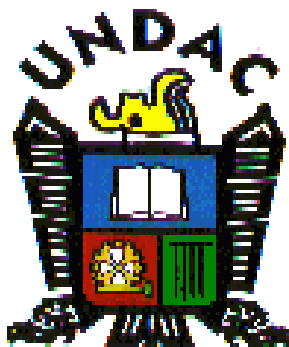


**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**T E S I S**

**Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas  
comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha,  
provincia Pasco, 2023**

**Para optar el título profesional de:**

**Contador Público**

**Autores:**

**Bach. Bryan Dahlin LOPEZ ZUÑIGA**

**Bach. Anderson Esidio MENDOZA CAPCHA**

**Asesor:**

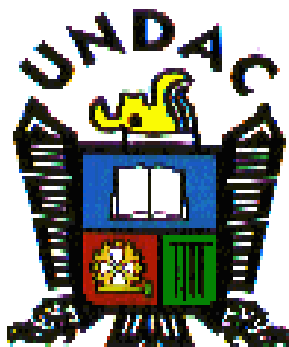
**Dr. Jesús Jhonny CANTA HILARIO**

**Cerro de Pasco – Perú – 2025**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**T E S I S**

**Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas  
comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha,  
provincia Pasco, 2023**

**Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:**

---

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

**PRESIDENTE**

---

Dr. Julián Cipriano ROJAS GALLUFFI

**MIEMBRO**

---

Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO

**MIEMBRO**



**Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Contables**  
**Unidad de Investigación**

*"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

## **INFORME DE ORIGINALIDAD N° 030-2025**

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

**Presentado por:**

Bryan Dahlin LOPEZ ZUÑIGA y Anderson Esidio MENDOZA CAPCHA

**Escuela de Formación Profesional**

Contabilidad

**Tipo de trabajo:**

Tesis

**Título del trabajo**

Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023

**Asesor:**

Dr. Jesús Jhonny CANTA HILARIO

**Índice de Similitud: 20%**

**Calificativo**

**APROBADO**

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 000078-2025-UNDAC/DFCEC.

Cerro de Pasco, 22 de julio del 2025



Firmado digitalmente por BERNALDO FAUSTINO Caribes David FAJ  
20154805046.pdf  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 22.07.2025 18:18:49 -05:00

Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO  
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

## **DEDICATORIA**

Nuestra tesis la dedicamos con todo amor y cariño.

A ti Dios que nos distes la oportunidad de vivir y de regalarnos una familia maravillosa.

Lleno de regocijo, de amor y esperanza, dedicamos esta tesis a cada uno de nuestros seres queridos, quienes han sido nuestros pilares para seguir adelante.

A nuestros amigos, muchas gracias por estar con nosotros en todo este tiempo donde hemos vivido momentos felices y tristes, gracias por ser nuestros amigos y recuerden que siempre los llevaremos en nuestros corazones.

Finalmente, dedicamos este esfuerzo a nosotros mismos, como recordatorio de que, con esfuerzo, paciencia y dedicación, se pueden alcanzar las metas propuestas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos el apoyo incondicional de nuestra familia, especialmente de nuestros padres, quienes con su amor y esfuerzo constante nos enseñaron el valor de la educación y la dedicación.

Expresamos nuestros más sinceros agradecimientos a nuestro asesor y docentes, quienes con su experiencia y conocimientos nos brindaron el soporte académico necesario para desarrollar esta investigación. Su orientación fue esencial para alcanzar los objetivos trazados y para superar los desafíos encontrados durante esta investigación.

Agradecemos a los representantes legales de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, por su disposición y colaboración durante la recolección de datos, ya que su participación fue vital para el desarrollo de este estudio.

## RESUMEN

El objetivo de la investigación es analizar la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia de Pasco, 2023. El estudio fue desarrollado con el tipo de investigación aplicada y de enfoque cuantitativo, el nivel fue relacional, se empleó el método inductivo deductivo y el diseño fue no experimental, la población estuvo conformada por 18 empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, provincia de Pasco, las cuales están reconocidas por la SUNAT, siendo la muestra la misma cantidad de la población, los instrumentos de 30 ítems fueron validados a través de juicio de expertos y con el Alfa de Cronbach en 0.969 positivo alto confiable y fiable, el trabajo de campo se llevó a cabo mediante la obtención de datos primarios, utilizando el método de recolección de información. Se aplicó dos cuestionarios con escala de Likert, una para cada variable a los 18 representantes de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha. Esta información recopilada nos permitió analizar y comparar los resultados obtenidos.

Según los resultados de la hipótesis general tenemos el coeficiente de correlación de Rho de Spearman y es de 0.854 y el sig. (bilateral) es igual a  $0.003 < 0.05$ , donde afirmamos que existe una correlación positiva muy alta y se rechaza la hipótesis nula, por tanto, Existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia de Pasco.

Según los resultados de la hipótesis específica 1 se llegó a la conclusión: El financiamiento del capital propio se relacionó significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023  
Según los resultados de la hipótesis específico 2 se llegó a la conclusión: El financiamiento bancario se relacionó significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

Según los resultados de la hipótesis específico 3 se llegó a la conclusión: El financiamiento con proveedores se relacionó significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**Palabras Clave:** Tácticas de financiamiento, financiamiento del capital propio, financiamiento bancario, financiamiento con proveedores y progreso.

## ABSTRACT

The objective of the research is to analyze the relationship between financing tactics and the progress of wood marketing companies in the Yanacancha district, Pasco province, 2023. The study was developed with the type of applied research and a quantitative approach, the level was relational, the inductive-deductive method was used and the design was non-experimental, the population consisted of 18 wood marketing companies in the Yanacancha district, Pasco province, which are recognized by SUNAT, the sample being the same amount of the population, the 30-item instruments were validated through expert judgment and with Cronbach's Alpha at 0.969 positive, high, reliable and reliable, the fieldwork was carried out by obtaining primary data, using the information collection method. Two Likert-scale questionnaires were applied, one for each variable, to the 18 representatives of the wood marketing companies in the Yanacancha district. This collected information allowed us to analyze and compare the results obtained.

According to the results of the general hypothesis we have the Spearman's Rho correlation coefficient and it is 0.854 and the sig. (bilateral) is equal to  $0.003 < 0.05$ , where we affirm that there is a very high positive correlation and the null hypothesis is rejected, therefore, There is a significant relationship between financing tactics and the progress of timber trading companies in the Yanacancha district, Pasco province.

According to the results of specific hypothesis 1, the following conclusion was reached: Equity financing was significantly related to the progress of timber trading companies in the Yanacancha district, Pasco province, 2023.

According to the results of specific hypothesis 2, the following conclusion was reached: Bank financing was significantly related to the progress of timber trading companies in the Yanacancha district, Pasco province, 2023.

According to the results of specific hypothesis 3, the following conclusion was reached:

Financing with suppliers was significantly related to the progress of the timber trading companies in the Yanacancha district, Pasco province, 2023.

**Keywords:** Financing tactics, equity financing, bank financing, supplier financing, and progress.

## INTRODUCCIÓN

Es un honor poner a vuestra consideración la tesis titulada: “Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023”, con el objetivo de analizar el impacto que tiene entre las tácticas de financiamiento y el progreso económico de las empresas comercializadores de maderas, debido a que es importante para este sector contar con un razonable stock de existencias para atender las ventas, y por consiguiente las diversas fuentes de financiamiento juegan un rol clave para incrementar el capital de trabajo y permanecer en el mercado a largo plazo.

Es de gran importancia que las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha aprovechen los recursos financieros de manera más efectiva que se les ofrece en el mercado, para adquirir nuevas maquinarias y equipos, aumentar la producción o invertir para ayudarlas a crecer económicamente y de esa manera se puedan expandir en el mercado, tanto a nivel nacional como internacional, de esta forma tienen una visión de futuro de que quieren convertirse en una gran empresa.

El progreso es un factor crucial para todas las empresas y los empresarios de este sector deben examinar su mercado, competidores, clientes y productos alternativos y de esta manera elaborar un plan estratégico que les permita el progreso sostenido a largo plazo.

El presente trabajo de investigación está compuesto de cuatro capítulos muy importantes y que a continuación se detalla:

**En el Capítulo I:** consideramos el Problema de Investigación que abarca la identificación y planteamiento del problema, delimitación de la investigación, formulación del problema, formulación de objetivos, justificación y limitaciones de la investigación.

**En el Capítulo II,** consideramos el Marco Teórico, donde se desarrolla los antecedentes del estudio, las bases teóricas científicas, la definición de términos,

formulación de hipótesis, identificación de variables y operacionalización de variables referente a las variables de estudio.

**En el Capítulo III**, consideramos la Metodología y Técnicas de Investigación, el tipo, nivel, método, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de recolección, procesamiento, tratamiento estadístico, selección y validación de instrumentos y la orientación ética.

**En el Capítulo IV**, consideramos los Resultados y Discusión, análisis e interpretación de resultados obtenidos, descripción del trabajo de campo, presentación de resultados obtenidos y la prueba de hipótesis para el cual se aplicó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para determinar la relación de las variables.

Finalmente, la investigación culminó en las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas como resultado de la contrastación de la hipótesis general, donde concluimos que, las tácticas de financiamiento se relacionan significativamente con el progreso de las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, provincia de Pasco – 2023.

Los Autores

# ÍNDICE

**Página.**

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2.	Delimitación de la investigación .....	5
1.3.	Formulación del problema .....	5
1.3.1.	Problema general.....	5
1.3.2.	Problemas específicos.....	6
1.4.	Formulación de objetivos .....	6
1.4.1.	Objetivo general .....	6
1.4.2.	Objetivos específicos .....	6
1.5.	Justificación de la investigación .....	7
1.5.1.	Justificación teórica.....	7
1.5.2.	Justificación práctica.....	7
1.5.3.	Justificación metodológica.....	7
1.5.4.	Justificación social .....	8

1.6.	Limitaciones de la investigación .....	8
------	--	---

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio .....	9
2.1.1.	Nacionales .....	9
2.1.2.	Internacionales .....	13
2.2.	Bases teóricas - científicas .....	14
2.2.1.	Tácticas de financiamiento .....	14
2.2.2.	Progreso de las empresas .....	24
2.3.	Definición de términos básicos .....	35
2.4.	Formulación de hipótesis .....	37
2.4.1.	Hipótesis general .....	37
2.4.2.	Hipótesis específicas .....	37
2.5.	Identificación de variables .....	37
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores .....	38

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación .....	39
3.2.	Nivel de investigación .....	39
3.3.	Métodos de investigación .....	40
3.4.	Diseño de investigación .....	40
3.5.	Población y muestra .....	41
3.5.1.	Población .....	41
3.5.2.	Muestra .....	41
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	41

3.6.1. Técnica.....	41
3.6.2. Instrumento.....	41
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	43
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	43
3.9. Tratamiento estadístico .....	43
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.....	44

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo .....	45
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	46
4.3. Prueba de hipótesis.....	75
4.4. Discusión de resultados .....	83

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS:

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Página.</b>
<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	38
<b>Tabla 2</b> Estadísticas de fiabilidad.....	43
<b>Tabla 3</b> ¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial? .....	46
<b>Tabla 4</b> ¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa? .....	47
<b>Tabla 5</b> ¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa?.....	48
<b>Tabla 6</b> ¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones? .....	49
<b>Tabla 7</b> ¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas?.....	50
<b>Tabla 8</b> ¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades?.....	51
<b>Tabla 9</b> ¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa? .....	52
<b>Tabla 10</b> ¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones? .....	53
<b>Tabla 11</b> ¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha?.....	54
<b>Tabla 12</b> ¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones?.....	55
<b>Tabla 13</b> ¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir	

mercaderías es una práctica común en su empresa maderera? .....	56
<b>Tabla 14</b> ¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores?.....	57
<b>Tabla 15</b> ¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera?.....	57
<b>Tabla 16</b> ¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo? .....	58
<b>Tabla 17</b> ¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?.....	59
<b>Tabla 18</b> ¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial?.....	61
<b>Tabla 19</b> ¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial? .....	62
<b>Tabla 20</b> ¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?.....	63
<b>Tabla 21</b> ¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa? .....	64
<b>Tabla 22</b> ¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial?.....	64
<b>Tabla 23</b> ¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?.....	66
<b>Tabla 24</b> ¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa?.....	67
<b>Tabla 25</b> ¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales? .....	67

<b>Tabla 26</b> ¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa? .....	69
<b>Tabla 27</b> ¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?.....	70
<b>Tabla 28</b> ¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa? .....	71
<b>Tabla 29</b> ¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa? .....	71
<b>Tabla 30</b> ¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente?.....	72
<b>Tabla 31</b> ¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa? .....	74
<b>Tabla 32</b> ¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado? .....	75
<b>Tabla 33</b> Prueba de normalidad .....	76
<b>Tabla 34</b> Correlaciones: Tácticas de financiamiento (Agrupada) y Progreso de las empresas (Agrupada) .....	79
<b>Tabla 35</b> Correlaciones: Financiamiento del capital propio (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada) .....	80
<b>Tabla 36</b> Correlaciones: Financiamiento bancario (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada).....	81
<b>Tabla 37</b> Correlaciones: Financiamiento con proveedores (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada) .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Página.</b>
<b>Gráfico 1</b> ¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial? .....	46
<b>Gráfico 2</b> ¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa? .....	47
<b>Gráfico 3</b> ¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa? .....	48
<b>Gráfico 4</b> ¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones? .....	49
<b>Gráfico 5</b> ¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas? .....	50
<b>Gráfico 6</b> ¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades? .....	51
<b>Gráfico 7</b> ¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa? .....	52
<b>Gráfico 8</b> ¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones? .....	53
<b>Gráfico 9</b> ¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha? .....	54
<b>Gráfico 10</b> ¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones? .....	55
<b>Gráfico 11</b> ¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera? .....	56
<b>Gráfico 12</b> ¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más	

sólidas con los proveedores?.....	57
<b>Gráfico 13</b> ¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera?.....	58
<b>Gráfico 14</b> ¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo? .....	59
<b>Gráfico 15</b> ¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?.....	60
<b>Gráfico 16</b> ¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial? .....	61
<b>Gráfico 17</b> ¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial? .....	62
<b>Gráfico 18</b> ¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?.....	63
<b>Gráfico 19</b> ¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa? .....	64
<b>Gráfico 20</b> ¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial?.....	65
<b>Gráfico 21</b> ¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?.....	66
<b>Gráfico 22</b> ¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa? .....	67
<b>Gráfico 23</b> ¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales?.....	68
<b>Gráfico 24</b> ¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa? .....	69

<b>Gráfico 25</b> ¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?.....	70
<b>Gráfico 26</b> ¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa? .....	71
<b>Gráfico 27</b> ¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa? .....	72
<b>Gráfico 28</b> ¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente? .....	73
<b>Gráfico 29</b> ¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa? .....	74
<b>Gráfico 30</b> ¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado? .....	75

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Identificación y determinación del problema**

El análisis exhaustivo de las estrategias de financiamiento se revela como un elemento crucial para la supervivencia y el avance de las empresas en un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado. Chiavenato (2017) destaca la importancia de la planificación estratégica en la búsqueda de ventajas competitivas y metas de crecimiento.

