento de movimiento, y 12,50% opinaron los planes de acción.

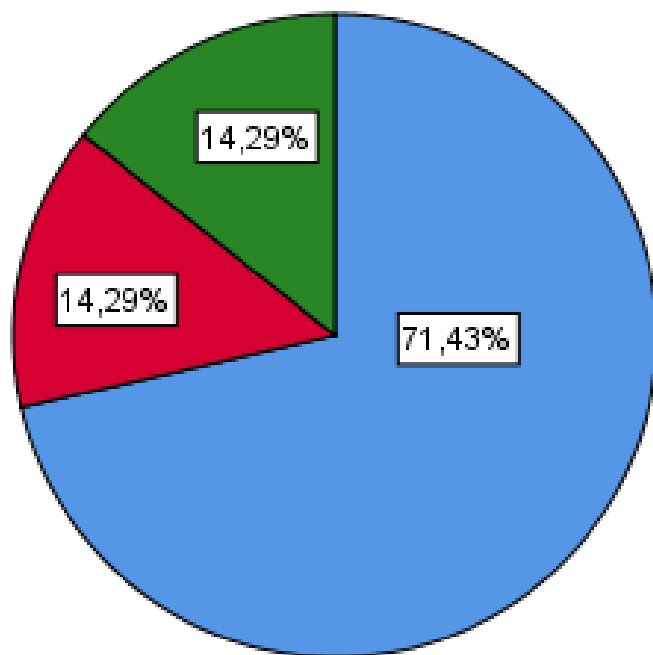
Tabla 7.

¿Cuál es el beneficio que otorga la visión, para utilizar a la planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alcanzar metas de crecimiento	40	71,4	71,4	71,4
Fijar tácticas y acciones	8	14,3	14,3	85,7
Beneficio social y ambiental	8	14,3	14,3	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 7

Planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 7.

Análisis

Según resultados logrados 72,6% de los encuestados afirmaron que el alcanzar metas de crecimiento es el beneficio que otorga la visión para el uso de la planificación estratégica en las empresas importadoras textiles, mientras 14,29% decidió fijar tácticas y acciones y 14,29% señaló el beneficio social y ambiental.

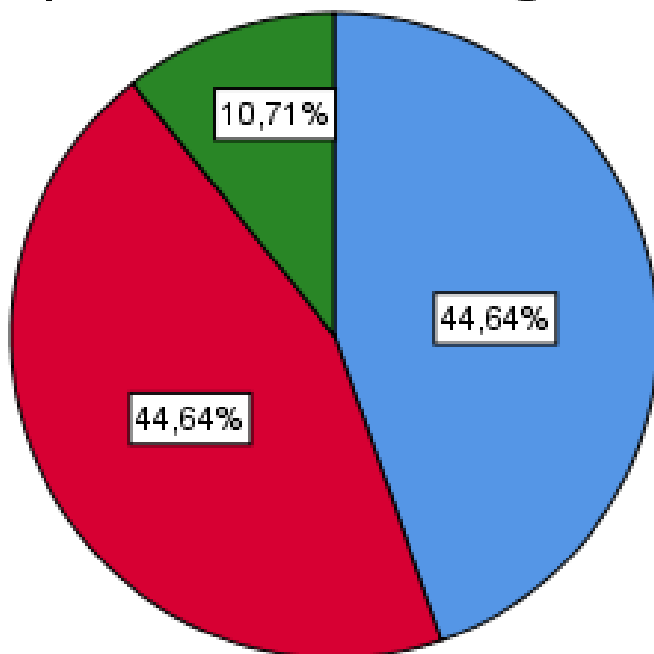
Tabla 8.

¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lanzar productos nuevos	25	44,6	44,6	44,6
Retorno de inversión	25	44,6	44,6	89,3
Nuevos mercados	6	10,7	10,7	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 8

Implementar las estrategias más importantes



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 8.

Análisis

Los resultados obtenidos 44.64% de los encuestados manifestaron que el lanzar productos nuevos es el objetivo de marketing con el que las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes, mientras 44,64% el retorno de la inversión mientras que 10,71% indicó los nuevos mercados.

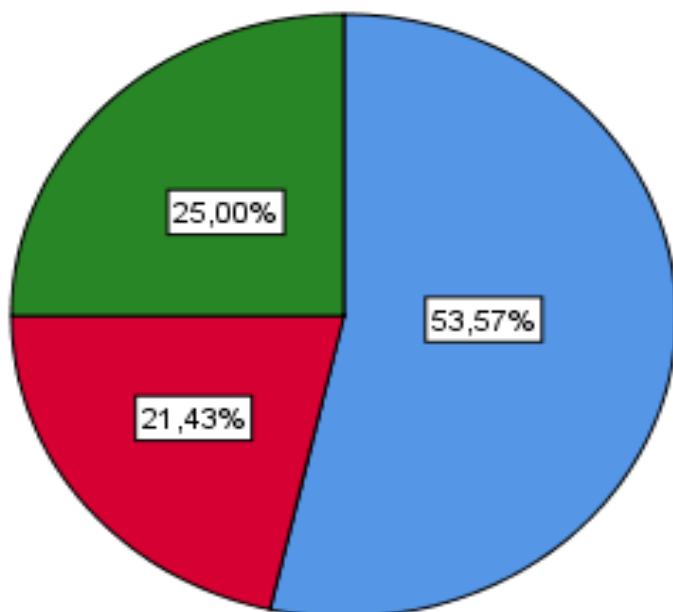
Tabla 9.

¿Qué deben hacer las empresas para tener una línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Incrementar sus mercados	30	53,6	53,6	53,6
Optimizar la conversión	12	21,4	21,4	75,0
Incrementar los beneficios que ofrece la empresa	14	25,0	25,0	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 9

Línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 9.

Análisis

Los resultados obtenidos lo que deben hacer las empresas para tener una línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados 53.57% de los encuestados señalaron incrementar sus mercados, mientras 25,00% señalaron incrementar los beneficios que ofrece la empresa y el 21,43% creyeron optimizar la conversión.

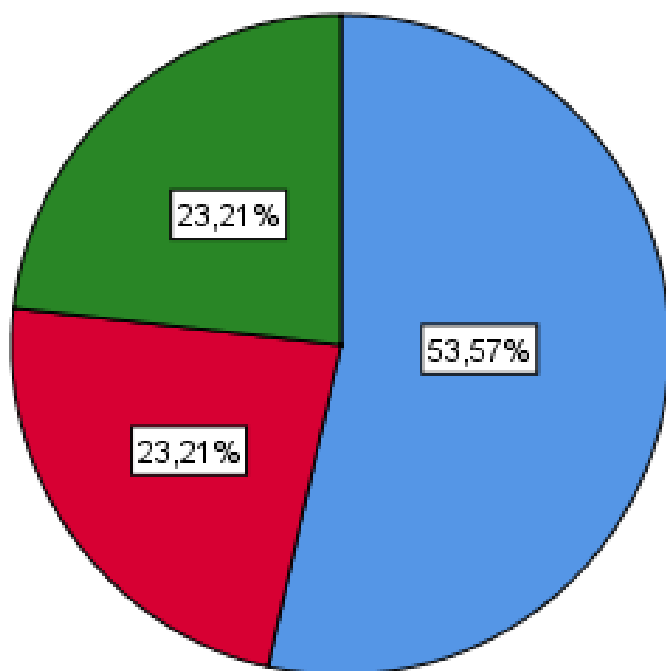
Tabla 10.

¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Documentos negociables	30	53,6	53,6	53,6
Certificado de depósito	13	23,2	23,2	76,8
Acciones preferentes	13	23,2	23,2	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 10

Empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 10.

Análisis

Según resultados logrados 53,57% de los encuestados afirmaron los documentos negociables son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles, mientras 23,21% indicó acciones preferentes, y 23,21% señalaron el certificado de depósito.

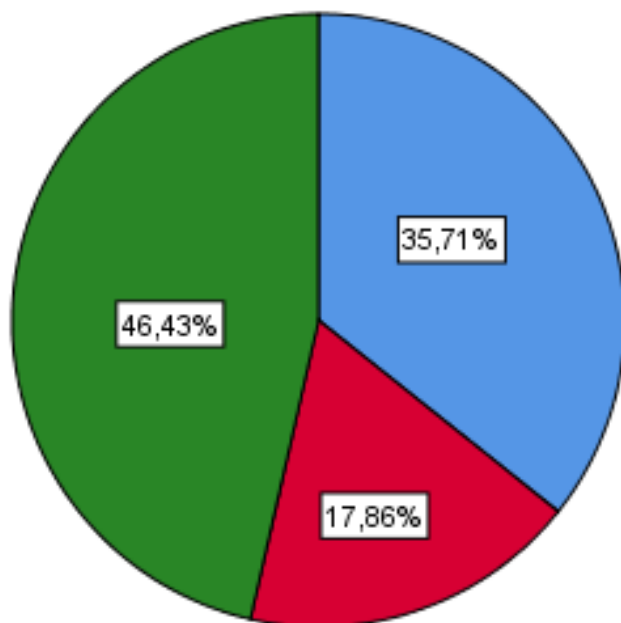
Tabla 11.

¿Cuál es la ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Asegurar un rendimiento en el futuro	20	35,7	35,7	35,7
Invertir en activos y recuperar en el menor tiempo	10	17,9	17,9	53,6
Valores de libre venta	26	46,4	46,4	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 11

Ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 11.