A nivel mundial, las pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel esencial en la economía, contribuyendo con más del 55% del PIB y del empleo en países de altos ingresos, y con más del 60% del PIB y el 70% del empleo en naciones de bajos ingresos (OECD, 2004). En Europa, estas empresas conforman el 99% del tejido empresarial, empleando aproximadamente a 100 millones de personas y contribuyendo con más de la mitad del PIB (Ramos & Saavedra, 2023). América Latina también experimenta un impacto significativo de las PYME en su economía, representando el 61% del empleo total en la región (Dini & Stumpo, 2020).

Para asegurar su crecimiento y posición en el mercado, las empresas deben

implementar estrategias financieras efectivas que aprovechen tanto las habilidades del administrador financiero como los servicios financieros disponibles. Este enfoque estratégico, como sugiere Nuñez (2014) implica identificar áreas clave como la dirección financiera, la competitividad y la innovación, estableciendo objetivos estratégicos claros.

En el contexto actual de cambios económicos y financieros globales, las empresas deben estar atentas a las tendencias y condiciones del mercado para garantizar su sostenibilidad a largo plazo (Carboney, 2014). Sin embargo, muchas empresas enfrentan dificultades para mantenerse operativas debido a la falta de acceso a financiamiento adecuado (Huaman, 2018). Mejorar este acceso no solo implica proporcionar capital, sino también garantizar condiciones financieras favorables (COMEXPeru, 2018).

Datos específicos de países como Costa Rica y Colombia revelan un alto índice de cierre de empresas debido a problemas financieros y de gestión, donde el 80% de las empresas en Costa Rica no sobreviven más de diez años (Canossa & Rodríguez, 2019), en Colombia, la estructura laboral en las microempresas muestra que solo el 27.70% concierne a personal de contrato a término indefinido (Perea et al., 2018).

En el caso del Perú, según datos del INEI, el número de empresas activas en Perú ha aumentado, pero muchas enfrentan desafíos como la disminución de la demanda, altos costos operativos y retrasos en el cobro de facturas (INEI, 2021) Este escenario se refleja en sectores como la producción de vehículos, el cemento y la construcción, donde se registraron caídas del 19%, 23.4% y 26.6% respectivamente (Donato, 2024)

Para enfrentar estos desafíos, las empresas deben aprovechar diversas herramientas financieras como el factoring y el leasing, que les permitan mantener su liquidez y aumentar sus niveles de ventas (Lescano, 2024). En última instancia, el

financiamiento adecuado no solo es crucial para el crecimiento de las empresas, sino también para su supervivencia en un mercado dinámico y competitivo. En Perú, las tácticas de financiamiento están experimentando cambios, con un mayor énfasis en el mercado de capitales locales y líneas de crédito bancarias, dado que las tasas de interés efectivas para préstamos llegaban hasta el 20% (Cazorla, 2013).

En este escenario, la gestión estratégica de las finanzas adquiere una relevancia sin precedentes. Es imperativo que las empresas adopten un enfoque proactivo y estratégico en la gestión de sus recursos financieros, identificando y aplicando tácticas de financiamiento que impulsen el progreso y la estabilidad financiera, la capacidad de gestionar eficazmente los recursos financieros no solo determinará el éxito empresarial, sino también su competitividad en un mercado en constante evolución y desafío.

El financiamiento tiene que ser visto como una estrategia que permitirá dotar de liquidez a las empresas y a la vez generar mayores niveles de ventas que permitan aumentar su rentabilidad.

Actualmente, las entidades financieras brindan una variedad de productos financieros como: el factoring, el arrendamiento financiero, el financiamiento de exportaciones e importaciones, entre otros, que posibilitan a las empresas disponer siempre de los recursos requeridos.

Está demostrado que el principal impulsador del crecimiento de una empresa son las ventas, para lo cual debe de contar con suficiente nivel de mercaderías e instalaciones adecuadas, por lo tanto, el financiamiento ayuda a las empresas a cumplir con su plan de inversiones y a garantizar su crecimiento.

En el distrito de Yanacancha, provincia de Pasco, en el año 2023, se presenta una serie de problemas muy relevantes en relación con las tácticas de financiamiento y su impacto en el progreso de las empresas dedicadas a la comercialización de maderas,

las cuales son una preocupación constante. Entre los principales problemas que se ha identificado son: El poco uso del financiamiento bancario para cubrir sus déficits temporales de caja, no se usa adecuadamente el financiamiento de los proveedores para la adquisición de maderas aceptando algunas veces plazos muy cortos para el pago de sus obligaciones, la falta de historial crediticio, garantías insuficientes, asimetrías de información con las entidades financieras, los altos costos para las transacciones administrativas, la falta de capacitación a los empresarios para acceder a los créditos financieros, falta de planificación financiera, descontrol de gastos, desaprovechar la oportunidad de financiamiento cuando se les presenta, la falta de ahorros para emergencias o metas a largo plazo, entre otros.

El financiamiento es un recurso muy importante para estas empresas ya que proporciona el capital suficiente para expandir su negocio, además, permite la adquisición de bienes de capital, compra de maquinarias, equipos, infraestructura y adquirir materias primas que son aspectos importantes para el funcionamiento de estas empresas comercializadoras de maderas en el distrito de Yanacancha. La falta de acceso a financiamiento limita su capacidad para mantenerse en el mercado, lo que afecta su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

En este sentido, la presente investigación busca entender la relación entre las tácticas de financiamiento empleadas por estas empresas y su progreso comercial. Por lo que surge la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las tácticas de financiamiento se relacionan con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?

Esta investigación se presenta como una oportunidad para diseñar intervenciones y políticas financieras que promuevan el crecimiento sostenible de las empresas madereras en el distrito de Yanacancha, contribuyendo así al desarrollo

económico y social de la región.

## 1.2. Delimitación de la investigación

**Delimitación espacial:** La presente investigación se llevó a cabo en el distrito de Yanacancha, ubicado en la provincia de Pasco.

**Delimitación temporal:** El período de estudio abarcó el año 2023.

**Delimitación social:** La investigación se centró en las empresas comercializadoras de madera en el distrito de Yanacancha. Se delimitó el estudio a este grupo social específico debido a su relevancia en el contexto económico y social de la región. Para ello, se utilizó dos cuestionarios aplicados a los representantes de dichas empresas para recopilar datos relevantes las cuales fueron analizados y medidos de manera precisa y detallada.

**Delimitación conceptual:** El marco conceptual del estudio se enfocó en los conceptos de *tácticas de financiamiento*, son los planes trazados para alcanzar los objetivos financieros, los cuales deben cumplir una serie de requisitos indispensables, incluyendo presupuestos, supervisión y organización, y deben ser liderados por un individuo altamente capacitado y experto en el tema, asevera que juegan un papel crucial en garantizar la estabilidad económica de una empresa, esta estrategia debe ser meticulosa y plasmada en un informe que sirva como guía para la organización (Angulo, 2017 citado en Lescano, 2024) y *progreso de las empresas* se entiende como el incremento en los ingresos o el valor de los bienes y servicios producidos por una empresa en un periodo determinado (Altamirano, 2018). Para establecer un sólido marco teórico que permita la comprensión de la relación que existe entre las variables a estudiar.

## 1.3. Formulación del problema

### 1.3.1. Problema general

**PG.** ¿De qué manera las tácticas de financiamiento se relacionan con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?

### **1.3.2. Problemas específicos**

**PE1.** ¿En qué medida el financiamiento del capital propio se relaciona con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?

**PE2.** ¿De qué forma el financiamiento bancario se relaciona con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?

**PE3.** ¿De qué manera el financiamiento con proveedores se relaciona con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?

## **1.4. Formulación de objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

**OG.** Analizar la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

**OE1.** Establecer la relación entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**OE2.** Establecer la relación entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**OE3.** Establecer la relación entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

## **1.5. Justificación de la investigación**

### **1.5.1. Justificación teórica**

El estudio contribuyó al cuerpo teórico existente al proporcionar una comprensión más profunda de la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso empresarial en un contexto específico como el distrito de Yanacancha. Esto permitió ampliar el conocimiento en el campo de las finanzas empresariales.

### **1.5.2. Justificación práctica**

Los resultados de la investigación serán útiles para las empresas comercializadoras de madera en el distrito de Yanacancha, así como para instituciones financieras y reguladoras interesadas en mejorar el acceso al financiamiento y promover el desarrollo empresarial en la región.

### **1.5.3. Justificación metodológica**

La aplicación de cuestionarios como método de recolección de datos permitió obtener información cuantitativa relevante para analizar la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso empresarial. Este enfoque metodológico contribuyó a generar resultados empíricos que respalden o refuten hipótesis previamente establecidas. Además, fungió como antecedente para futuras investigaciones en la misma área de interés.

#### **1.5.4. Justificación social**

La investigación, tuvo un impacto positivo en las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, con respecto a las variables de estudio: tácticas de financiamiento y progreso de las empresas, los mismos que fueron beneficiados al ejecutarse el presente trabajo de investigación.

#### **1.6. Limitaciones de la investigación**

El estudio tuvo limitaciones referentes a la recolección de datos, ya que hubo muchas preguntas no contestadas y se volvieron a realizar las encuestas, otra limitante fue el aspecto económico.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

##### **2.1.1. Nacionales**

Para el desarrollo de la investigación, en el contexto nacional destaca el estudio de Tejada (2023) quien desarrolló su investigación denominada: *“El financiamiento y su incidencia en el crecimiento empresarial en empresarios del centro comercial el Molino”* con el propósito fundamental de examinar el impacto del financiamiento en el desarrollo empresarial de un centro comercial. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de tipo explicativo. La muestra consistió en 40 empresarios. Los resultados indicaron que el financiamiento tiene una influencia del 65.5% en el crecimiento empresarial. Además, se encontró que el valor de significancia fue menor a 0.05. En conclusión, se evidenció que el financiamiento ejerce un impacto significativo en el crecimiento empresarial del centro comercial, lo que subraya la importancia de un adecuado control financiero para mantener y fortalecer la posición en el mercado.

Seguidamente, De La Cruz (2023) en su tesis titulado: “El financiamiento y el

incremento de activos fijos de las empresas de transportes, Andahuaylas, 2022” tuvo como objetivo principal investigar la relación entre el financiamiento y el crecimiento de activos fijos en empresas de transporte. Se empleó un enfoque de investigación básica, no experimental y una selección no probabilística de 30 empresas como muestra. La recolección de datos se realizó a través de encuestas utilizando cuestionarios como instrumento. Los resultados indicaron que el 56% de las empresas consideraron que tienen un nivel medio de financiamiento, mientras que el 50% opinó que sus activos fijos están en un nivel medio. Además, el 40% percibió que tanto el financiamiento como el incremento de activos fijos se sitúan en un nivel medio. La prueba de hipótesis reveló una correlación significativa ( $p=0.000$ ) y alta ( $r=0.860$ ) concluyendo que existe una relación directa y significativa entre ambas variables en las empresas de transporte.

Asimismo, Quiñones & Bazan (2023) en su trabajo titulado: “Estructura de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa “Contratistas Generales Windsor SRL” Huaraz 2021” tuvo como objetivo determinar la importancia del ordenamiento financiero para la rentabilidad. Se empleó un enfoque descriptivo y correlacional de naturaleza cuantitativa, involucrando a 92 individuos. Se aplicó la encuesta, utilizando la escala de Likert para el cuestionario. Los resultados mostraron que el 41.10% de los participantes expresaron una alta satisfacción con la influencia positiva de la estructura de financiamiento en la rentabilidad, el 39.73% también mostró un alto grado de satisfacción, además se obtuvo un  $0.82 < 0.05$ . En conclusión, se determinó que la estructura de financiamiento incide de manera positiva en la rentabilidad.

Por su parte, Jara (2023) desarrolló su investigación: “Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Axel Plast E.I.R.L. – Chiclayo, 2021” con el objetivo de proponer estrategias financieras para incrementar la rentabilidad en la

empresa. Se empleó una metodología cuantitativa, descriptiva y propositiva, con un diseño no experimental y transversal. La población comprendió al contador y los estados financieros de los años 2019 y 2020. Se utilizaron técnicas de entrevista y análisis documental. Los resultados indicaron una rentabilidad económica del 39% y 45%, así como una rentabilidad financiera del 38.87% y 45%. Se evidenció una utilidad total del 7%, con un aumento significativo en los ingresos durante el 2020 debido a mayores ventas. Como conclusión, se ha demostrado que estrategias financieras como la gestión de liquidez, la rotación de activos y el control efectivo pueden impactar positivamente en la rentabilidad de la empresa.

Por otra parte, Lander & Espiritu (2019) en su investigación: *“Las fuentes de financiamiento y su relación con el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco - 2019”* determinó la relación entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPES). Se empleó un diseño descriptivo correlacional, utilizando método analítico y estadístico, así como la técnica de encuestas. La muestra de 130 MYPES. Los resultados revelaron una relación positiva y significativa entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, con un nivel de significancia bilateral del 0.01. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula, confirmando la relación entre ambos factores, siendo el  $Rho = 0.876^{**}$ . En conclusión, se estableció la importancia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES.