Análisis

Analizando los datos adquiridos en la encuesta, permitieron 46,43% de los encuestados afirmaron valores de libre venta, un 35,71% señalaron asegurar un rendimiento en el futuro, mientras 17,86% obtuvieron invertir en activos y recuperar en el menor tiempo

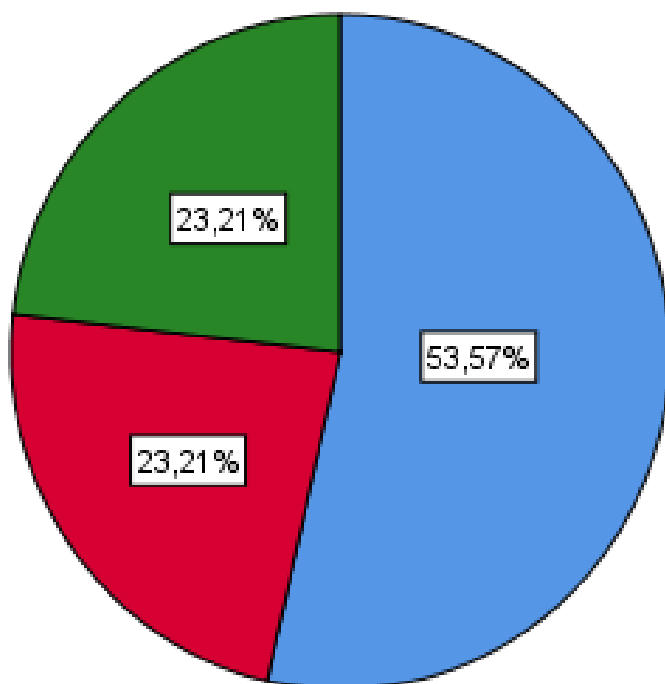
Tabla 12.

¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Trabajo en equipo	30	53,6	53,6	53,6
Capacidad y competencia	13	23,2	23,2	76,8
Desarrollo de funciones	13	23,2	23,2	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 12

Perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 12.

Análisis

Los resultados obtenidos si el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles, 53,57% señalaron trabajo en equipo, un 23,21% manifestaron señaló que es la capacidad y competencia y mientras 23,21% decidió desarrollo de funciones.

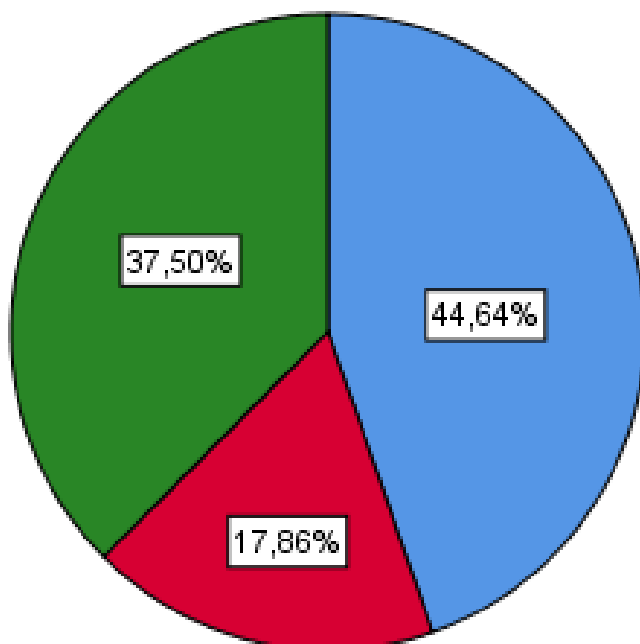
Tabla 13.

¿En qué aspectos considera usted que el tecnólogo en gestión debe estar capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Capacidad profesional	25	44,6	44,6	44,6
Asumir en condiciones óptimas de responsabilidad	10	17,9	17,9	62,5
Desarrollo de funciones y tareas	21	37,5	37,5	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 13

Capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 13.

Análisis

Los resultados obtenidos 44,64% optaron por la alternativa capacidad profesional es el aspecto que el tecnólogo en gestión debe capacitarse para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras textiles, y 37,50% escogieron el desarrollo de funciones y tareas, mientras 17,86% decidió las condiciones óptimas de responsabilidad.

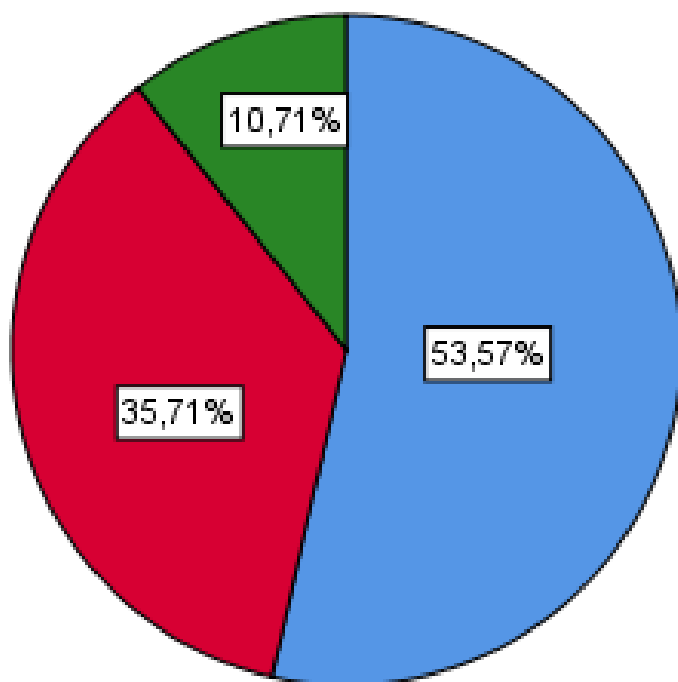
Tabla 14.

¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Valor de mercado de un negocio</i>	30	53,6	53,6	53,6
<i>Rentabilidad de empresa</i>	20	35,7	35,7	89,3
<i>Valor de los fondos propios</i>	6	10,7	10,7	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 14

Rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 14.

Análisis

Según resultados logrados el 53,57% de los encuestados afirmaron que el valor de mercado de un negocio incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles, mientras 35,71% indicó la rentabilidad de empresa y un 10,71% decidió el valor de los fondos propios.

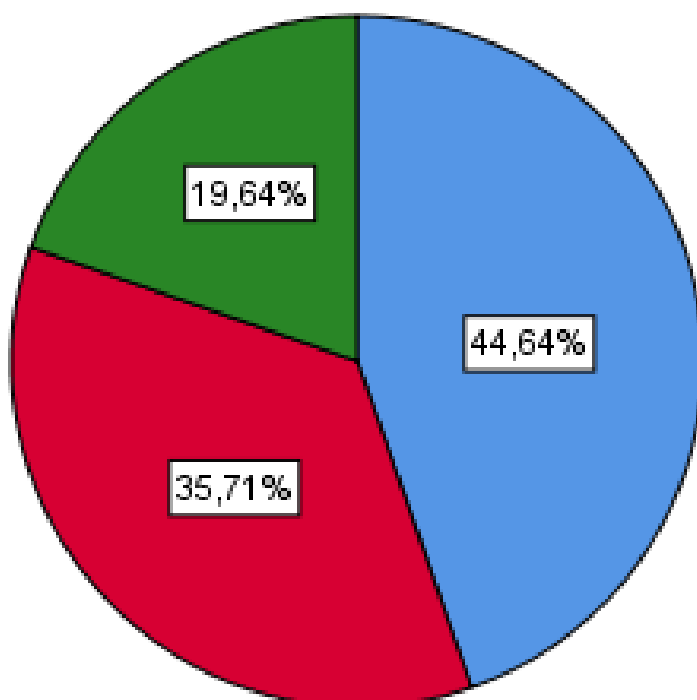
Tabla 15.

¿Cuáles son los tipos de gestión financiera de las empresas importadoras textiles que maximiza el valor de su inversión en el mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Capitalización</i>	25	44,6	44,6	44,6
<i>Fondos propios</i>	20	35,7	35,7	80,4
<i>Inversión</i>	11	19,6	19,6	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 15.

Empresas importadoras textiles que maximiza el valor de su inversión en el mercado



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 15.

Análisis

Los resultados obtenidos 44,64% de los encuestados afirmaron capitalización el tipo de gestión financiera que maximiza el valor de inversión de las empresas importadoras textiles en el mercado, mientras 35,71% prefirió los fondos propios, y un 19,64% escogió es la inversión.

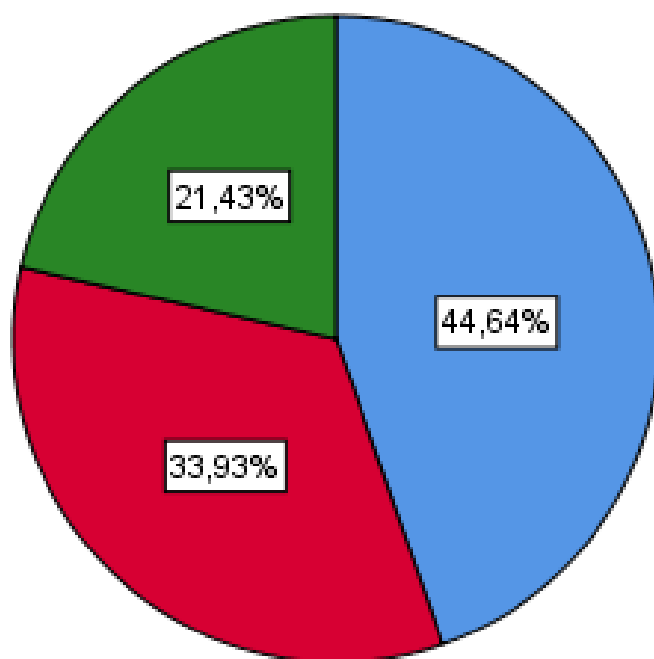
Tabla 16.

¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Rotación de inventario</i>	25	44,6	44,6	44,6
<i>Ciclo de inversión</i>	19	33,9	33,9	78,6
<i>Margen de utilidad neta</i>	12	21,4	21,4	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 16

Empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 16.