Otra investigación destacada es la de Herrera (2019) *“Financiamiento y el Crecimiento Empresarial en las Mypes del Centro Comercial Sagrado Corazón de Jesús en Av. Los Jardines Este de San Juan de Lurigancho, año 2019”* El propósito fue analizar la relación entre el financiamiento y el desarrollo empresarial en las micro y pequeñas empresas. La metodología utilizada fue de tipo básica, con un diseño no experimental y un enfoque correlacional. La población 40 microempresas, con una

muestra de 40 propietarios. Se empleó la encuesta como técnica de recopilación de datos, utilizando un cuestionario como instrumento. Los resultados revelaron una alta confiabilidad del instrumento, con un coeficiente de confiabilidad de 0.908 en el alfa de Cronbach. Además, se encontró un nivel significativo de relación, con un coeficiente de 0.878, lo que confirma la existencia de un vínculo entre el financiamiento y el crecimiento empresarial en las MYPES del centro comercial mencionado.

También, Barboza & Huamán (2020) "*Factores que limitan el crecimiento de las MYPES de lima metropolitana en el 2019*" identificó los factores internos y externos que restringen el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana, considerando su predominancia en el panorama empresarial peruano y su impacto en la economía local. Centrándose en una muestra específica de MYPES en la mencionada área geográfica. Los resultados señalan que, entre los factores externos, la alta competencia y la informalidad fueron los principales obstáculos para el crecimiento de las MYPES. Por otro lado, dentro de los factores internos, los problemas con los proveedores y la baja productividad del personal destacaron como los más significativos para este grupo de empresas.

Finalmente, Túlume (2019) en su investigación titulada: "Estrategias de gestión financiera para el incremento de utilidades en la empresa F & P estudio y diseño EIRL, José Leonardo Ortiz, 2018" se centró en desarrollar estrategias de gestión financiera para mejorar las utilidades de una empresa en José Leonardo Ortiz. Se optó por un enfoque descriptivo con metodología cuantitativa y diseño no experimental, utilizando como muestra a los 5 colaboradores de la empresa. Los resultados resaltaron la necesidad de capital para inversiones y la dependencia del financiamiento externo, mientras que se identificaron factores como el manejo eficiente de inventarios y el pago oportuno a proveedores como impulsores de utilidades. Se concluyó que implementar estrategias

financieras adecuadas puede generar mayor valor y aumentar las ganancias dentro de la empresa.

### **2.1.2. Internacionales**

En cuanto a los estudios internacionales, se considera a Y. Rodríguez et al. (2023) en su artículo de investigación “*Gestión empresarial y estrategias financieras en una compañía de suministros y construcciones*”, examinaron la gestión empresarial y las estrategias financieras. La metodología fue no experimental transaccional, de campo descriptiva y un censo poblacional de diecinueve sujetos del área administrativa. La técnica principal fue la encuesta, utilizando cuestionarios. Los resultados revelaron una correlación positiva entre la gestión empresarial y las estrategias financieras. En la dimensión de procesos de gestión empresarial, se destacó un alto nivel 3,98. En la formulación de estrategias financieras, se identificó una aplicación significativa con una media de 4,02. En conclusión, se resalta la importancia de seguir fortaleciendo las estrategias financieras para garantizar la competitividad y el crecimiento sostenible de la empresa.

También se encuentra A. López et al. (2021) en su investigación: “*El financiamiento como estrategia de desarrollo en microempresas artesanales de San Bartolo Coyotepec, Oaxaca, México*” se enfocó en analizar el impacto del financiamiento en estas empresas, utilizando encuestas y entrevistas semiestructuradas. Los resultados revelaron que, si bien el financiamiento contribuye al desempeño de las empresas, otros factores como el liderazgo y los problemas sociales también influyen. Aunque el financiamiento ha impulsado aspectos estratégicos, como la inversión en capital, acceso a nuevos mercados y mejora de la publicidad, muchas microempresas no aprovechan completamente estos beneficios debido a dificultades de acceso y desconfianza en las fuentes externas. Se destacó la importancia del liderazgo y la

motivación para el crecimiento empresarial, así como el impacto positivo de las empresas en la comunidad.

Así mismo, Mosquera & Rodríguez (2020) desarrollaron su investigación: “Análisis de estrategias financieras para mejorar el crecimiento sostenible del sector comercial *Pymes en el Ecuador*” El estudio se enfocó en las Pymes de Guayaquil, explorando sus desafíos financieros y estratégicos. Se empleó un enfoque analítico y métodos de investigación como entrevistas y análisis documental. Los resultados indicaron una carencia generalizada de planificación financiera y estratégica, lo que genera decisiones operativas poco direccionadas y limita la capacidad de evaluación del desempeño. Obstáculos como la falta de análisis de riesgos y mercado, así como la escasa medición de resultados, destacan la necesidad de mejorar la gestión financiera en estas empresas para garantizar su sostenibilidad.

Finalmente, Estrada & Acevedo (2019) desarrollaron su investigación, enfocada en "*Estrategias financieras para PYMES en crisis económica*", se analizó el sector de la construcción en Medellín. Se empleó un estudio descriptivo de campo con una muestra de 6 PYMES. Los resultados indican que el 56% prefiere créditos a corto plazo ante crisis. Durante fases de crisis, el 29% está medianamente de acuerdo en mejorar salarios y el 23% apoya aumentar producción y empleo. En alternativas crediticias, el 34% rechaza adquirir mercancía mediante aceptaciones bancarias, mientras solo el 14% está a favor. Aunque se implementan estrategias financieras, su aplicación efectiva es cuestionable, lo que podría exponer a las PYMES a crisis económicas.

## **2.2. Bases teóricas - científicas**

### **2.2.1. Tácticas de financiamiento**

El financiamiento abarca los recursos económicos necesarios que personas, empresas u organizaciones obtienen para llevar a cabo sus proyectos o actividades.

Estos fondos pueden ser adquiridos a través de diferentes fuentes, como préstamos bancarios, emisión de acciones o bonos, inversores externos, o ahorros propios. Es crucial para el desenvolvimiento y expansión de cualquier entidad, ya que posibilita cubrir los gastos operativos, realizar inversiones y alcanzar metas a largo plazo (Comisión para el mercado Financiero, 2021).

La obtención de financiamiento resulta esencial, especialmente para llevar a cabo proyectos de inversión. En el caso de las microempresas, estas fuentes de financiamiento son vitales para su continuidad, al proveer el flujo de efectivo necesario tanto para la adquisición de capital de trabajo como de activos fijos. Esto, a su vez, facilita el ciclo operativo del negocio, generando ingresos y utilidades (Chagerben et al., 2017).

Por otra parte, en cuanto a las tácticas de financiamiento, Angulo (2017) citado en Lescano (2024), las define como los planes trazados para alcanzar los objetivos financieros, los cuales deben cumplir una serie de requisitos indispensables, incluyendo presupuestos, supervisión y organización, y deben ser liderados por un individuo altamente capacitado y experto en el tema, asevera que juegan un papel crucial en garantizar la estabilidad económica de una empresa, esta estrategia debe ser meticulosa y plasmada en un informe que sirva como guía para la organización. Es esencial destacar que la estrategia financiera debe enfocarse en los aspectos monetarios de las decisiones estratégicas tomadas por la dirección, alineadas con los intereses de los accionistas y los mercados financieros.

### **Teorías aplicadas a las tácticas de financiamiento**

#### ***Teoría de la liquidez***

Según la teoría de la liquidez, los rendimientos de los bonos a largo plazo tienden a ser más altos que los de corto plazo, dado el incremento del riesgo

asociado con los vencimientos prolongados. Esta teoría sugiere que los inversores muestran preferencia por inversiones a corto plazo debido a la percepción de menores riesgos (Lawrence & Gitman, 2005). En otras palabras, los inversionistas optan por compromisos financieros a corto plazo. En este sentido, si una empresa está considerando emitir bonos para financiar sus operaciones, esta teoría sugiere que podría enfrentar costos de financiamiento más altos si elige bonos a largo plazo en lugar de a corto plazo. Por lo tanto, al planificar su estrategia de financiamiento, la empresa podría considerar cuidadosamente la estructura de vencimientos de sus bonos y equilibrar los costos asociados con los riesgos percibidos por los inversores.

### ***Teoría de la Jerarquía financiera o Pecking Order***

Esta teoría se encuentra entre las más influyentes al justificar la decisión de obtener financiamiento en relación con el apalancamiento corporativo. Se basa en la presencia de información asimétrica, tanto dentro de las empresas como en los mercados de capitales. Las empresas no persiguen deliberadamente alcanzar un nivel de endeudamiento ideal, y las estructuras financieras que se observan en la práctica son el resultado de decisiones de financiamiento previas (Sánchez & Martín, 2004).

Según Myers & Majluf (1984), los directivos internos suelen poseer información más detallada sobre la situación de la empresa que los inversionistas externos. Además de los costos asociados con la emisión de nuevos títulos, las empresas enfrentan costos derivados de esta asimetría de información. Para reducir estos costos, las organizaciones tienden a financiar sus inversiones primero con autofinanciamiento, seguido de deudas sin riesgo, luego deudas con cierto riesgo y, finalmente, con emisión de acciones.

### ***Teorema de Modigliani- Miller***

El Teorema de Modigliani-Miller, concebido por Franco Modigliani y Merton

Miller en la década de 1950, representa uno de los pilares fundamentales de la teoría financiera moderna. Este teorema postula que, en un mundo ideal sin impuestos, costos de transacción ni asimetría de información, la estructura de capital de una empresa no influye en su valor. Es decir, independientemente de si la empresa se financia principalmente mediante capital propio (acciones) o capital ajeno (deuda), su valor en el mercado permanecerá constante (León, 2012). Esta premisa desafía la noción tradicional de que una estructura de capital específica puede maximizar el valor de la empresa y, en cambio, sostiene que, en un entorno perfecto, las decisiones de financiamiento no tienen impacto en el valor empresarial.

Según O. López et al. (2023) en el mundo financiero existen numerosos factores que influyen en las decisiones de financiamiento y en el valor de una empresa. Impuestos corporativos, costos de quiebra, asimetría de información y preferencias de los inversores son solo algunos de los elementos que pueden modificar la validez del Teorema de Modigliani-Miller. Por lo tanto, mientras que el teorema proporciona un marco conceptual valioso, su aplicación directa en el mundo real es limitada, y los administradores financieros deben considerar cuidadosamente una serie de factores adicionales al determinar la estructura de capital óptima para una empresa.

## **Dimensiones de las Tácticas de financiamiento**

### **1. Financiamiento del capital propio**

El financiamiento del capital propio, también denominado autofinanciamiento, hace referencia a los recursos generados internamente por la entidad, los cuales provienen de diversas fuentes como las contribuciones de los accionistas, las utilidades retenidas en la empresa, las reservas acumuladas, o la incorporación de nuevos inversores al capital social de la organización. Este tipo de financiamiento se caracteriza por no implicar deuda externa, sino que se basa en los recursos y la capacidad de generación de ingresos propios de la empresa. Es una forma de fortalecer la estructura financiera de la entidad y garantizar su autonomía y estabilidad a largo plazo (Dobaño, 2024).

En este sentido, el financiamiento de fuentes internas hace referencia a los fondos generados dentro de la empresa a través de su actividad operativa. Esta fuente de financiamiento surge principalmente de la reinversión de utilidades, donde la empresa decide destinar sus ganancias para expandir o mejorar sus operaciones en lugar de distribuirlas entre los accionistas. También implica las aportaciones de accionistas o socios, quienes pueden inyectar capital adicional para financiar proyectos o actividades empresariales. Además, el financiamiento interno puede originarse a partir de los ahorros personales de los propietarios o inversionistas, quienes destinan sus recursos personales para respaldar las actividades de la empresa (Bendezu, 2020).

#### ***Indicadores:***

##### **a) Capital social (Aumento de aportes)**

El aporte de capital con socios actuales y nuevos socios en una empresa se refiere a la contribución de recursos financieros realizada por los socios

existentes de la empresa, así como por nuevos inversores que se unen al negocio. Este aporte puede adoptar diversas formas, como la compra de acciones adicionales, la reinversión de utilidades, la inyección de capital fresco o la transferencia de activos (Lescano, 2024).

Estas contribuciones, provenientes de los socios de una empresa, consisten en la entrega de efectivo para compensar pérdidas o aportar liquidez, sin esperar una contraprestación directa. Aunque no implican una obtención inmediata de beneficios, aumentan el valor teórico de las acciones, registrando un incremento en la inversión del socio (Auren, 2020). Además, este proceso puede implicar la toma de decisiones estratégicas sobre la dirección y el futuro del negocio, así como la distribución de responsabilidades y beneficios entre los socios.

**b) Venta de activos**

La disposición de activos, que implica la venta de bienes o propiedades de una empresa para obtener beneficios, es una práctica habitual en las organizaciones. Esta acción consiste en transferir el valor de los activos comerciales, como vehículos, equipos o efectivo en caja, si la venta de un activo resulta en una ganancia, se clasifica como una ganancia extraordinaria (ESAN, 2019). Todas las empresas llevan a cabo proyectos de inversión o desinversión que implican la venta de activos u otras operaciones similares, lo que requiere una cuidadosa planificación y evaluación financiera.

**c) Reinversión de ganancias**

La reinversión implica que parte de las ganancias generadas por una empresa no se distribuyen entre los accionistas, sino que se utilizan para adquirir nuevos activos fijos. De esta manera, las empresas autofinancian su

crecimiento, ampliando su base de activos sin recurrir a préstamos o financiamiento externo (MAPFRE, 2024).

## **2. Financiamiento bancario**

Se refiere al proceso mediante el cual una empresa obtiene fondos a través de préstamos o líneas de crédito proporcionadas por instituciones financieras, como bancos comerciales. Estos fondos pueden utilizarse para cubrir necesidades financieras a corto plazo, como capital de trabajo, o a largo plazo, como inversiones en activos fijos. El financiamiento bancario suele implicar el pago de intereses y la devolución del capital prestado en un plazo acordado (Brigham, 2005).

### ***Indicadores:***

#### **a) Financiamiento de las Ventas**

Se refiere al conjunto de recursos financieros que una empresa obtiene para respaldar su ciclo de ventas, cubriendo los costos asociados a la producción y distribución de bienes o servicios hasta que se generen ingresos por las ventas (Lescano, 2024).