Análisis

Según resultados logrados 40,30% eligió rotación de inventario es el tipo de ingresos para ser revisados periódicamente por la inversión realizada de las empresas textiles, mientras 33,93% indicó ciclo de inversión, y el 21,43% decidió el margen de utilidad neta.

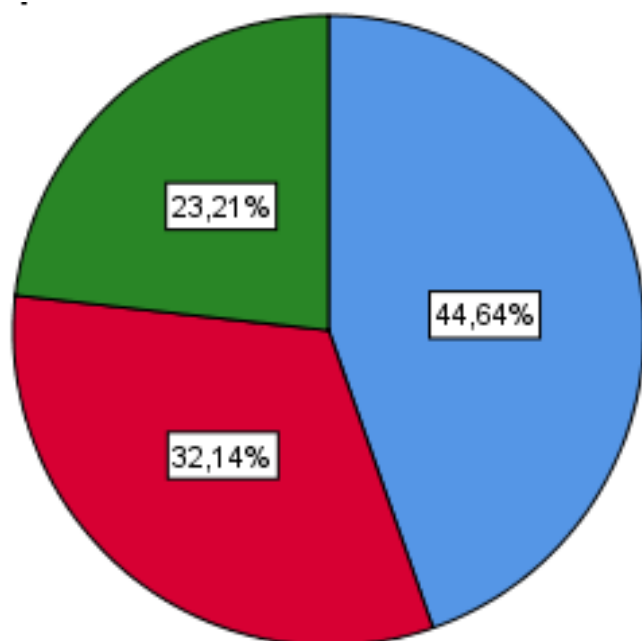
Tabla 17.

¿Cuáles son las estrategias de mercado de los accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Posicionamiento en el mercado</i>	25	44,6	44,6	44,6
<i>Estrategias de segmentación</i>	18	32,1	32,1	76,8
<i>Publicidad en las redes sociales</i>	13	23,2	23,2	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 17

Accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 17.

Análisis

Según resultados logrados 44,64% de los encuestados afirmaron el posicionamiento en el mercado la estrategia de mercado de los accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad, mientras 32,14% señalaron las estrategias de segmentación y 23,21% afirman la publicidad en las redes sociales.

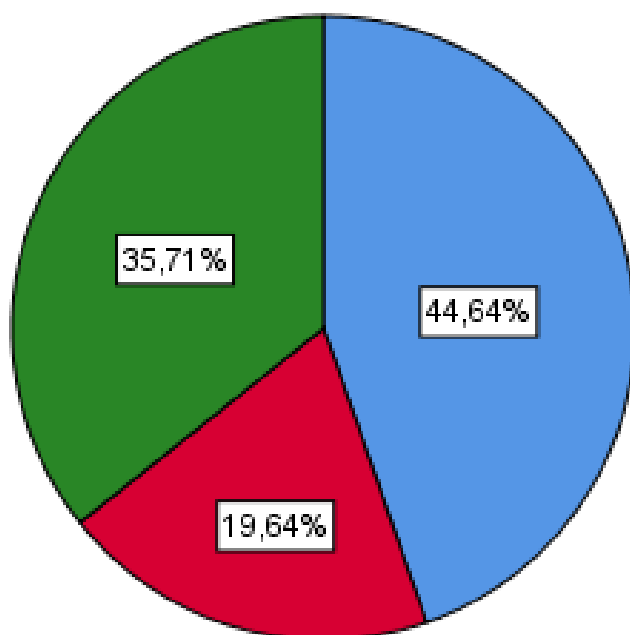
Tabla 18.

¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Estrategias de mercado</i>	25	44,6	44,6	44,6
<i>Participación en el mercado</i>	11	19,6	19,6	64,3
<i>Porcentaje en el producto</i>	20	35,7	35,7	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 18

Volumen de ventas



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 18.

Análisis

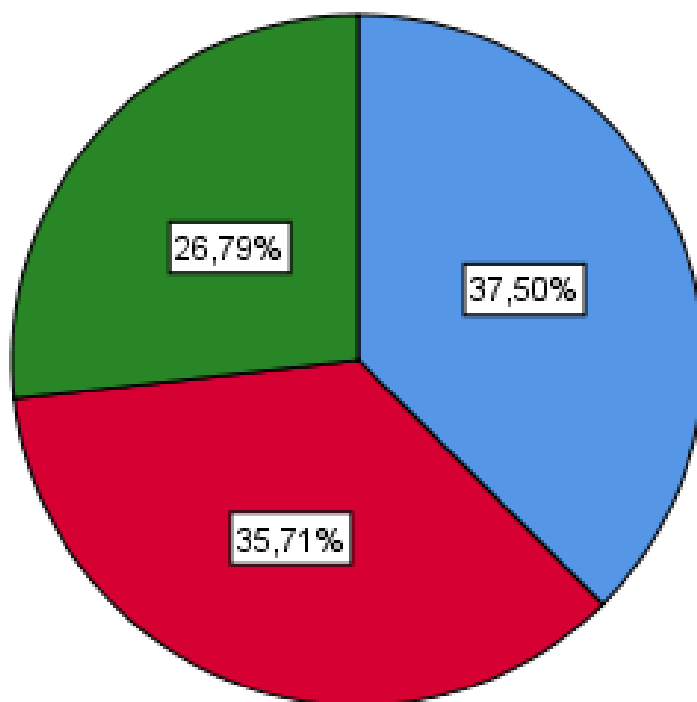
Según resultados logrados 44,64% de los encuestados afirmaron las estrategias de mercado las que inciden en el volumen de ventas, mientras 19,64% la participación en el mercado, y el 35,71% señalaron el porcentaje en el mercado.

Tabla 19.

¿La inversión en las empresas importadoras textiles influye en el posicionamiento del mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Captar mayor número de clientes</i>	21	37,5	37,5	37,5
<i>Incentivar las ventas</i>	20	35,7	35,7	73,2
<i>Dar a conocer nuevos productos</i>	15	26,8	26,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Gráfico 1.
Posicionamiento del mercado



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 19.

Análisis

Los resultados obtenidos 37,50% afirmaron captar mayor número de clientes es la forma en que la inversión en las empresas importadoras textiles influye en el posicionamiento del mercado, 35,71% creyeron incentivar las ventas y un 26,79% señalaron dar a conocer nuevos productos.

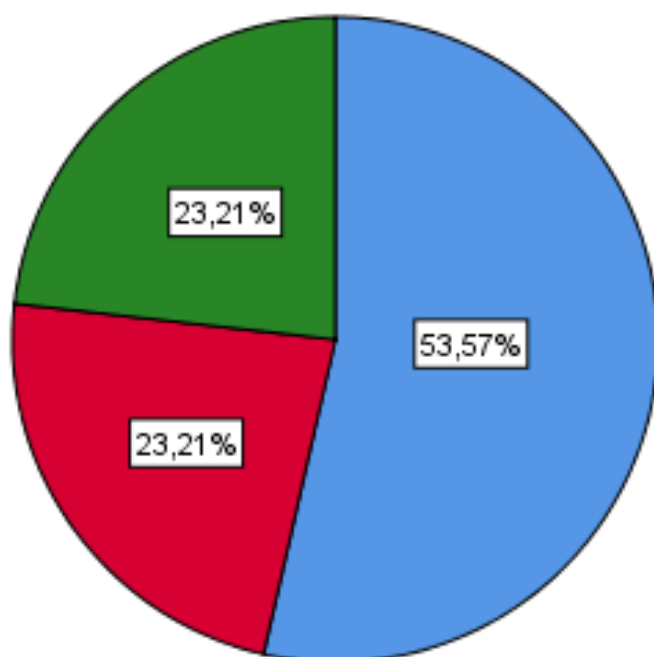
Tabla 20.

¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Rentabilidad empresarial</i>	30	53,6	53,6	53,6
<i>Recursos financieros</i>	13	23,2	23,2	76,8
<i>Inversión realizada</i>	13	23,2	23,2	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 19

Beneficios en el negocio



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 20.

Análisis

Según resultados logrados 53,57% manifestaron que rentabilidad empresarial es el mecanismo que aplican las empresas importadoras textiles para obtener beneficios en el negocio, mientras 23,21% indicó los recursos financieros y un 23,21% decidió la inversión realizada.

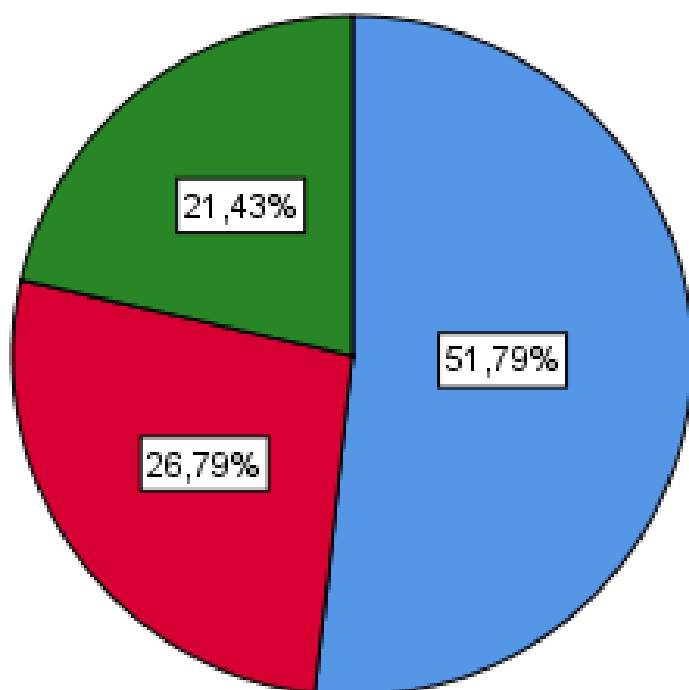
Tabla 21.