- *Crédito bancario:* Es una forma de obtener fondos que ofrece una institución financiera a individuos, empresas u organizaciones. Este tipo de crédito es versátil y puede destinarse a diversas necesidades, como adquisiciones, expansión empresarial, inversión en equipos o para mejorar la liquidez en momentos de flujo de efectivo reducido. Estos préstamos conllevan intereses que representan el costo por el uso del capital prestado y pueden requerir garantías para mitigar el riesgo. Según Zenteno (2017) se trata de una modalidad en la cual el banco otorga una cantidad específica de dinero a un solicitante, quien se compromete a devolver el capital en un plazo determinado, junto con los intereses y otros cargos

asociados.

- *Línea de crédito:* Representa un convenio formal entre un banco y un prestatario, donde se establece el tope máximo de crédito que la institución bancaria otorgará al prestatario. Principalmente, esta línea se destina a cubrir las necesidades de capital de trabajo de la empresa. Se trata de un tipo de financiamiento que permanece disponible para el cliente hasta alcanzar un límite predefinido, dentro del cual el prestatario puede acceder a los fondos durante el período establecido en el acuerdo crediticio concedido (Toala et al., 2010).
- *Prestamos hipotecario:* Representa una forma de financiamiento ofrecida por una institución financiera, como un banco, en la cual se utiliza un activo inmobiliario, comúnmente una propiedad residencial, como respaldo para asegurar el préstamo. En caso de incumplimiento por parte del prestatario en los pagos, el prestamista conserva el derecho de adquirir la propiedad hipotecada mediante un proceso de ejecución hipotecaria (Sánchez, 2018).
- *Factoring:* Cesión de cuentas por cobrar a una entidad financiera a cambio de un adelanto de efectivo, lo que proporciona liquidez inmediata para financiar las ventas (Blossiers, 2013).

#### **b) Financiamiento de activo fijo**

Se refiere a los recursos financieros utilizados para adquirir activos fijos, como maquinaria, equipos, terrenos o edificios, que son necesarios para el funcionamiento y crecimiento de la empresa a largo plazo (Lescano, 2024).

- *Créditos comerciales:* Se hace referencia a los acuerdos de crédito entre empresas, comúnmente empleados por los proveedores para ofrecer financiamiento a sus clientes mediante la postergación del pago por bienes

y servicios. Este tipo de crédito se convierte en una herramienta eficaz para administrar el capital de trabajo y mejorar la liquidez sin necesidad de recurrir directamente a la intervención bancaria (Canto, 2017). De acuerdo con Berger & Udell (1998) esta modalidad surge como un mecanismo financiero donde los proveedores otorgan crédito a sus clientes, permitiéndoles aplazar el pago de los bienes y servicios adquiridos por un período determinado.

- *Descuentos comerciales:* Obtención de descuentos por pronto pago o volumen de compra con proveedores, lo que reduce el costo de adquisición de materias primas o mercancías para la venta.
- *Emisión de bonos:* Obtención de fondos a través de la emisión de bonos u obligaciones a largo plazo en el mercado de capitales, con el compromiso de devolver el capital más intereses en el futuro. Cuando un inversionista adquiere un bono, efectivamente está proporcionando un préstamo al emisor, a cambio de recibir pagos periódicos de intereses durante un período específico, conocido como plazo del bono (BBVA, 2023).
- *Arrendamiento financiero:* Acuerdo mediante el cual la empresa obtiene el uso de un activo fijo a cambio de pagos periódicos durante un período determinado, sin necesidad de desembolsar el monto total de la compra.

### **3. Financiamiento con proveedores**

Se denomina financiamiento con proveedores al crédito que una empresa recibe de sus proveedores a cambio de bienes o materias primas entregados, con la condición de realizar el pago en un momento posterior. Este tipo de apoyo financiero es especialmente relevante en el corto plazo para las compañías, ya que les permite gestionar posibles variaciones en sus flujos de caja que podrían comprometer el cumplimiento de obligaciones inmediatas, como los pagos de nómina o impuestos (Banco de México, 2022).

#### ***Indicadores:***

##### **a) Financiamiento de Mercaderías**

Se refiere al acuerdo entre empresas y sus proveedores, donde estos últimos ofrecen financiamiento a los compradores al permitirles diferir el pago de mercancías adquiridas por un período determinado. En este tipo de financiamiento, los proveedores actúan como prestamistas al permitir a los compradores adquirir bienes y pagar por ellos en un plazo posterior, lo que ayuda a gestionar el capital de trabajo y mejorar la liquidez de las empresas compradoras (Lescano, 2024).

##### **b) Financiamiento de Servicios**

Se trata de un acuerdo similar al financiamiento de mercaderías, pero en este caso, se refiere al aplazamiento del pago de servicios proporcionados por los proveedores a sus clientes. Este tipo de financiamiento permite a las empresas beneficiarse de los servicios sin la necesidad de pagar de inmediato, lo que puede ayudar a mejorar la gestión del flujo de efectivo y proporcionar flexibilidad financiera (Lescano, 2024).

### **2.2.2. Progreso de las empresas**

En el ámbito de la microeconomía, el concepto de progreso empresarial se aborda desde una perspectiva centrada en el crecimiento económico interno de la empresa. Aunque no se encuentre una definición teórica específica para este término, podemos derivar su significado a partir de la noción general de crecimiento económico. De este modo, el progreso empresarial se entiende como el incremento en los ingresos o el valor de los bienes y servicios producidos por una empresa en un periodo determinado (Altamirano, 2018).

Al explorar esta acepción, podemos identificar el progreso empresarial como la mejora continua en los ingresos generados por la empresa a lo largo del tiempo. En este contexto, los ingresos corrientes se convierten en un indicador clave para evaluar el progreso de la empresa, centrándose particularmente en variables como las ventas o las utilidades netas obtenidas en un periodo específico. Estas métricas proporcionan una visión clara del desempeño financiero y operativo de la empresa, permitiendo así identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora para impulsar su crecimiento y desarrollo a largo plazo (Canals, 1970).

El avance económico se refiere al progreso constante y sostenible de una sociedad en términos de su bienestar material y social. Este proceso implica un aumento en la producción de bienes y servicios, un incremento en los ingresos per cápita, una mejor distribución del ingreso, el desarrollo de infraestructuras, y el acceso mejorado a servicios básicos como salud y educación, todo ello contribuyendo a elevar la calidad de vida de la población (Gevatschnaider & Pérez, 2018).

En el ámbito empresarial, el progreso se relaciona con el crecimiento y desarrollo continuo de una organización en términos financieros y operativos a lo largo del tiempo (Muñoz, 1999). Este crecimiento implica una mejora en la eficiencia,

productividad y rentabilidad de la empresa, así como el logro de objetivos estratégicos y una posición más sólida en el mercado. Además, el progreso económico empresarial también abarca la capacidad de transformar la situación financiera de la empresa y mejorar las condiciones laborales, así como la mejora en la eficiencia productiva para satisfacer las necesidades a largo plazo de la comunidad (Castillo, 2011).

## **Dimensiones del progreso de las empresas**

### **1. Progreso empresarial orgánico**

Según Arocha (2014) se refiere al crecimiento interno y gradual de una empresa, que se logra mediante la mejora continua de sus operaciones, productos y servicios, así como el desarrollo de sus recursos humanos y capacidades internas. Este tipo de progreso se caracteriza por no depender principalmente de fusiones, adquisiciones u otras estrategias externas, sino más bien de un crecimiento sostenible y autónomo generado desde dentro de la propia organización.

Según Cuesta & Roche (2002) el progreso interno u orgánico implica la aplicación de una estrategia de expansión mediante la creación de nuevas estructuras dentro de la misma empresa. Este enfoque permite un control meticuloso sobre la expansión, asegurando que todos los departamentos de la empresa alcancen sus metas. Este método se presenta como una opción natural para las cadenas de distribución empresariales, ofreciendo una manera coherente de avanzar sin depender de cambios drásticos en la estructura organizativa.

Esto puede implicar la innovación en productos o procesos, la optimización de la eficiencia operativa, la expansión de mercados existentes o la penetración en nuevos segmentos de mercado, todo ello impulsado por una estrategia de crecimiento interno y una gestión efectiva de los recursos disponibles (Arocha, 2014).

***Indicadores:***

**a) Ventas**

La práctica de ventas implica el acto de transferir la propiedad de un bien o servicio a otra persona a cambio de un precio acordado, se centran en la colocación de los productos o servicios que la empresa ofrece en el mercado (Vega, s. f.).

Este término se utiliza para describir el proceso de comercialización de productos o la prestación de servicios a los clientes a cambio de una contraprestación económica. Las ventas pueden realizarse tanto entre empresas (ventas al por mayor) como entre empresas y consumidores finales (ventas al por menor). Este proceso implica la transferencia de propiedad de un bien o la entrega de un servicio a cambio de un pago, contribuyendo así a generar ingresos para la empresa que realiza la venta. Las ventas son una parte fundamental de la actividad económica de cualquier negocio, ya que representan una fuente principal de ingresos y son indispensables para su sostenibilidad y crecimiento (Villegas, 1987).

**b) Costos**

El término "costo" posee dos significados fundamentales que exploran diferentes facetas del esfuerzo y los recursos invertidos en la obtención de algo. En primer lugar, se refiere a la cantidad de tiempo, energía y recursos dedicados a la producción o realización de una tarea específica. En segundo lugar, el concepto de costo implica el sacrificio o renuncia de alternativas en favor de una elección específica. (Vazquez, s. f.)

En el ámbito contable, el concepto de costo se refiere al total de desembolsos asociados a la producción de un bien o servicio específico. Esta

cifra engloba todos los gastos necesarios para llevar a cabo dicho proceso productivo, incluyendo materiales, mano de obra, gastos generales de fabricación y otros costos directamente relacionados con la creación del producto o la prestación del servicio. A diferencia de los gastos, que representan los desembolsos realizados por una empresa para el desarrollo general de sus actividades, los costos están más específicamente ligados al proceso de producción y fabricación, constituyendo así un elemento clave en la determinación del precio de venta y la rentabilidad de la actividad empresarial (Universidad Nacional de Manizales, 2019).

**c) Gastos**

Un desembolso se identifica como una salida de capital, comúnmente conocida como gasto, que una entidad o individuo realiza al adquirir un artículo, un bien o un servicio. Este gasto, en muchas ocasiones, se transforma en una inversión, ya sea tangible o intangible, representando así un movimiento crucial en la gestión financiera. La naturaleza del gasto genera un flujo económico dual, pues al salir dinero (desembolso), se recibe a cambio un bien, producto o servicio, lo que permite la recuperación del desembolso inicial, impulsando así la actividad económica (Universidad Nacional de Manizales, 2019).

Los gastos hacen referencia al desembolso de recursos económicos en concepto de consumo, aportaciones a la seguridad social, déficits operativos de empresas estatales, pagos relacionados con la propiedad como intereses y otros cargos financieros, subsidios otorgados a empresas, transferencias monetarias tanto corrientes como de capital, inversiones destinadas a la formación de capital y activos, así como inversiones financieras realizadas con

propósitos estratégicos (Universidad Veracruzana, 2011).

Pueden ser categorizados en diversas clases según su naturaleza y comportamiento financiero. En primer lugar, están los gastos fijos, aquellos desembolsos que mantienen una constancia mes a mes y no tienden a sufrir cambios significativos a largo plazo. Por otro lado, los gastos variables, como sugiere su denominación, fluctúan en frecuencia y monto, pudiendo variar en periodos semanales o mensuales. Finalmente, se encuentran los gastos inesperados, que se integran al presupuesto como una partida destinada a cubrir eventualidades financieras. Esta clasificación proporciona una guía útil para la gestión financiera tanto a nivel empresarial como personal, permitiendo una mejor planificación y control de recursos (Universidad Nacional de Manizales, 2019).

La proyección de desembolsos se concentra en anticipar los gastos que una entidad tiene previsto llevar a cabo durante un periodo determinado. Estos desembolsos abarcan una amplia gama de rubros, tales como costos de operación, inversiones en activos duraderos, desembolsos de nómina y prestaciones para los empleados, tributos, compromisos financieros, entre otros. Este ejercicio de proyección resulta fundamental para la organización, ya que le permite asignar sus recursos de forma eficaz, asegurando así que sus desembolsos estén alineados con sus metas financieras y estratégicas, lo que a su vez contribuye a la sostenibilidad y crecimiento de la entidad (Pena & Alves, 2021).

#### **d) Liquidez**

Es la capacidad de una empresa para cumplir eficazmente con sus obligaciones financieras de corto plazo mediante la conversión rápida de

activos en efectivo o en otros recursos fácilmente utilizables, la liquidez no solo es crucial para la salud financiera de una empresa, sino que también proporciona flexibilidad para adaptarse a situaciones imprevistas y aprovechar oportunidades emergentes (Fonseca & Hernández, 2024). En última instancia, la liquidez juega un papel fundamental en la capacidad de respuesta y estabilidad financiera de una empresa (Macias & Rivera, 2023).

Por su parte, Gutiérrez et al. (2005) destacan que esto incluye no solo el efectivo en mano, sino también activos como cuentas por cobrar, inventario y otros activos que pueden venderse o convertirse en efectivo en un plazo relativamente corto. Una alta liquidez empresarial indica que la empresa tiene suficientes activos líquidos para hacer frente a sus deudas y otros compromisos financieros sin dificultades.

## **2. Progreso empresarial externo**

Es una estrategia más comúnmente utilizada, ya que se basa en procesos como fusiones, adquisiciones o alianzas. Estos métodos permiten que la empresa adquirida entre en el mercado, y su especialización operativa a menudo elimina algunos de los costos asociados al crecimiento interno. Según Torres (2022) citado en Tejada (2023), algunas empresas optan por buscar inversiones externas, fusiones y adquisiciones para mejorar la producción y expandir su alcance de manera rápida. Este tipo de crecimiento, considerado inorgánico, implica la desinversión parcial en inversores externos, lo que puede resultar en la pérdida de autonomía para la empresa.

Por otro lado, Coll (2021) sostiene que el crecimiento externo se refiere al crecimiento empresarial que surge como resultado de fusiones, adquisiciones u otras actividades en las cuales el capital externo, en lugar de los recursos internos,

es el principal motor de crecimiento. Este enfoque implica a menudo una ampliación rápida de la empresa al integrar recursos financieros externos, lo que puede generar nuevas oportunidades de mercado y una expansión significativa en un corto período de tiempo.

***Indicadores:***

**a) Inversión**

La inversión, como acto de asignación de recursos con miras a obtener beneficios futuros, es fundamental en la gestión financiera tanto a nivel individual como corporativo. Según el BBVA (2024), este proceso implica tomar decisiones estratégicas que consideren cuidadosamente los riesgos y rendimientos esperados, con el objetivo de maximizar el valor para el inversor. Por otro lado, Bodie et al. (2004) destacan que la inversión busca no solo conservar sino también hacer crecer el capital invertido, mediante la identificación y selección de oportunidades que ofrezcan rendimientos financieros favorables en el horizonte temporal previsto.

Esta definición resalta la importancia de una gestión prudente y proactiva de los recursos financieros, con el fin de alcanzar los objetivos de inversión a largo plazo y garantizar un crecimiento sostenido del patrimonio.

**b) Ingresos**

Los ingresos constituyen cimientos fundamentales para cualquier empresa, ya que reflejan los aumentos de capital generados por sus actividades comerciales y la provisión de servicios. Este flujo de capital no solo consolida la posición financiera de la empresa, sino que también es esencial para su crecimiento y desarrollo sostenido. En su esencia, los ingresos representan el combustible financiero que permite a las empresas expandirse, innovar y

competir en el mercado (Ministerio de Economía y Finanzas, 2004).

La proyección de ingresos implica estimar los fondos que la organización espera recibir en un periodo específico, provenientes principalmente de fuentes como las ventas de productos o servicios, inversiones y financiamiento externo, entre otros (Pena & Alves, 2021). Este ejercicio de anticipación financiera es crucial para la planificación estratégica de la empresa, permitiendo una gestión más eficaz de sus recursos y una toma de decisiones informada en función de las metas y objetivos establecidos.

**c) Activo fijo**

Según Cruz (2021) los activos fijos no están destinados a ser objeto de transacciones comerciales, sino que están diseñados para ser utilizados en las operaciones continuas de una empresa. Estos activos representan los grandes bienes que la empresa emplea de manera constante en su funcionamiento diario.

Por otro lado, Serna & Rodríguez (2008) definen los activos fijos como la propiedad, planta y equipo que una empresa posee para la prestación de servicios o la producción de bienes. Estos activos se mantienen en posesión de la empresa por un período superior a un año y no están destinados a ser vendidos.

Es decir, son recursos tangibles que una empresa utiliza en sus operaciones comerciales de manera continua y que se conservan a largo plazo con el propósito de contribuir a la generación de ingresos y al crecimiento de la organización.

**d) Respaldo patrimonial**

En el ámbito empresarial, el término patrimonio se asemeja en gran medida a la noción de fondos propios, aunque su significado puede variar ligeramente según el contexto. El patrimonio empresarial hace referencia al valor neto total de la empresa, el cual se calcula como la diferencia entre sus activos totales y pasivos totales. Este valor representa la participación de los accionistas en los activos de la empresa una vez que todas las obligaciones han sido saldadas, se trata de un indicador fundamental de la salud financiera de la empresa, ya que muestra cuánto valdría la empresa en caso de liquidarse todos sus activos para cubrir todas sus deudas (González, 2023).

El respaldo patrimonial es la capacidad de la empresa para respaldar sus obligaciones financieras mediante sus propios activos. Esencialmente, indica la solidez financiera de la empresa y su capacidad para hacer frente a sus deudas con los recursos disponibles.

### **3. Posicionamiento de mercado**

Según Galeano (2022) citado en Tejada (2023), se refiere a la percepción que los consumidores tienen de ciertas marcas, empresas o negocios en comparación con sus competidores. Por otro lado, Figueroa et al. (2020) aclara que el posicionamiento de marca está estrechamente ligado a la participación de mercado, los ingresos o el tamaño de la empresa, siendo el espacio único que una marca ha creado en la mente de los consumidores. El posicionamiento en el mercado implica la colocación estratégica de un producto o servicio ofrecido por una empresa. Es decir, se refiere a la posición favorable o desfavorable de un producto o servicio en relación con sus competidores.

### ***Indicadores:***

#### **a) Fidelización de clientes**

La fidelización de clientes implica mantener la relación con los clientes actuales de una empresa, lo cual refleja la lealtad de estos clientes al realizar compras repetidas para satisfacer sus necesidades y deseos. Según Agüero (2014) la fidelización es una medida de la conexión establecida entre la empresa y sus clientes. Por otro lado, Gottreux (2017) describe la fidelización como una estrategia empresarial que busca incentivar a los consumidores a realizar compras frecuentes en un mismo establecimiento, promoviendo la familiaridad con los productos y generando confianza en las marcas, ya sean reconocidas o propias. Esta estrategia pretende establecer una conexión sólida entre los consumidores y la empresa, donde estos encuentren valor y perciban la excelencia en el servicio ofrecido.

En este sentido, la fidelización de clientes se centra en cultivar relaciones duraderas y satisfactorias con los clientes, lo que contribuye a fortalecer la lealtad y la percepción positiva de la empresa.

#### **b) Garantía**

La garantía, consiste en una promesa al consumidor de calidad y completa satisfacción, respaldada por una compensación que tiene como propósito recuperar la confianza del cliente. Este tipo de garantía se conoce como garantía extraordinaria y su objetivo principal es incentivar a la empresa a ofrecer excelencia y a esforzarse por ganar y mantener la lealtad del consumidor (Ortecho, 2000).

Asimismo, es entendida como un compromiso ofrecido por un fabricante o vendedor para reparar o reemplazar un producto si presenta defectos o

problemas dentro de un período específico después de la compra. Puede ser implícita, basada en la ley, o explícita, con términos escritos. Las garantías pueden ser limitadas, cubriendo solo ciertos aspectos o partes del producto, o extendidas, que amplían la cobertura más allá de la garantía estándar. También pueden incluir garantías de devolución de dinero o de satisfacción del cliente (Comisión Federal de Comercio Estados Unidos, 2023)

Al tratar cada instancia de insatisfacción del cliente como una oportunidad para mejorar y no como un obstáculo, una garantía extraordinaria elimina la burocracia organizacional y crea un sentido de misión compartida que enfoca las prioridades de la empresa en corregir los procesos defectuosos (Ortecho, 2000).

Es decir, la garantía se define como un compromiso de calidad y satisfacción respaldado por una compensación, con el fin de fortalecer la confianza del cliente y fomentar la excelencia en el servicio ofrecido.

**c) Prestigio**

El prestigio y la credibilidad son aspectos de suma importancia para establecer relaciones comerciales sólidas y perdurables, implica demostrar transparencia, integridad y responsabilidad en todas las actividades empresariales. Esta reputación positiva puede proporcionar ventajas competitivas, facilitar la cooperación con las autoridades fiscales y fomentar una cultura de cumplimiento voluntario entre los contribuyentes (Becerra, 2016). Es entendido como el reconocimiento, la estima y la buena reputación que una entidad o individuo alcanza en determinado ámbito, como resultado de sus acciones, comportamiento y desempeño.

#### **d) Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva se define como aquello que distingue a una empresa, país o individuo y los posiciona por delante de sus competidores, otorgándoles una mejor oportunidad de éxito en el mercado (Sevilla, 2024). Para mantener una ventaja competitiva a largo plazo, la estrategia empresarial debe centrarse en establecer una ventaja sostenible en el tiempo.

Según Porter, las ventajas competitivas pueden dividirse en dos tipos: liderazgo en costos, que implica producir a un precio más bajo, y diferenciación del producto, ofreciendo algo único y atractivo para los consumidores. Estas ventajas surgen debido a la posesión de recursos valiosos, que se clasifican en tres categorías principales: activos tangibles, como maquinaria y equipos; activos intangibles, como la imagen de marca y las patentes; y capacidades organizacionales, que incluyen la combinación de activos, personas y procesos utilizados para transformar insumos en productos y servicios (Contreras, 2017; Fuente et al., 2003).

### **2.3. Definición de términos básicos**

**Costos:** Total de desembolsos asociados a la producción de bienes o servicios, incluyendo materiales, mano de obra y gastos generales de fabricación (Universidad Nacional de Manizales, 2019).

**Fidelización de clientes:** Mantenimiento de relaciones duraderas y satisfactorias con los clientes actuales, reflejando la lealtad hacia la empresa (Aguero, 2014).

**Financiamiento bancario:** Obtención de fondos a través de préstamos o líneas de crédito otorgadas por instituciones financieras como bancos comerciales (Brigham, 2005).

**Financiamiento con proveedores:** Crédito otorgado por proveedores a una

empresa a cambio de bienes o materias primas entregados, con la condición de realizar el pago en un momento posterior (Banco de México, 2022)

**Financiamiento de capital propio:** Recursos generados internamente por una entidad, provenientes de contribuciones de accionistas, utilidades retenidas, reservas acumuladas o incorporación de nuevos inversores al capital social (Dobaño, 2024).

**Financiamiento de mercaderías:** Acuerdo entre empresas y proveedores donde estos últimos ofrecen financiamiento a los compradores al permitirles diferir el pago de mercancías adquiridas por un período determinado (Lescano, 2024).

**Financiamiento de servicios:** Similar al financiamiento de mercaderías, pero aplicado al aplazamiento del pago de servicios proporcionados por los proveedores a sus clientes (Lescano, 2024).

**Garantía:** Compromiso ofrecido por un fabricante o vendedor para reparar o reemplazar un producto con defectos dentro de un periodo específico después de la compra (Ortecho, 2000).

**Liquidez:** Capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras de corto plazo mediante la conversión rápida de activos en efectivo (Fonseca & Hernández, 2024).

**Progreso empresarial:** Incremento en los ingresos o valor de bienes y servicios producidos por una empresa en un periodo determinado (Altamirano, 2018).

**Ventaja competitiva:** Aspecto que distingue a una empresa de sus competidores, otorgándole una mejor oportunidad de éxito en el mercado (Sevilla, 2024).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

**Hg.** Existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

**He1.** Existe relación significativa entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**He2.** Existe relación significativa entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**He3.** Existe relación significativa entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

## **2.5. Identificación de variables**

En este estudio se establecen dos variables principales:

### ➤ **V.1: Tácticas de financiamiento**

*Variables específicas*

- Financiamiento del capital propio
- Financiamiento bancario
- Financiamiento con proveedores

### ➤ **V.2: Progreso de las empresas**

*Variables específicas*

- Progreso empresarial orgánico

- Progreso empresarial externo
- Posicionamiento de mercado

## 2.6. Definición operacional de variables e indicadores

**Tabla 1** Operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	RANGO DE EVALUACIÓN
<b>V.1:</b> Tácticas de financiamiento	La variable se desglosará en 3 dimensiones: Financiamiento del capital propio. Financiamiento bancario. Financiamiento con proveedores. Indicadores: Financiamiento de Mercaderías y Financiamiento de Servicios.  Se aplicará un cuestionario para recolectar los datos.	Financiamiento del capital propio	Capital social (Aumento de aportes)  Venta de activos  Reinversión de ganancias	1-5	Ordinal	Escala de Likert  "Totalmente de acuerdo"=5, "De acuerdo"=4, "Indiferente"=3, "En desacuerdo"=2 y "Totalmente en desacuerdo"=1
		Financiamiento bancario.	Financiamiento de las Ventas; Financiamiento de activo fijo	6-10		
		Financiamiento con proveedores.	Financiamiento de Mercaderías y Financiamiento de Servicios.	11-15		
<b>V.2:</b> Progreso de las empresas	La variable se desglosará en 3 dimensiones: Progreso empresarial orgánico. Progreso empresarial externo.: Posicionamiento de mercado.  Se aplicará un cuestionario para recolectar los datos.	Progreso empresarial orgánico	Ventas; Costos; Gastos; Liquidez	1-5	Ordinal	Escala de Likert  "Totalmente de acuerdo"=5, "De acuerdo"=4, "Indiferente"=3, "En desacuerdo"=2 y "Totalmente en desacuerdo"=1
		Progreso empresarial externo	Inversión; Ingresos; Activo fijo; Respaldo patrimonial.	6-10		
		Posicionamiento de mercado	Fidelización de clientes, Garantía, Prestigio, Ventaja competitiva	11-15		

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de investigación

Fue de tipo aplicada y adopto un enfoque cuantitativo, es un enfoque riguroso y estructurado para abordar problemas reales utilizando métodos numéricos. En este tipo de investigación, se emplean técnicas específicas para recolectar datos que pueden ser cuantificados y analizados estadísticamente. Se distingue por su orientación práctica, ya que busca generar conocimiento que pueda aplicarse directamente en la solución de problemas o la toma de decisiones en diversos campos (Hernández & Mendoza, 2018; Ñaupas et al., 2018).

#### 3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación fue el relacional, según **Supo, (2023)**, Este enfoque abarca estudios que exploran la conexión entre variables, sin importar su tipo. No busca probar la causa y el efecto, sino simplemente identificar la existencia de una relación. Si se descubre dicha relación, puede servir como base para formular una hipótesis sobre la causalidad. (p.4)

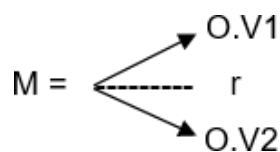
### 3.3. Métodos de investigación

Se emplea el método inductivo-deductivo, porque es una amalgama de dos procedimientos complementarios: inducción y deducción. La inducción implica un proceso de razonamiento que parte de casos particulares para alcanzar un entendimiento más amplio y generalizable, identificando las similitudes presentes en fenómenos individuales. Se nutre de la repetición de observaciones y experiencias concretas, discerniendo patrones comunes dentro de un conjunto específico para extraer conclusiones sobre sus características distintivas. Las generalizaciones resultantes se fundamentan en evidencia empírica, encapsulando así la esencia del método (A. Rodríguez & Pérez, 2017).

### 3.4. Diseño de investigación

El diseño es el correlacional, según **Caballeros & Castellón, (2024)**, La investigación correlacional estudia la relación entre dos variables sin manipular ninguna de ellas, buscando determinar la fuerza y dirección de la asociación estadística entre ambas, descartando la influencia de factores externos. (p.3)

El diseño correlacional toma una muestra  $M$  para relacionar las variables:



Dónde:

$M$  = Es la muestra

$O$  = Observación

$r$  = Relación entre las variables

$V1$  = Tácticas de financiamiento

$V2$  = Progreso de las empresas

### **3.5. Población y muestra**

#### **3.5.1. Población**

La población es el conjunto completo y exhaustivo de elementos que comparten una característica común y son objeto de análisis (Hernández & Mendoza, 2018). Para la presente investigación, la población estuvo constituida por 18 empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, reconocidas por la SUNAT.