¿Cuál es el ciclo de inversión de las empresas importadoras textiles que influye positivamente en la estrategia de mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Planificación</i>	29	51,8	51,8	51,8
<i>Evaluación y capitalización</i>	15	26,8	26,8	78,6
<i>Metas de desarrollo</i>	12	21,4	21,4	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 20

Estrategia de mercado



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 21.

Análisis

Los resultados obtenidos 51,79% manifestaron la planificación es el ciclo de inversión de las empresas importadoras textiles que influye positivamente en la estrategia de mercado, y un 26,79% indicó la evaluación y capitalización mientras 21,43% señalo las metas de desarrollo.

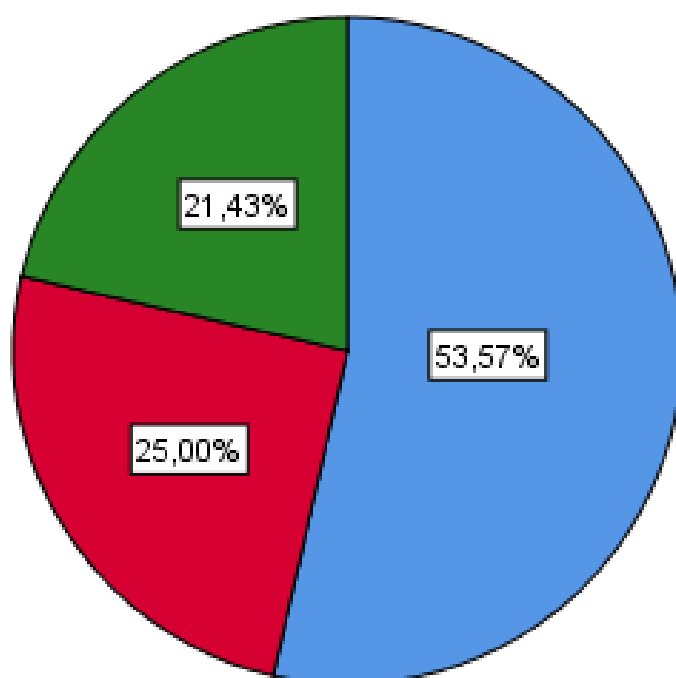
Tabla 22.

¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Rendimiento de los recursos</i>	30	53,6	53,6	53,6
<i>Acciones preventivas</i>	14	25,0	25,0	78,6
<i>Unidades de medida</i>	12	21,4	21,4	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 21

Margen de la utilidad neta



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 22.

Análisis

Según resultados logrados 53,57% afirmaron el rendimiento de los recursos es la manera en que la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta, mientras 25,00% indicó las acciones preventivas y un 21,43% decidió las Unidades de medida.

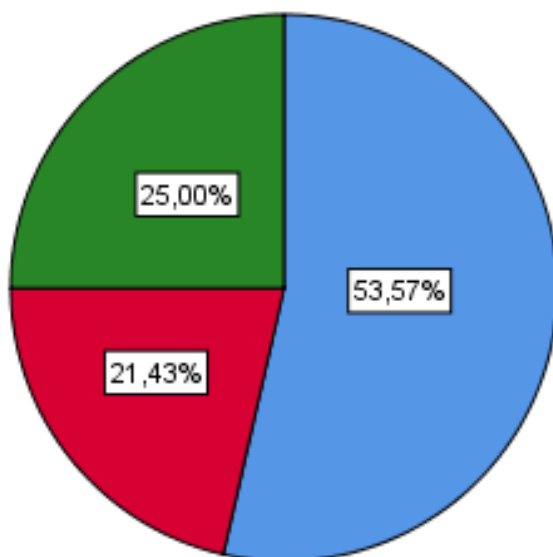
Tabla 23.

¿De qué forma el rendimiento de los recursos propios debe ser la fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Definir y fijar objetivos coherentes</i>	30	53,6	53,6	53,6
<i>Inversiones a corto, mediano y largo plazo</i>	12	21,4	21,4	75,0
<i>Alcanzar metas establecidas por la empresa</i>	14	25,0	25,0	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Figura 22

Fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles



Nota: Elaborado en base a la información de la tabla 23.

Análisis

Los resultados obtenidos 53,57% de los encuestados manifestaron definir y fijar objetivos coherentes es la forma en que el rendimiento de los recursos propios debe ser la fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles, y un 25,00% opinaron alcanzar metas establecidas por la empresa mientras 21,43% señalaron inversiones a corto, mediano y largo plazo.

5.2 Contrastación de las Hipótesis

5.2.1 Valides y confiabilidad: Alfa de Crombach

El coeficiente Alfa de Crombach es utilizado para calcular la fiabilidad, confiabilidad o grado de estabilidad y consistencia interna de una escala de medida.

En la presente tesis se ha obtenido:

Tabla 24

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombach	N de elementos
,993	20

Nota: SPSS versión 25

Tabla 25

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Crombach si el elemento se ha suprimido
1. ¿De qué manera, la Misión es la razón de ser, ¿de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?	32,82	210,840	,851	,993
2. Considere usted, ¿Qué plan de acción recoge objetivos para alcanzar su misión a futuro?	32,73	209,654	,904	,993
3. En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras?	32,61	205,043	,931	,993
4. ¿Cuál es el beneficio que otorga la visión, para utilizar a la planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles?	32,80	210,088	,855	,993

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Crombach si el elemento se ha suprimido
5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?	32,57	211,049	,893	,993
6. ¿Qué deben hacer las empresas para tener una línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados?	32,52	204,509	,975	,992
7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?	32,54	204,944	,977	,992
8. ¿Cuál es la ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles?	32,13	205,602	,860	,993
9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?	32,54	204,944	,977	,992
10. ¿Considera usted que el tecnólogo en gestión está capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras textiles?	32,30	203,852	,928	,993
11. ¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?	32,66	209,974	,928	,993
12. ¿Cuáles son los tipos de gestión financiera de las empresas importadoras textiles que maximiza el valor de su inversión en el mercado?	32,48	207,272	,948	,992
13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?	32,46	206,581	,958	,992
14. ¿Cuáles son las estrategias de mercado de los accionistas importadores textiles en beneficio de rentabilidad?	32,45	205,997	,963	,992
15. ¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?	32,32	204,040	,933	,993

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
16. En su opinión, ¿La inversión en las empresas importadoras textiles influye en el posicionamiento del mercado?	32,34	206,956	,921	,993
17. ¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?	32,54	204,944	,977	,992
18. ¿Cuál es el ciclo de inversión de las empresas importadoras textiles que influye positivamente en la estrategia de mercado?	32,54	205,708	,971	,992
19. ¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?	32,55	205,524	,974	,992
20. ¿De qué forma el rendimiento de los recursos propios debe ser la fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles?	32,52	204,509	,975	,992

Análisis e Interpretación:

Según la tabla 26, se observaron que el coeficiente alfa de Cronbach es 0.993 muy cercano a 1(0,993), por lo cual el nivel de confiabilidad es muy alto. Asimismo, se puede decir que el instrumento de medición es 99,3 % confiable. La tabla 29, se señalaron que los veinte (20) ítem, tienen promedios similares y alta correlación entre ellos por tanto son fiables.

5.2.2 Contrastación de hipótesis.

A efectos de contrastar las hipótesis planteadas se usó el programa de estadística SPSS 25 (Statistical Package for Social Sciences), con el cual se aplicó la prueba no paramétrica Chi-cuadrado.

Hipótesis 1: La misión influye favorablemente por su proporción el nivel de mercado de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú -China.

Hipótesis Nula H0 La misión **NO** influye favorablemente en el valor de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú -China.

Hipótesis Alternante H1: La misión **SI** influye favorablemente en el valor de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú -China.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

a. **Nivel de significación**

$$\alpha=5\%, X^2t =9,48$$

b. **Prueba estadística**

$$X^2c= \sum (oi -ei)^2 / ei = 66,60$$

c. **Regla de decisión:** Rechazar la hipótesis nula (Ho) si el valor calculado de X^2c es mayor o igual a 9,48.

d. **Decisión estadística:** Dado que $66,60 > 9,48$, se rechaza hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternante (Ha).

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado

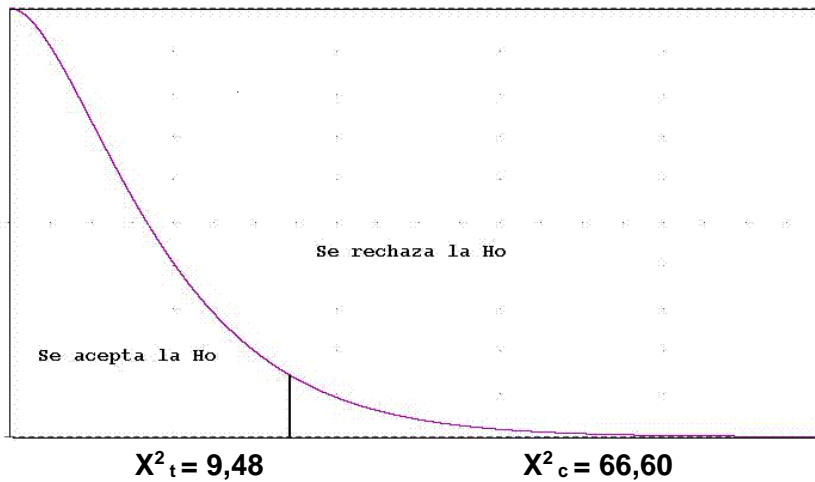
X^2t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

X^2c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Procesados mediante el Software Estadístico SPSS (según el siguiente análisis de tabla cruzada-Tabla de Contingencia).

e. Toma de decisiones:

Decisión. H_0 se rechaza.



Conclusión: Con un nivel de significación del 5% rechazaron la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, que concluyeron la misión SI influye favorablemente por su proporción el valor de mercado de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú -China

Tabla 26*Contingencia de la pregunta 01 y 11*

Tabla cruzada 1. ¿De qué manera, la Misión es la razón de ser, de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?*11. ¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?

Recuento

		11. ¿Cómo cree, que el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?			
		Valor de mercado de un negocio	Rentabilidad de empresa	Valor de los fondos propios	Total
1. ¿De qué manera, la Misión es la razón de ser, de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?	Plan de Negocios	30	10	0	40
	Existe una empresa	0	9	0	9
	Labor Empresarial	0	1	6	7
Total		30	20	6	56

Tabla 27*Resultado de la Prueba de Chi cuadrado 01*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,600a	4	,000
Razón de verosimilitud	54,709	4	,000
Asociación lineal por lineal	37,085	1	,000
N de casos válidos	56		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,75.

Tabla 28*Coefficiente de Correlación de Pearson 1***Grado de Relación entre las Variables de la Primera Hipótesis****Procesado en el Software Estadístico SPSS-25**

		1. ¿De qué manera, la Misión es la razón de ser, ¿de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?	11. ¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?
1. ¿De qué manera, la Misión es la razón de ser, de los importadores textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 56	,821** 56
11. ¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,821** 56	1 56

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión: El resultado del Índice de Correlación de Pearson 0.821 o 82,1% de la tabla dada, indicaron el grado de relación entre las dos variables: La misión SI influye favorablemente por su proporción el valor de mercado, lo cual reflejaron un alto grado de relación, es significativo y tiene un alto nivel de confianza.

Segunda hipótesis secundaria

La visión incide favorablemente en el crecimiento de los ingresos para definir el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú - China.

Hipótesis Nula H0 La visión **NO** incide favorablemente en el crecimiento de los ingresos para definir el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú -China.

Hipótesis Alternante H1: La visión **SI** incide favorablemente en el crecimiento de los ingresos para definir el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú -China.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

a. Nivel de significación

$$\alpha=5\%, X^2t =9,48$$

b. Prueba estadística

$$X^2c= \sum (oi -ei)^2 / ei = 61,89$$

c. Regla de decisión: Rechazar la hipótesis nula (Ho) si el valor calculado de X^2c es mayor o igual a 9,48.

d. Decisión estadística: Dado que $61,89 > 9,48$, se rechaza hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternante (Ha).

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado

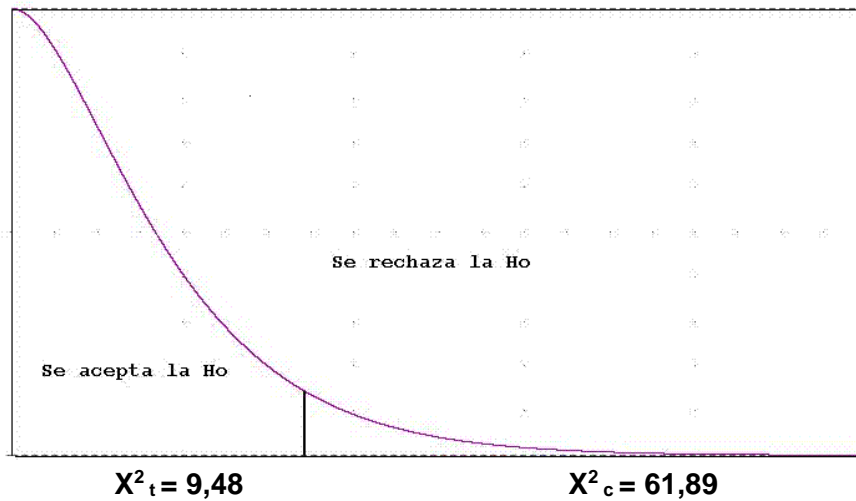
X^2t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

X^2c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Procesados mediante el Software Estadístico SPSS (según el siguiente análisis de tabla cruzada-Tabla de Contingencia).

e. Toma de decisiones:

Decisión. H_0 se rechaza



Conclusión: Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se aceptaron la hipótesis alternante, concluyendo que la visión SI incide favorablemente en el crecimiento de los ingresos definió el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú -China.

Tabla 29*Contingencia de la pregunta 03 y 13*

Tabla cruzada 3. En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras? *13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?

		13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?			
		Rotación de inventario	Ciclo de inversión	Margen de utilidad neta	Total
3. En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles?	Tener liderazgo	25	10	0	35
	Crecimiento de movimiento	0	7	0	7
	Planes de acción	0	2	12	14
	Total	25	19	12	56

Tabla 30*Pruebas de chi-cuadrado 02*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	61,895a	4	,000
Razón de verosimilitud	65,007	4	,000
Asociación lineal por lineal	40,616	1	,000
N de casos válidos	56		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,50.

Tabla 31

Coeficiente de Correlación de Pearson 2

Grado de Relación entre las Variables de la Segunda Hipótesis

Procesado en el Software Estadístico SPSS-25

		Correlaciones	
		3. En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importantes?	13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?
3. En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importantes?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 56	,859** 56
13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,859** 56	1 56

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión: El resultado del Índice de Correlación de Pearson 0.859 o 85,9% de la tabla dada, observaron el grado de relación entre las dos variables: La visión y el crecimiento de los ingresos reflejaron un alto grado de relación, es significativo y tiene un alto nivel de confianza.

Tercera hipótesis secundaria

Los objetivos de marketing influye favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Hipótesis Nula H0 Los objetivos de marketing **NO** influyen favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Hipótesis Alternante H1: Los objetivos de marketing **SI** influye favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

a. Nivel de significación

$$\alpha=5\%, X^2t =9,48$$

b. Prueba estadística

$$X^2c= \sum (oi -ei)^2 / ei = 63,39$$

c. Regla de decisión: Rechazar la hipótesis nula (Ho) si el valor calculado de X^2c es mayor o igual a 9,48.

d. Decisión estadística: Dado que $63,39 > 9,48$, se rechaza hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternante (Ha).

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado

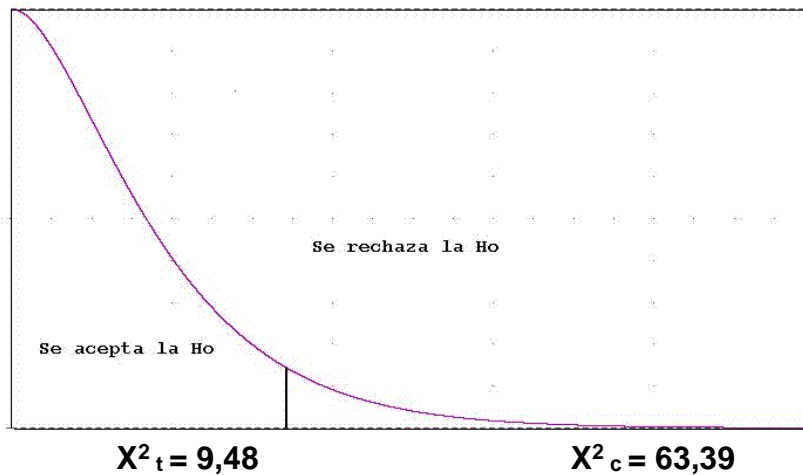
X^2t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

X^2c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Procesados mediante el Software Estadístico SPSS (según el siguiente análisis de tabla cruzada-Tabla de Contingencia).

e. Toma de decisiones:

Decisión. Ho se rechaza.



Análisis e Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, concluyendo que Los objetivos de marketing SI influye favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Tabla 32*Contingencia de la pregunta 05 y 15*

Tabla cruzada 5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes? *15. ¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?

		15. ¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?			
		Estrategias de mercado	Participación en el mercado	Porcentaje en el producto	Total
5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?	Lanzar productos nuevos	25	0	0	25
	Retorno de inversión	0	11	14	25
	Nuevos mercados	0	0	6	6
Total		25	11	20	56

Tabla 33*Pruebas de chi-cuadrado 03*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	63,392a	4	,000
Razón de verosimilitud	83,016	4	,000
Asociación lineal por lineal	43,172	1	,000
N de casos válidos	56		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,18.

Tabla 34

Coeficiente de Correlación de Pearson 3

**Grado de Relación entre las Variables de la Tercera Hipótesis
Procesado en el Software Estadístico SPSS-25**

		5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?	15. ¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?
5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?	Correlación de Pearson	1	,886**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	56	56
15. ¿De qué manera la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?	Correlación de Pearson	,886**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	56	56

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión: Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula se aceptaron la hipótesis alternante, señalaron los objetivos de marketing SI influye favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado de Libre Comercio Perú- China.

Cuarta hipótesis secundaria

Las inversiones a largo plazo incide favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad de las empresas importadoras textiles en marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Hipótesis Nula H_0 : Las inversiones a largo plazo NO incide favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad de las empresas importadoras textiles en marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Hipótesis Alternante H_1 : Las inversiones a largo plazo SI incide favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad de las empresas importadoras textiles en marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

a. Nivel de significación

$$\alpha=5\%, X^2_t =9,48$$

b. Prueba estadística

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 112,000$$

c. Regla de decisión: Rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de X^2_c es mayor o igual a 9,18.

d. Decisión estadística: Dado que $112,000 > 9,48$, se rechaza hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternante (H_a).