(Ver anexo 4)

#### **3.5.2. Muestra**

La muestra representa un subgrupo seleccionado de manera estratégica y representativa de la población total que se utiliza para realizar observaciones o inferencias (Hernández et al., 2014). En este caso, la muestra fue censal, lo que implica que se consideraron a las 18 empresas comercializadoras de madera del distrito de Yanacancha que conforman la totalidad de la población.

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnica.**

Se empleo la encuesta, según Ñaupas et al. (2018) es un método de recolección de datos, se lleva a cabo mediante la formulación de una serie de preguntas y pueden ser utilizadas en una amplia variedad de contextos, como investigaciones académicas, estudios de mercado, evaluaciones de satisfacción del cliente, entre otros.

#### **3.6.2. Instrumento.**

Como instrumento fue el cuestionario, según Ñaupas et al. (2018) es un conjunto estructurado de preguntas diseñadas para recopilar información específica sobre un tema o conjunto de temas.

Se contó con un cuestionario para cada variable, distribuidos de la siguiente manera: *Variable 1: Tácticas de financiamiento*, se desglosó en 3 dimensiones:

Dimensión 1: Financiamiento del capital propio. *Indicadores:* Capital social (Aumento de aportes); Venta de activos; Reinversión de ganancias. Dimensión 2: Financiamiento bancario. *Indicadores:* Financiamiento de las Ventas; Financiamiento de activo fijo. Dimensión 3: Financiamiento con proveedores. *Indicadores:* Financiamiento de Mercaderías y Financiamiento de Servicios. Se encuentra constituido por 15 ítems.

Por su parte la **variable 2: Progreso de las empresas**, se desglosa en 3 dimensiones: Dimensión 1: Progreso empresarial orgánico. *Indicadores:* Ventas; Costos; Gastos; Liquidez. Dimensión 2: Progreso empresarial externo. *Indicadores:* Inversión; Ingresos; Activo fijo; Respaldo patrimonial. Dimensión 3: Posicionamiento de mercado. *Indicadores:* Fidelización de clientes, Garantía, Prestigio, Ventaja competitiva. Se encuentra constituido por 15 ítems.

Para la creación de los cuestionarios se optó por utilizar una escala de Likert, la cual comprende de cinco opciones de respuesta: donde: "Totalmente de acuerdo"=5, "De acuerdo"=4, "Indiferente"=3, "En desacuerdo"=2 y "Totalmente en desacuerdo" =1

La validación y fiabilidad de los instrumentos se llevó a cabo en dos etapas clave. Primero, se validó el constructo mediante la evaluación de expertos, quienes revisan la pertinencia de los ítems. Luego, se realizó una prueba piloto para evaluar la fiabilidad de los cuestionarios. La combinación de estos procesos garantiza la precisión y estabilidad de las medidas obtenidas, asegurando la adecuación del instrumento para su uso en el estudio (Ñaupas et al., 2018).

### 3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

La selección del instrumento fue la escala de Likert la validación del instrumento se realizó a través de juicio de expertos y la confiabilidad del instrumento se desarrolló mediante una muestra piloto con el Alfa de Cronbach del programa del SPSS de los 28 elementos considerados en el cuestionario y los resultados se ve en la siguiente tabla:

**Tabla 2** Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,969	,969	30

*Nota. El alfa de Cronbach se ejecutó con una muestra piloto.*

La información estadística, nos muestra un Alfa de Cronbach de orden de 0.969 y 0.969 positivo muy alto cercano a uno, lo que nos quiere decir que nuestros instrumentos son homogéneos y son confiables.

### 3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de los datos recopilados, se recurrió a técnicas tanto descriptivas como inferenciales. Se empleo tablas de frecuencia y gráficos con el fin de comprender de manera más detallada cada una de las variables estudiadas. Asimismo, se llevó a cabo pruebas estadísticas, tales como la evaluación de la normalidad de la distribución y la utilización de métodos paramétricos o no paramétricos, como el coeficiente de correlación de Pearson o el índice Rho de Spearman, según la naturaleza de los datos requerida para el análisis.

### 3.9. Tratamiento estadístico

El análisis de datos se realizó utilizando el software SPSS, versión 26. Se comenzó con un análisis descriptivo que presentó la frecuencia y el porcentaje de cada

variable. Posteriormente, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para evaluar la distribución de los datos. En la etapa final, se llevó a cabo un análisis inferencial mediante pruebas estadísticas seleccionadas para aceptar o rechazar las hipótesis planteadas. Todo el proceso se ejecutó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

### **3.10. Orientación ética filosófico y epistémica**

El estudio se desarrolló con forme a los lineamientos establecidas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y se rigió por las pautas de la American Psychological Association (APA) en su séptima edición. Se garantizó la integridad académica mediante la correcta atribución de autoría y la adecuada cita de las ideas y contribuciones intelectuales. Asimismo, se protegió la confidencialidad y el anonimato de los datos recolectados, demostrando consideración hacia todos los participantes y colaboradores involucrados en la investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

La fase de investigación de campo se llevó a cabo mediante la obtención de datos primarios, utilizando el método de recolección de información. Se aplicó dos cuestionarios con escala de Likert, una para cada variable a los 18 representantes legales de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, Pasco. Esta información recopilada nos permitió analizar y comparar los resultados.

Los resultados obtenidos a través de las encuestas fueron organizados, tabulados y procesados de manera sistemática utilizando los programas Excel y SPSS. En primer lugar, se llevaron a cabo estimaciones de estadísticas descriptivas e inferenciales. Se presentaron tablas de frecuencia y gráficos de barras, cada uno de los cuales fueron interpretados adecuadamente. Posteriormente, se plantearon hipótesis tanto a nivel general como específico, utilizando el test estadístico de correlación de Rho de Spearman para datos no paramétricos. Se presentaron tablas de correlación junto con sus respectivas interpretaciones.

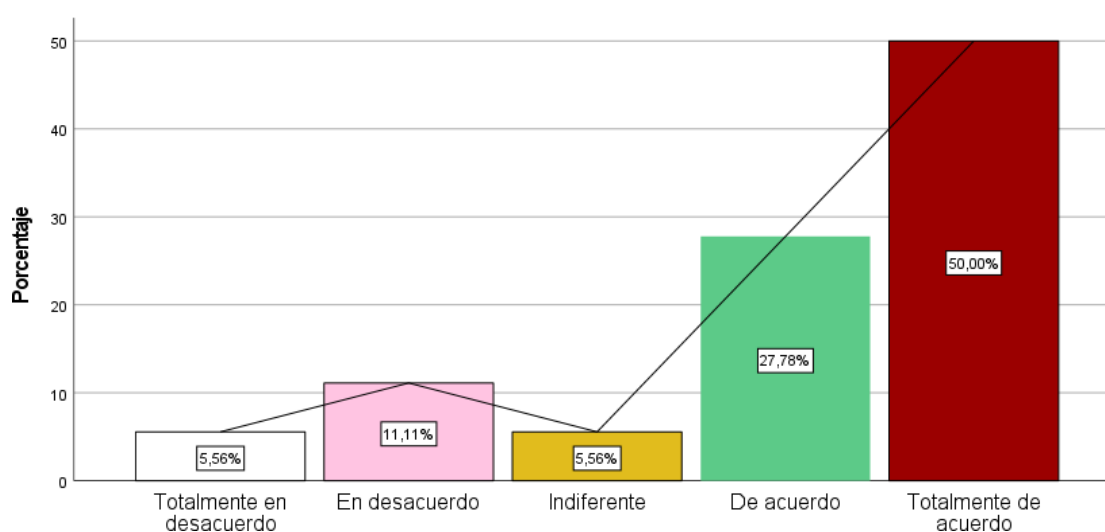
## 4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

A continuación, se detallan los resultados del estudio.

**Tabla 3** *¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	1	5,6	5,6	22,2
	De acuerdo	5	27,8	27,8	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total		18	100,0	100,0

**Gráfico 1** *¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial?*



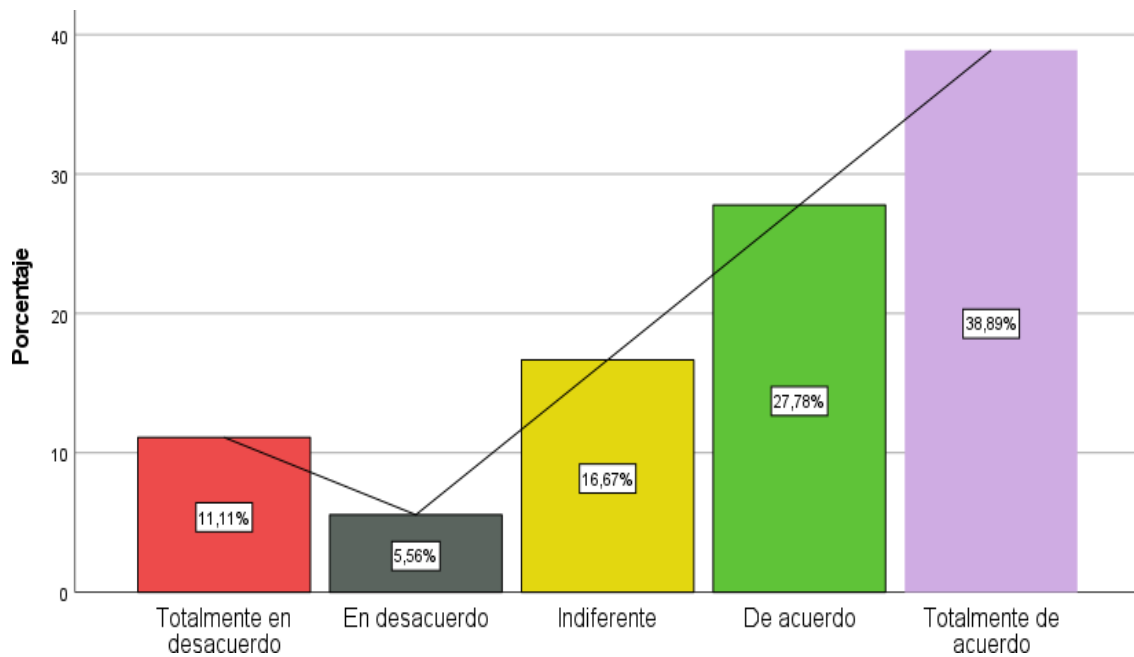
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 11.11% afirman en desacuerdo y el 5.56% mencionan indiferente y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 4** ¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	11,1	11,1	11,1
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 2** ¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa?



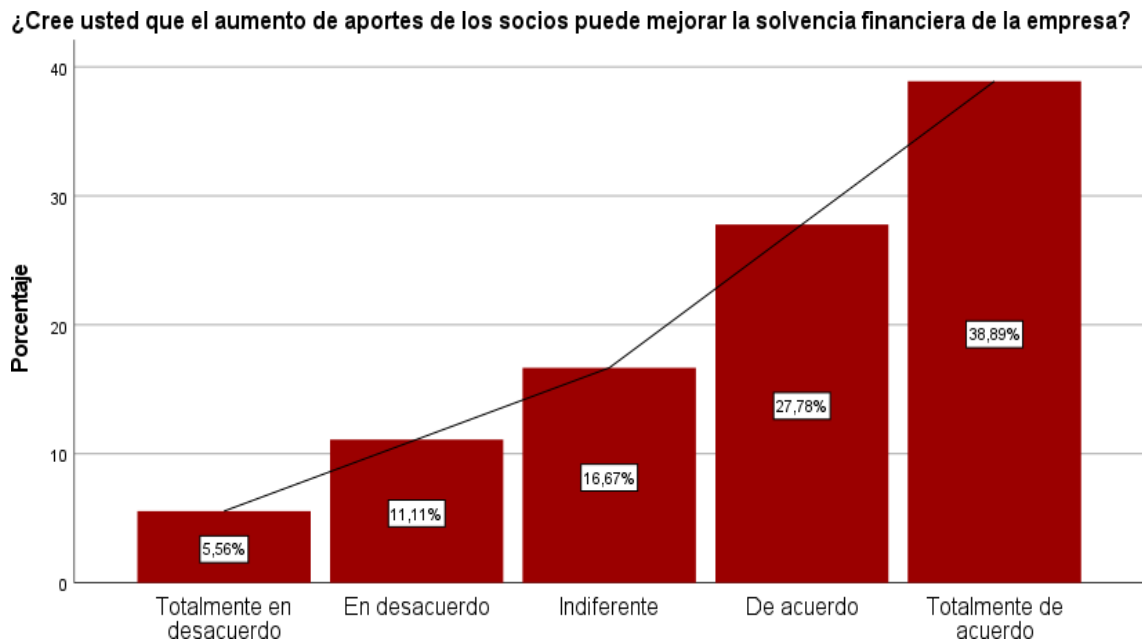
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo la importancia de involucrar a los socios para aumentar sus aportes y fortalecer la empresa; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en totalmente en desacuerdo y el 5.56% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 5** *¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 3** *¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa?*



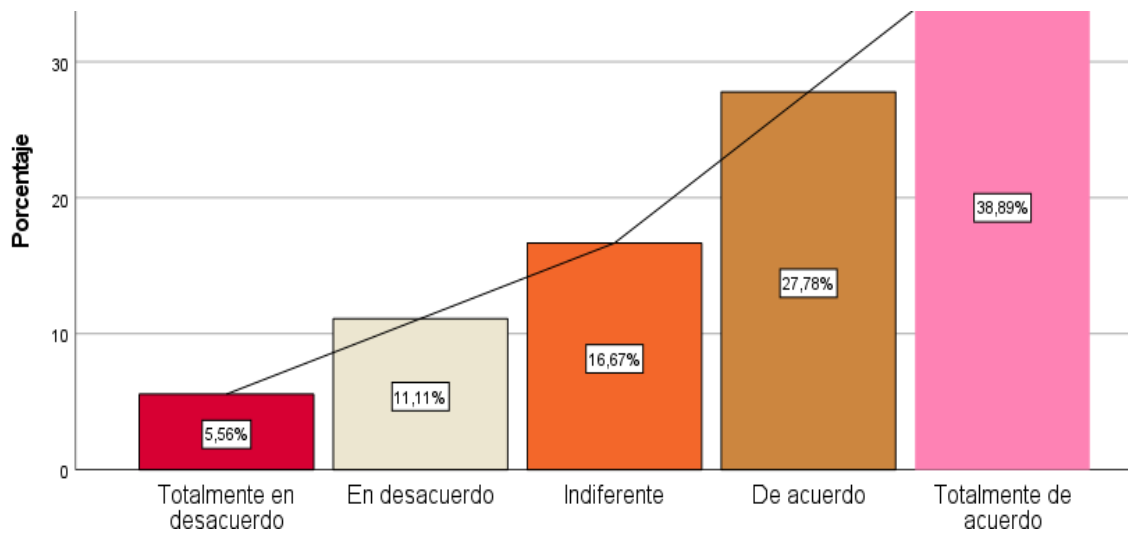
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 6** ¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 4** ¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones?