Donde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado

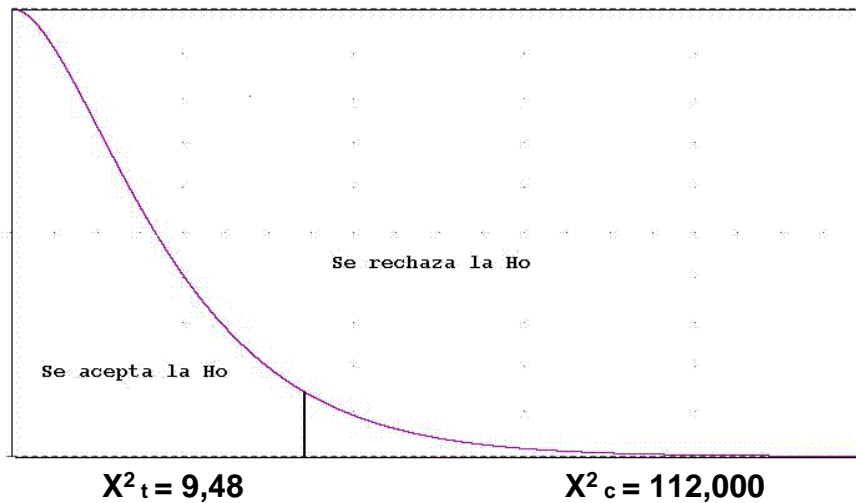
X^2_t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

X^2_c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Procesados mediante el Software Estadístico SPSS (según el siguiente análisis de tabla cruzada-Tabla de Contingencia).

e. Toma de decisiones:

Decisión. H_0 se rechaza.



Conclusión: El resultado del Índice de Correlación de Pearson 0.886 o 88,6% de la tabla dada, indicaron el grado de relación entre las dos variables: Los objetivos de marketing con participación del mercado tienen alta relación, es significativa y tiene un alto nivel de confianza.

Tabla 35*Contingencia de la pregunta 07 y 17*

Tabla cruzada 7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles? *17.¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?

		17.¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?			
		Rentabilidad empresarial	Recursos financieros	Inversión realizada	Total
7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?	Documentos negociables	30	0	0	30
	Certificado de depósito	0	13	0	13
	Acciones preferentes	0	0	13	13
Total		30	13	13	56

Tabla 36*Pruebas de chi-cuadrado 04*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	112,000 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	113,390	4	,000
Asociación lineal por lineal	55,000	1	,000
N de casos válidos	56		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,02.

Tabla 37*Coefficiente de Correlación de Pearson 4***Grado de Relación entre las Variables de la Cuarta Hipótesis****Procesado en el Software Estadístico SPSS-25**

		7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?	17. ¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?
7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	1,000**
	N	56	56
17. ¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1,000**	1
	N	56	56

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión: Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se aceptaron la hipótesis alternante, concluyendo la evaluación de las inversiones a largo plazo SI incide favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad de las empresas importadoras textiles en marco Tratado de Libre Comercio Perú-China.

Quinta hipótesis secundaria

El perfil del talento humano influye favorablemente en la eficiencia de gestión para sostener la capacidad y competencia de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú – China.

Hipótesis Nula H0 El perfil del talento humano NO influye favorablemente en la eficiencia de gestión para sostener la capacidad y competencia de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú – China.

Hipótesis Alternante H1: El perfil del talento humano SI influye favorablemente en la eficiencia de gestión para sostener la capacidad y competencia de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú – China.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

a. Nivel de significación

$$\alpha=5\%, X^2_t =9,48$$

b. Prueba estadística

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 104,00$$

c. Regla de decisión: Rechazar la hipótesis nula (H0) si el valor calculado de X^2_c es mayor o igual a 9,48

d. Decisión estadística: Dado que $104,00 > 9,48$, se rechaza hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternante (Ha).

Donde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado en base a la fórmula del valor esperado

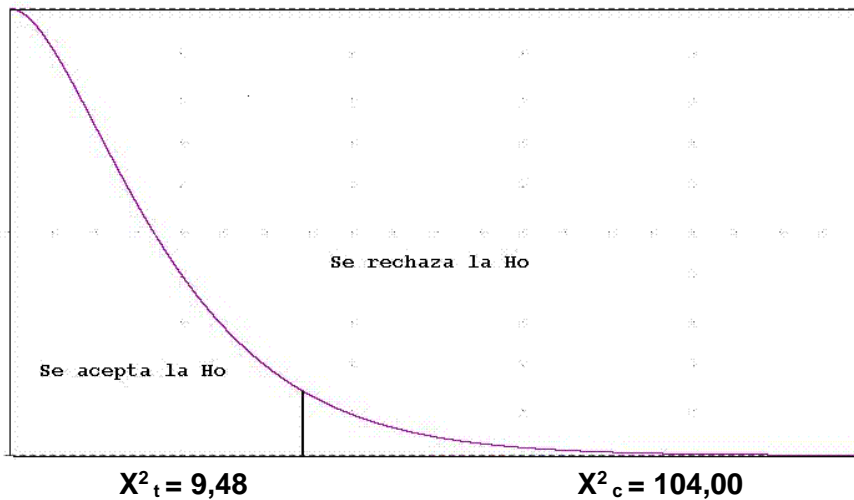
X^2_t = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

X^2_c = Valor del estadístico obtenido en la fórmula de la Chi cuadrado.

Procesados mediante el Software Estadístico SPSS (según el siguiente análisis de tabla cruzada-Tabla de Contingencia).

e. Toma de decisiones:

Decisión. H_0 se rechaza.



Análisis e Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechazaron la hipótesis nula y se aceptaron la hipótesis alternante, concluyendo el perfil del talento humano SI influye favorablemente en la eficiencia de gestión para sostener la capacidad y competencia de las empresas importadoras textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú – China

Tabla 38

Contingencia de la pregunta 09 y 19

Tabla cruzada 9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles? *19. ¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importantes textiles en el margen de la utilidad neta?

		19. ¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importantes textiles en el margen de la utilidad neta?			
		Rendimiento de los recursos	Acciones preventivas	Unidades de medida	Total
9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?	Trabajo en equipo	30	0	0	30
	Capacidad y competencia	0	13	0	13
	Desarrollo de funciones	0	1	12	13
	Total	30	14	12	56

Tabla 39

Pruebas de chi-cuadrado 05

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	104,000 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	106,185	4	,000
Asociación lineal por lineal	53,577	1	,000
N de casos válidos	56		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,79.

Tabla 40*Coefficiente de Correlación de Pearson 5***Grado de Relación entre las Variables de la Quinta Hipótesis****Procesado en el Software Estadístico SPSS-25**

		9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?	19. ¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?
9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 56	,987** 56
19. ¿De qué manera la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,987** 56	1 56

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión: El resultado del Índice de Correlación de Pearson 0,987 o 98,7% de la tabla dada, indicaron el grado de relación entre las dos variables: El Perfil del talento humano con la eficiencia de gestión, lo cual reflejaron muy alta relación, es significativa y un alto de nivel de confianza.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

El estudio nos manifiesta el interés que debemos tener sobre la planificación estratégica, que deben practicar toda empresa dedicado a la importación de productos textiles, así como de materia primas principales como auxiliares para la producción textil nacional, sin embargo en la actualidad todavía existen en la industria nacional una mínima cantidad de empresarios que elaboran con productos textiles nacionales, por tal motivo el producto manufacturado nacional tiene un costo alto, por lo que en el mercado no puede competir con los importados.

Visto el panorama, nos llama atención que la aplicación del planeamiento estratégico tiene bastante importancia en las empresas dedicadas a la importación de productos textiles, actualmente hay una enorme cantidad de empresarios orientales en especial chinos, importando telares y tejidos con cantidades de volúmenes exorbitantes, desplazando de esa manera a los importadores nacionales, es claro que los productos chinos han desplazado a los productores nacionales, a la mínima expresión, siendo cada vez dependiente en precio, modelos y diseños, por lo que se

debe replantear las importaciones con una visión diferente con acciones acordes a la coyuntura del mercado actual.

De tal manera que el planeamiento estratégico no puede estar apartado de la gestión financiera y convocar a especialistas en ambos temas para tomar acciones, medidas que puedan influir en los objetivos de marketing trazado por las empresas dedicados a las importaciones textiles de la China. Los especialistas de planeamiento estratégico deben buscar en aplicar nuevas estrategias conjuntamente con el gestor financiero y replantear estrategias y nuevos objetivos para poder competir con los importadores del Asia.

Del mismo modo el planeamiento estratégico no deja de ser parte importante de la gestión financiera porque ninguno no puede marchar por separado porque se complementan en la actividad de toda empresa moderna con tecnologías actuales y digitales dedicadas a las importaciones textiles de la China, las inversiones a largo plazo beneficia el crecimiento económico de las empresas dedicadas al rubro de importaciones textiles, así como materiales auxiliares que en la actualidad se ha convertido necesario por presentar diseño, colores y cantidad, así como lo más importante su precio que es muy competitivo, por lo que al productor nacional mucho le conviene elaborar con materiales chinos por su bajo precio.

Desde otra óptica, pues bien, para llevar adelante todos los planteamientos enumerados del planeamiento estratégico y la gestión financiera no podría llevarse a cabo si no contamos con un perfil del talento humano que tenga influencia positivamente en la eficiencia de gestión en las empresas dedicadas a las importaciones textiles, Siendo de otra manera su aporte debe ser posible en el crecimiento empresarial con estrategias y eficiente gestión financiero, reducir costos

y estar a la par en la competencia con los productos importados, con mecanismos lícitos y tratar en lo posible no ser cada vez dependiente de los productos textiles.

Finalmente replantear las inversiones a largo plazo para ver que sus inversiones sean rentable y duradera, para ello convocar a especialistas en gestión financiero con talento y con un perfil competitivo y conocedor del tema, y poner nuestras condiciones a las importaciones chinas conjuntamente con nuestras autoridades correspondientes ya que actualmente tenemos en vigencia un Tratado de Libre Comercio entre el Perú y China; del cual nosotros como Nación somos poco favorecidos en materia textil, y resultamos cada vez más dependientes en este difícil tema que me propuse investigar.

6.2 Conclusiones

Como resultado del trabajo de investigación de campo, efectuado a las empresas importadoras textiles, y el análisis teórico, conceptual y los significativos aportes de los profesionales del área de planeamiento estratégico y gestión financiera, llegamos a las siguientes conclusiones:

- a. Los datos obtenidos como producto del estudio y posteriormente puestos a prueba, nos permitió determinar que la misión influye favorablemente por su proporción en el valor de mercado, en las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- b. Los datos puestos a prueba permitieron establecer que la visión incide positivamente en el crecimiento de ingresos, para definir el rumbo de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú y China.

- c. Los datos obtenidos permitieron determinar a través de la prueba de hipótesis respectiva que los objetivos de marketing influyen favorablemente en la participación del mercado para el crecimiento sostenido de las empresas importadoras textiles en marco del Tratado de Libre Comercio Perú -China.
- d. Se ha establecido que las inversiones a largo plazo inciden favorablemente en la rentabilidad del negocio para garantizar su competitividad, y su relación significativa en las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- e. Según los datos obtenidos y posteriormente contrastados permitieron establecer que el perfil del talento humano influye positivamente en la eficiencia de gestión para sostener a capacidad y competencia de las empresas importadoras textiles en el Marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.
- f. En conclusión, se ha demostrado que el planeamiento estratégico influye favorablemente en la gestión financiera y que nos permite ver la relación entre las dos variables en el presente trabajo, de las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú - China.

6.3 Recomendaciones

De acuerdo a los resultados y a las conclusiones a los que se ha llegado en el presente estudio sobre planeamiento estratégico y gestión financiera, me permito formular las siguientes recomendaciones:

- a. Las empresas importadoras deben revisar periódicamente su misión proyectándose para el futuro, sus planes de acción cumpliendo de la misma manera

con la observancia de una razonable rentabilidad y el valor en el mercado de las empresas importadoras textiles favorablemente en la rentabilidad de las empresas.

- b. Es imperativo que las empresas importadoras definan dentro de su planeamiento estratégico una visión clara, que refleje la variable estratégica y alcanzar sus metas de crecimiento como debe ser, mejorar las ventas y ser líder en el mercado, en un determinado número de años. Al igual que ser el número uno, se recomienda a la alta dirección revisar periódicamente su resultado.
- c. Se recomienda establecer un plan de marketing estratégico que incorpore aspectos de responsabilidad social empresarial al lanzar nuevos productos, para asegurar el retorno de la inversión e incrementando el volumen de venta de la empresa, para fortalecer la fidelidad de los clientes otorgando porcentajes competitivo del producto, con estrategias de mercado incrementando así, sus utilidades del importador textil.
- d. Se recomienda a las empresas importadoras textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China. seguir invirtiendo en tecnología, con énfasis en temas de aplicación digital, que permitan a los clientes poder acceder desde cualquier parte del mundo a informaciones sobre los productos que ellos ofrecen con información más actualizada, los clientes tendrán más acceso al portafolio de productos y hacer efectivo sus documentos negociables y certificados, y sea efectivo su rentabilidad empresarial, por su inversión realizado en el corto y mediano plazo.
- e. A las empresas dedicadas a las importaciones textiles en el marco Tratado Libre Comercio Perú-China. Se recomienda al área de relaciones humanos presenten a la alta dirección planes de retención de los talentos humanos, que hacen posible con su capacidad y competencia, trabajo en equipo y con su inteligencia emocional que sus recursos tengan un rendimiento cuantitativo aplicado por su eficiencia de gestión para el empresario textil.

- f. Finalmente se recomienda a las empresas importadoras en el marco Tratado Libre Comercio Perú – China. a revisar su planeamiento estratégico para garantizar que las estrategias y decisiones empresariales del presente deben estar diseñadas técnicamente a las nuevas tendencias en el mundo de los negocios. Realizar un análisis de su situación actual y determinar sus debilidades y fortalezas para establecer metas a corto y largo plazo, dado que en un mundo globalizado es fundamental para realizar una buena gestión financiera y una acertada administración de sus finanzas.

Se sugiere que se revise el contenido del Tratado de Libre Comercio en todo su extremo por las autoridades competentes del sector industrias, finanzas, trabajo en especial por el Congreso Peruano, por ser una norma de mucha importancia y de interés nacional, el sector textil no puede seguir relegándose en solo importador de productos manufacturados. Muchas de las empresas textiles que otrora fueron factores importantes en la economía nacional, actualmente están abandonadas y obsoletas. Esta medida desventajosa ha repercutido en la vida del trabajador textil que han perdido sus puestos de trabajo, quedando solo en el recuerdo la histórica Confederación Nacional Textil del Perú, propulsor de las 8 horas de trabajo en nuestro país, e icono representativo del auge de la industria textil nacional.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alarcón, C.; Palacios, E.; Zúñiga, F. y Montes, A. (2017). *Planeamiento estratégico del Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú*. (Tesis de maestro, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima).
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9058/ALARCON_PALACIOS_PLANEAMIENTO_PERU.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Alonso, E. (2017). *Educación financiera en Chile, evidencia y recomendaciones*. (Tesis de maestro, Universidad de Chile, Santiago).
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140193/Educaci%C3%B3n%20financiera%20en%20Chile,%20evidencia%20y%20recomendaciones.pdf?sequence=1>
- Bennoun, J. (2001). *Un nuevo modelo de gestión financiera: la unificación*. Banca y finanzas, 67, 52-54.
- Bodie, Z. y Merton, R. (2003). *Finanzas*. 1ra edición. México: Prentice Hall. Pearson.
- Campos, F. (2014). *Aplicación de un sistema de planificación estratégica y control de gestión en una organización sin fines de lucro, caso ONG Psicólogos Voluntarios*. (Tesis de maestro, Universidad de Chile, Santiago).
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117539/Tesis%2023082014%20Fab%20i%20Campos.pdf?sequence=1>
- Daft, R. (2015). *Teoría y diseño organizacional. Undécima edición*. España: CENGAGE Learning.
https://www.academia.edu/33116815/LIBRO_Teor%C3%ADa_y_Dise%C3%B1o_Organizacional_Daft_L_Richard
- Daft, R. (2015). *Teoría del diseño organizacional. Undécima edición*. México: CENGAGE Learning.

https://www.academia.edu/33116815/LIBRO_Teor%C3%ADa_y_Dise%C3%B1o_Organizacional_Daft_L_Richard

Espinosa, M. (2013). Planeamiento Estratégico como Instrumento de Gestión de las empresas de Seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana. (Tesis de maestro, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima). Recuperado file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Espinoza_am%20(1).pdf

Estela Raffino, M. (2020). Tecnología. Argentina: *Concepto.de*.
<https://concepto.de/tecnologia/#ixzz6c26SMuaq>.

Fred, D. (2006). Conceptos de administración estratégica. Novena edición. Pearson Prentice Hall. Recuperado <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>

Fred, D. (2006). Conceptos de administración estratégica. Novena edición. México: Pearson Educación Recuperado <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>

Gahagan, J. (2005). Planificación financiera y presupuestos como herramientas de gestión. *Harvard Deusto finanzas y contabilidad*, 63, 4-9.

Gómez, F. (2005). Una nota crítica sobre la actual investigación en finanzas. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 24, 105-120.

Gómez, M. (1997). Información para la dirección financiera de la empresa. *Actualidad financiera*, 2(2), 47-54.

Grases, J. (2002). Racionalizar la gestión financiera de la empresa y prevenir las crisis en el futuro.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INNI). Características de las empresas del Emporio comercial de Gamarra 2016.

Koontz, H. y Weihrich, H. (2014). Administración. una perspectiva global y empresarial Decimotercera edición. México: Mc grawwhill.
https://www.academia.edu/14948370/Administracion_Una_perspectiva_Global_y_Empresarial_FREELIBROS_ORG

López, C. (2014). Revista economías y Negocios. publicada en el diario El Mercurio de Chile

Lumpkin y Dess (2003). La elaboración del plan estratégico. Ecos colecciones.
<http://www.hsjd.org/seminariogestion2013/docs/01-Dia4-PrimerModeloPlanificacion.pdf>

Marciniak, R. (2017). Glosario sobre gestión empresarial.
<https://renatamarciniak.wordpress.com/glosario-de-terminos-sobre-gestion-empresarial/>

Martínez, J. (2010). *Crisis económica, globalización y naturaleza humana*. Contribuciones a la economía, 11. <http://www.eumed.net/ce/2010b/jamg.htm>.

Martino, R. (2010). *La dirección financiera como proceso de integración corporativa*. Harvard Deusto finanzas y contabilidad, 97, 72-80.

Merino F. (2004). La gestión de cobros y pagos en la cadena de valor financiera. *Estrategia financiera*, 208, 60-63.