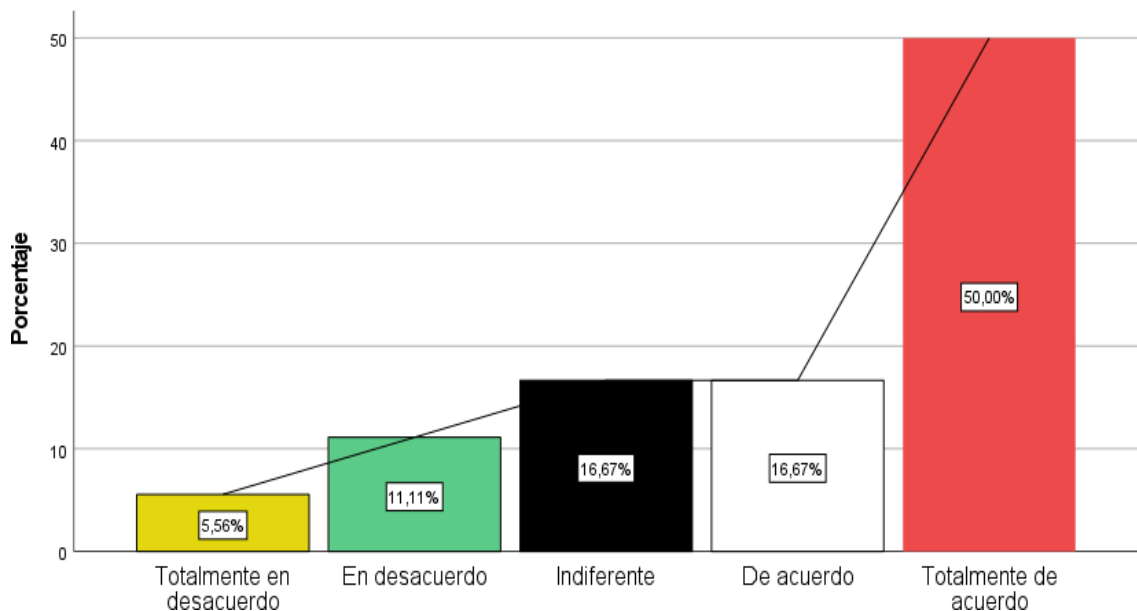
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 7** ¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	3	16,7	16,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 5** ¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas?



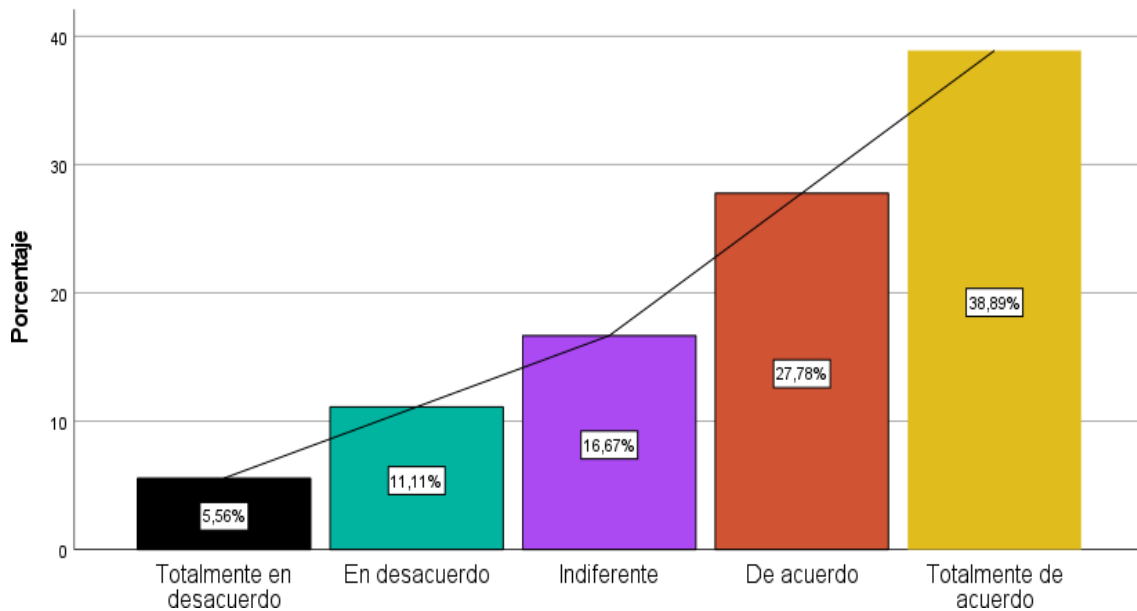
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas; por otro lado, mientras el 16.67% están de acuerdo e indiferente; el 11.11% afirman estar en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 8** ¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 6** ¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades?



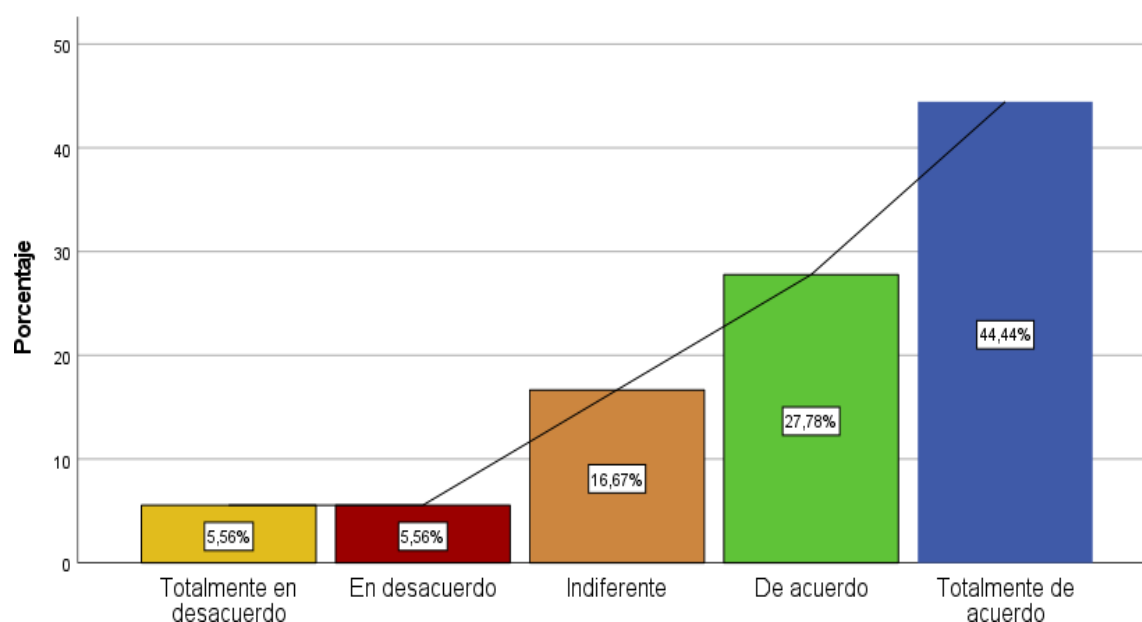
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan en totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 9** *¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	3	16,7	16,7	27,8
	De acuerdo	5	27,8	27,8	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 7** *¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa?*



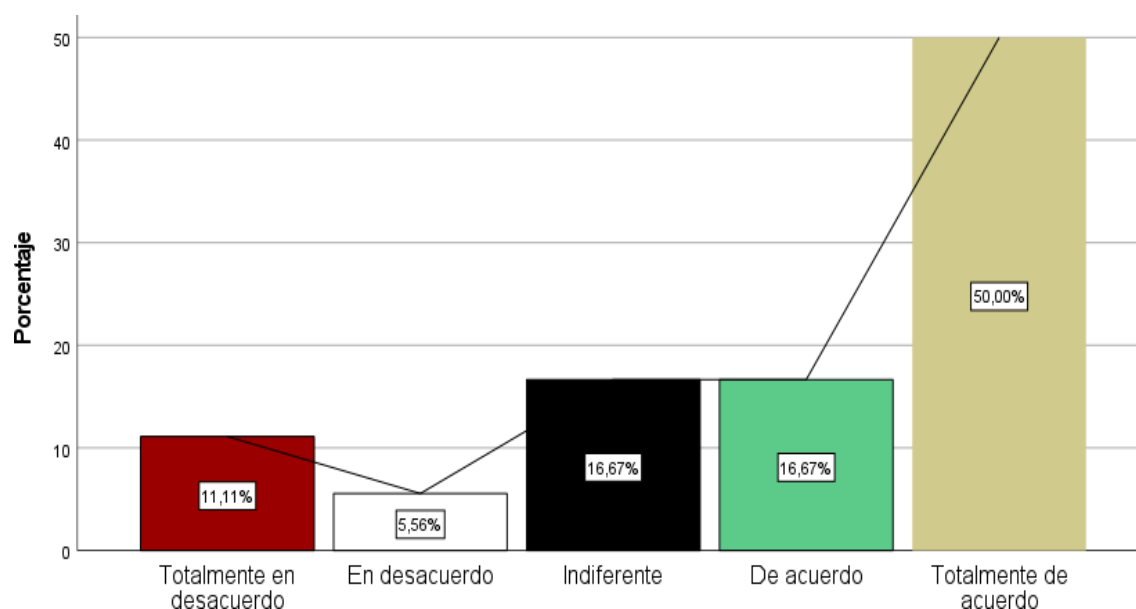
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 10** *¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	11,1	11,1	11,1
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	3	16,7	16,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 8** *¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones?*



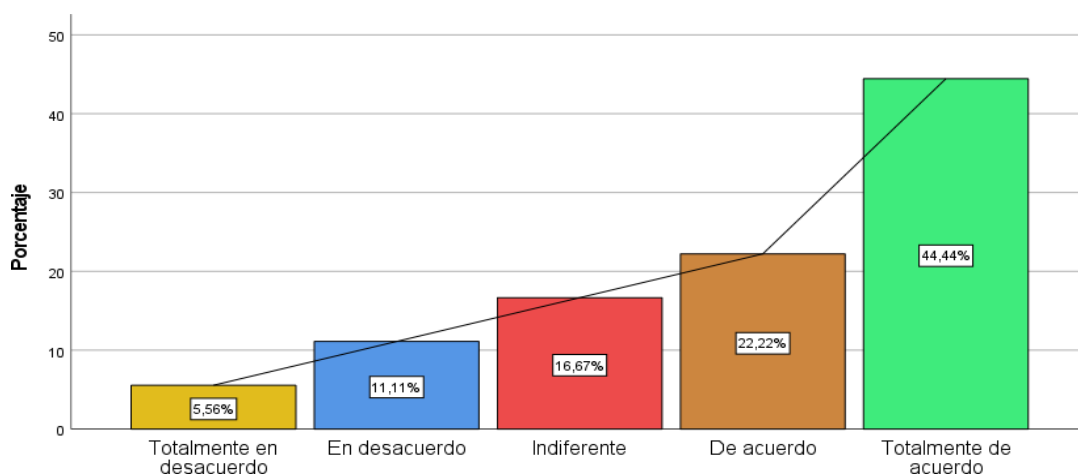
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el cuyo 50.00% están totalmente de acuerdo que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones; por otro lado, mientras el 16.67% están de acuerdo e indiferente, el 11.11% indican totalmente en desacuerdo y el 5.56% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 11** *¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 9** *¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha?*



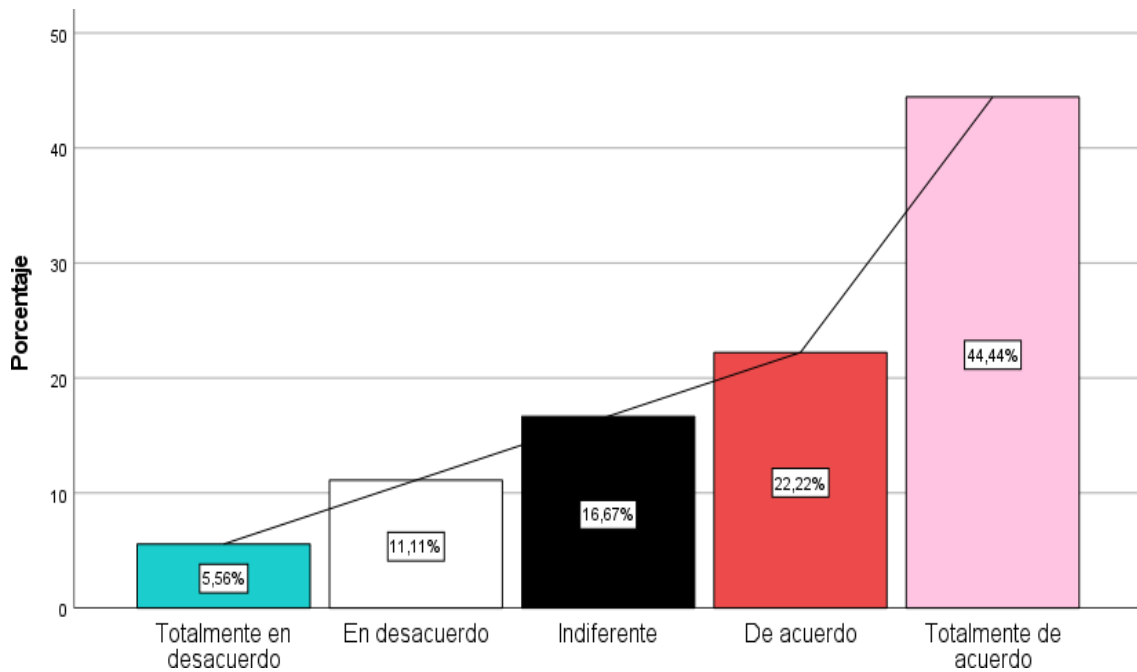
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 12** ¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 10** ¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones?