Montes, G.; Alarcón, C.; Palacios, E. (2017). Planeamiento estratégico del Perú. (Tesis de maestro, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima).
<https://es.scribd.com/document/380296674/Tesisalarcon-Palacios-Planeamiento-Peru>

- Nieto, U. (2002). Nuevos modelos de gestión financiera. *Análisis financiero*, 88, 6-17
- Pallarés, S. (2006). Consideraciones sobre la gestión de existencias. La decisión de almacenar: los plazos de puesta a disposición "d" y de aprovisionamiento "D". *Compras y existencias*, 143, 10-13.
- Ramírez, Y. (2015). Planeamiento estratégico y su relación con la calidad de gestión en las Instituciones Educativas Públicas del Nivel primario de Chorrillos Lima 2013. (Tesis de doctor, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú,) Recuperado <https://core.ac.uk/display/143161619>
- Roca, F. (2014). Elaboración de un plan estratégico para la gestión de abastecimiento en industria mecánica Vogt S.A. (Tesis de maestro, Universidad de Chile, Santiago) Recuperado <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/115500?show=full>
- Rocha, F. (2007). Rediseño del modelo de gestión para el área económico- financiera. *Estrategia financiera*, 238, 67-70.
- S/n (2018). Cualitativo. En: *Significados.com*. Disponible <https://www.significados.com/cualitativo/> Consultado: 26 de octubre de 2020,04:13 pm.
- Sainz, J. (2013). El plan de marketing en la práctica. Décima edición. España: ESIC editorial. https://www.academia.edu/31417013/EL_PLAN_DE_MARKETING_PRACTICA_EFESIC_LIBROSPROFESIONALES_DEEMPRESA
- Silva, R. (2002). Teorías de la administración. Económico administrativo. 1era edición. México: Editor Thomson Learning,
- Valdiviezo, E. (2016). Gestión de recursos financieros y cumplimiento de objetivos estratégicos en Instituciones Educativas de San Juan de Miraflores.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

TÍTULO: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) PERU-CHINA

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	FORMULACION DE HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema principal ¿De qué manera El Planeamiento Estratégico incide en la gestión financiera de las empresas Importadoras textiles en (TLC) Perú - China</p> <p>Problemas secundarios</p> <p>a. ¿De qué forma la misión incide el valor de las empresas importadoras textiles (TLC) Perú y China?</p> <p>b. ¿De qué manera la visión incide en el crecimiento de los ingresos de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú y China?</p> <p>c. ¿De qué forma los objetivos de marketing incide en la participación del mercado de las empresas importadora textiles en (TLC) Perú y china?</p> <p>d. ¿En qué medida las inversiones a largo plazo influyen en la rentabilidad del negocio de las empresas importadora textiles en (TLC) Perú y China?</p> <p>e. ¿De qué manera el perfil del talento humano incide en la eficiencia de gestión en las empresas importadores textiles en (TLC) Perú y China?</p>	<p>Objetivo general Demostrar si el Planeamiento estratégico incide en la gestión financiera de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú-China.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a. Establecer si la misión incide el valor de las empresas importadoras textiles en Tratado Libre Comercio Perú-China</p> <p>b. Determinar si la visión incide en el crecimiento de los ingresos de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p> <p>c. Establecer si los objetivos de marketing incide en la participación del mercado de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú-China.</p> <p>d. Determinar si las inversiones a largo plazo influye en la rentabilidad del negocio de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p> <p>e. Precisar si el perfil del talento humano incide en la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú y China.</p>	<p>Hipótesis general El planeamiento estratégico influye favorablemente en el valor de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a. La misión influye favorablemente en el valor de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú-China.</p> <p>b. La visión incide positivamente en el crecimiento de ingresos de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p> <p>c. Los objetivos de marketing influye favorablemente en la participación del mercado de las empresas Importadoras textiles en (TLC) Perú y China.</p> <p>d. Las inversiones a largo plazo incide favorablemente en la rentabilidad del negocio de las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p> <p>e. El perfil del talento humano influye positivamente en la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles en (TLC) Perú - China.</p>	<p>Variables e Indicadores Variable Independiente X Planeamiento Estratégico</p> <p>Indicadores X1= Misión X2= Visión X3= Objetivos de Marketing X4= Inversión a largo Plazo X5= Perfil del talento Humano</p> <p>Variable Dependiente Y= Gestión Financiera</p> <p>Indicadores Y1= Valor de las Empresas Y2= Crecimiento de Ingreso Y3= Participación de Mercados. Y4= Rentabilidad del Negocio Y5= Eficiencia de Gestión</p>	<ol style="list-style-type: none"> Tipo de matriz aplicada Nivel de Investigación Descriptivo, explicativo Y correlacional Métodos Analítico, estadístico y de Síntesis. Diseño de Investigación La investigación es de carácter descriptivo. *Causa: Planeamiento Estratégico *Efecto: Gestión Financiera Población Empresas Importadoras Textiles. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos Técnicas y muestreo Encuesta Análisis documental Muestra La muestra se utiliza para la investigación a empresarios importadores textiles en planeamiento estratégico y gestión financiera.

Anexo 2. Encuesta

Instrucciones:

La presente técnica tiene como objetivo conseguir información de interés, vinculado a el tema **“EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION FINANCIERA DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) PERÚ - CHINA.** Al respecto se le solicita a los encuestados responder las preguntas respetando el orden y tipo de respuestas.

Variable Independiente X. Planeamiento Estratégico Indicadores

1. ¿De qué manera, la misión es la razón de ser de las empresas importadoras textiles para garantizar la fidelidad de los clientes?
 - a. Plan de negocios ()
 - b. Existe una empresa ()
 - c. Labor empresarial ()

2. ¿Considera usted, que el plan de acción recoge objetivos para alcanzar su misión a futuro?
 - a. Herramienta de gestión ()
 - b. Ciclo de acciones ()
 - c. Determinar metas ()

3. ¿En la visión, ¿Cuál es la característica importante en el crecimiento de las empresas importadoras textiles?
 - a. Tener liderazgo ()
 - b. Crecimiento de movimiento ()
 - c. Planes de acción ()

4. ¿Cuál es beneficio que otorga la visión, para utilizar a la planificación estratégica, en las empresas importadoras textiles?
- a. Alcanzar metas de crecimiento ()
 - b. Fijar tácticas y acciones ()
 - c. Beneficio social y ambiental ()
5. ¿Cuál de los objetivos de marketing, de las empresas importadoras deben identificarse con su público a fin de implementar las estrategias más importantes?
- a. Lanzar productos nuevos ()
 - b. Retorno de inversión ()
 - c. Nuevos mercados ()
6. ¿Qué deben hacer las empresas para tener una línea adecuada y conseguir sus objetivos trazados?
- a. Incrementar nuevos mercados ()
 - b. Optimizar la conversión ()
 - c. Incrementar los beneficios que ofrece la empresa ()

Indicador: Inversión a largo Plazo

7. ¿Cuáles son los tipos de inversiones a largo plazo apropiado para las empresas importadoras textiles?
- a. Documentos negociables ()
 - b. Certificado de depósito ()
 - c. Acciones preferentes ()
8. ¿Cuál es la ventaja de las inversiones a largo plazo, para aumentar la utilidad en las empresas importadoras textiles?
- a. Asegurar un rendimiento en el futuro ()
 - b. Invertir en activos y recuperar en el menor tiempo ()
 - c. Valores de libre venta ()

Indicador: Perfil del Talento Humano

9. ¿Considera usted, que el perfil del talento humano incide en la productividad de las empresas importadoras textiles?
- a. Trabajo en equipo ()
 - b. Capacidad y competencia ()
 - c. Desarrollo de funciones ()
10. ¿En qué aspectos considera usted que el tecnólogo en gestión está capacitado para el desarrollo de competencias en las empresas importadoras textiles?
- a. Capacidad profesional ()
 - b. Asumir en condiciones óptimas de responsabilidad ()
 - b. Desarrollo de funciones y tareas ()

VARIABLE: GESTION FINANCEIRA Indicador: Valor de las empresas

11. ¿Cómo cree que, el valor de las empresas, incrementa la rentabilidad de acciones en las empresas importadoras textiles?
- a. Valor de mercado de un negocio ()
 - b. Rentabilidad de empresa ()
 - c. Valor de los fondos propios ()
12. ¿Cuáles son los tipos de gestión financiera de las empresas importadoras textiles que maximiza el valor neto de su inversión en el mercado?
- a. Capitalización ()
 - b. Fondos Propios ()
 - c. Inversión ()

Indicador Crecimiento de los ingresos

13. ¿Cuál es el tipo de ingresos en las empresas importadoras textiles para ser revisados periódicamente por su inversión realizada?
- a. Rotación de inventario ()
 - b. Ciclo de inversión ()
 - c. Margen de utilidad neta ()
14. ¿Cuáles son, las estrategias de mercado de los accionistas importadores textiles, en beneficio de la rentabilidad?
- a. Posicionamiento en el mercado ()
 - b. Estrategias de segmentación ()
 - c. Publicidad en las redes sociales ()

Indicador: Participación del mercado

15. ¿De qué manera, la participación del mercado en las empresas importadoras textiles incide en el volumen de ventas?
- a. Estrategias de mercado ()
 - b. Participación en el mercado ()
 - c. Porcentaje en el producto ()
16. ¿En su opinión, la inversión en las empresas importadoras textiles influye activamente en el posicionamiento del mercado?
- a. Captar mayor número de clientes ()
 - b. Incentivar las ventas ()
 - c. Dar a conocer nuevos productos ()

Indicador: Rentabilidad del Negocio

17. ¿Cuál es el mecanismo, que aplican las empresas importadoras textiles, para obtener beneficios en el negocio?
- a. Rentabilidad empresarial ()
 - b. Recursos financieros ()
 - c. Inversión realizada ()
18. ¿Cuál es el ciclo de inversión de las empresas importadoras textiles que influye positivamente en la estrategia de mercado?
- a. Planificación ()
 - b. Evaluación y capitalización ()
 - c. Metas de desarrollo ()

Indicador: Eficiencia de gestión

19. ¿De qué manera, la eficiencia de gestión en las empresas importadoras textiles incide en el margen de la utilidad neta?
- a. Rendimiento de los recursos ()
 - b. Acciones preventivas ()
 - c. Unidades de medida ()
20. ¿De qué forma, el rendimiento de los recursos propios debe ser la fortaleza de su inversión en las empresas importadoras textiles?
- a. Definir y fijar Objetivos coherentes ()
 - b. Inversiones a corto, mediano y largo plazo ()
 - c. Alcanzar metas establecidas por la empresa ()