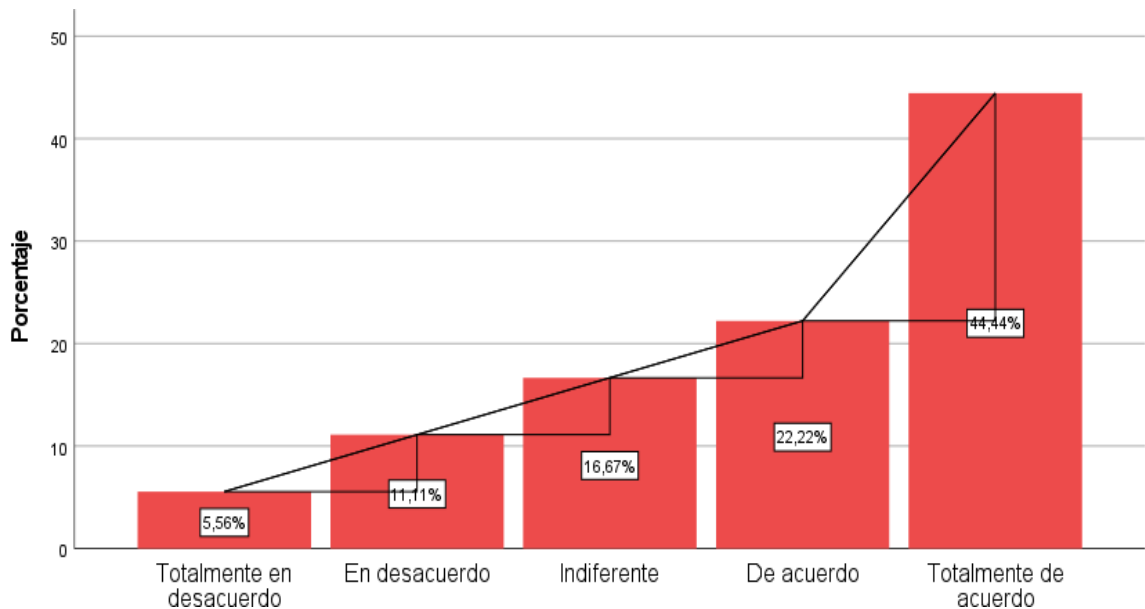
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 13** *¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 11** *¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera?*



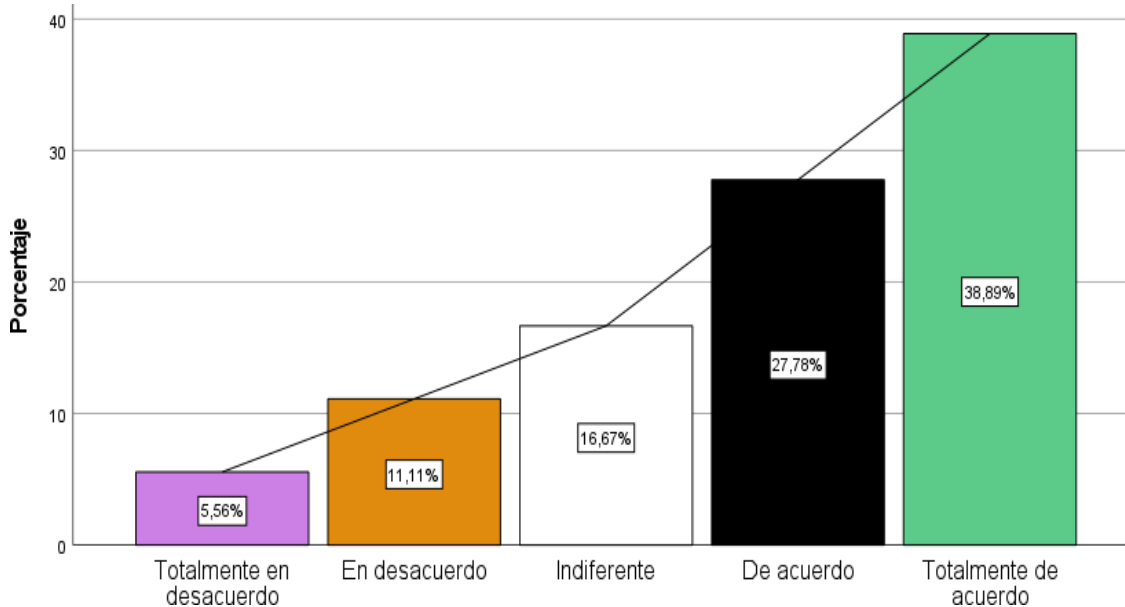
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 14** *¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 12** *¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores?*



### Interpretación

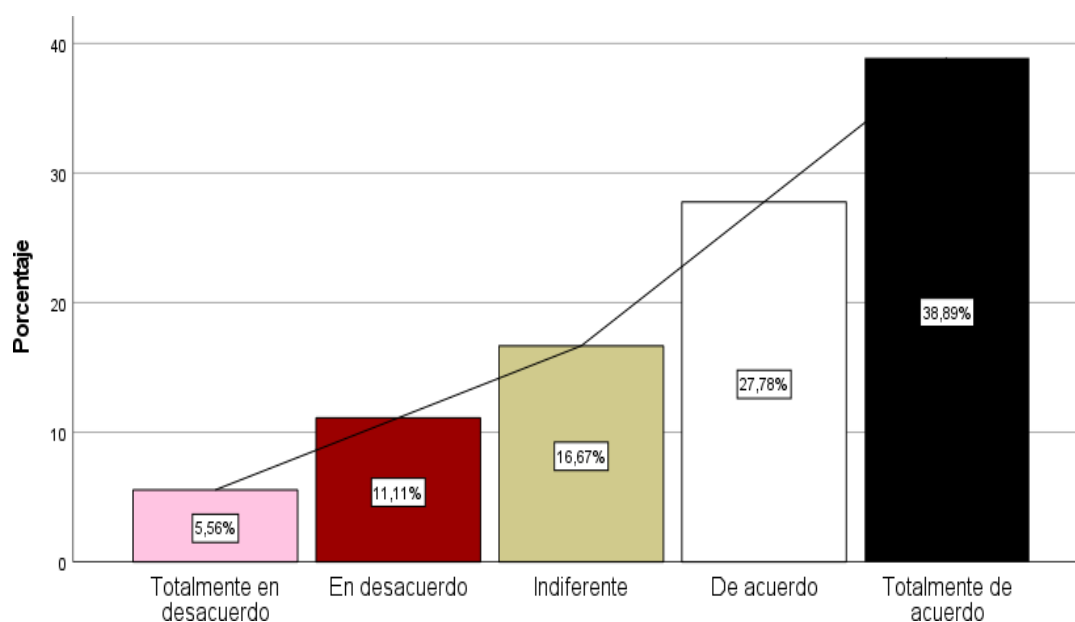
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 15** *¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia*

y competitividad de la empresa maderera?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 13** ¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera?



### Interpretación

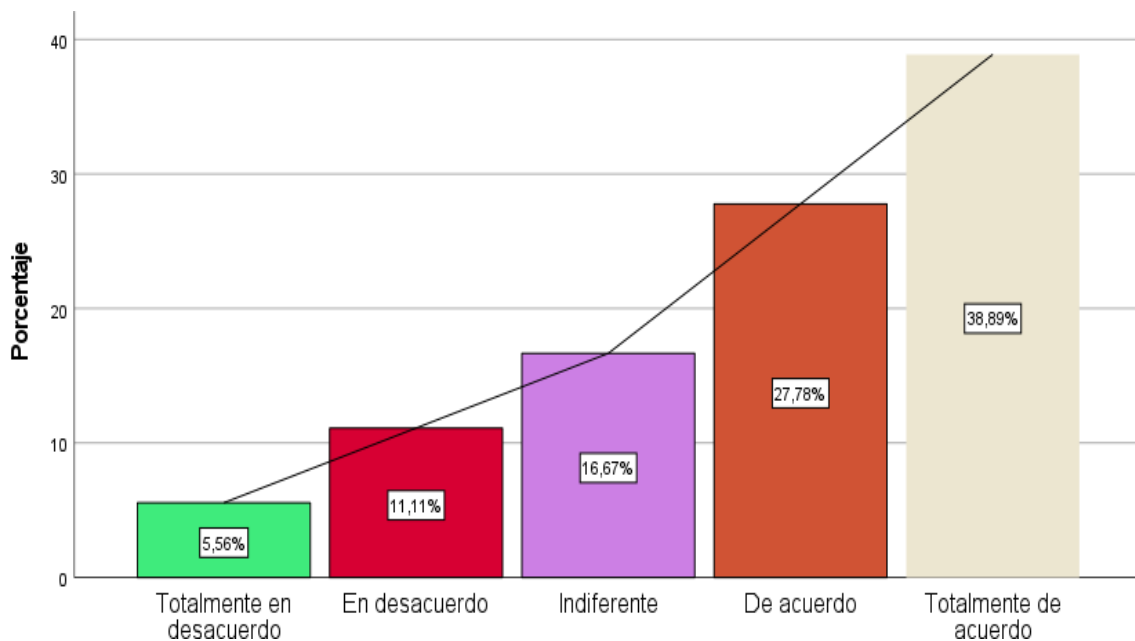
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 16** ¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus

*proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 14** *¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo?*



**Interpretación**

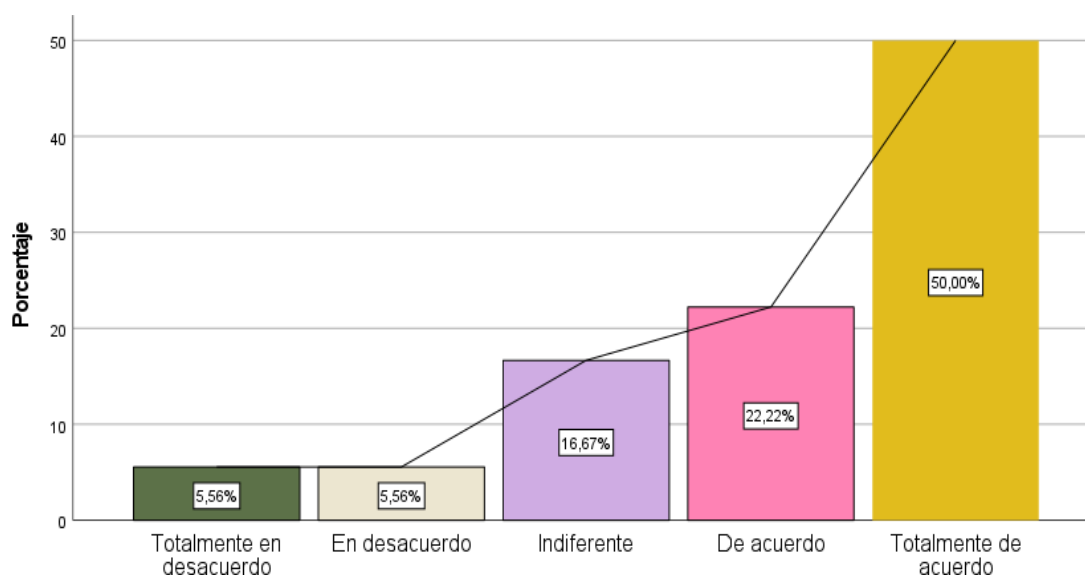
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 17** *¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la*

*rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	3	16,7	16,7	27,8
	De acuerdo	4	22,2	22,2	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 15** *¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?*



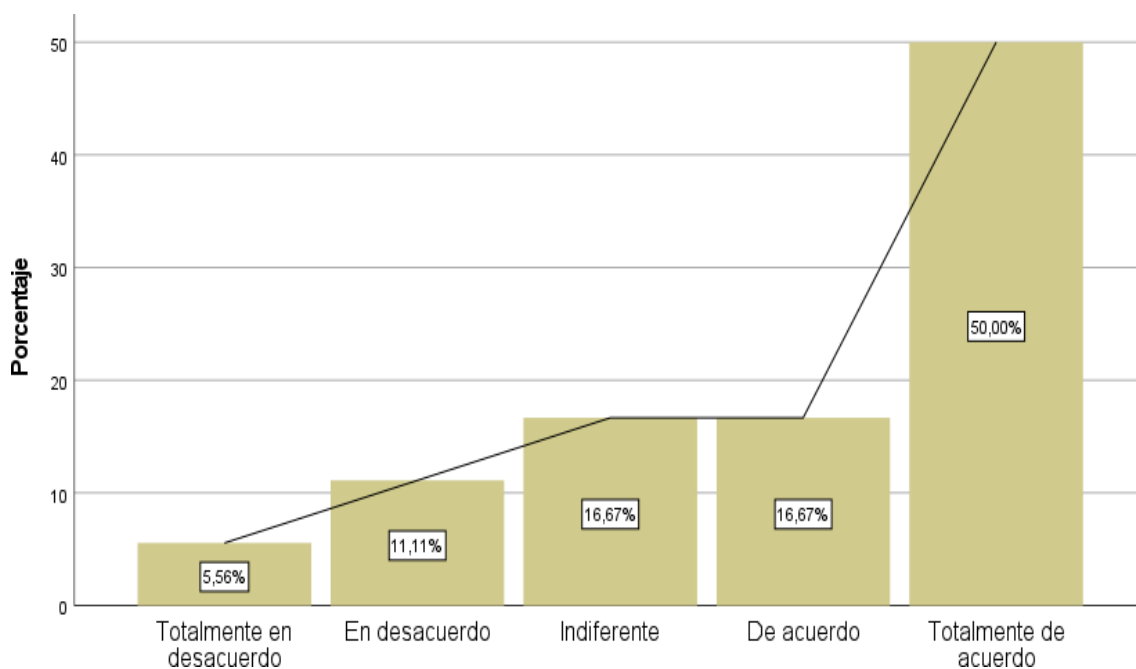
### **Interpretación**

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 18** *¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	3	16,7	16,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 16** *¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial?*



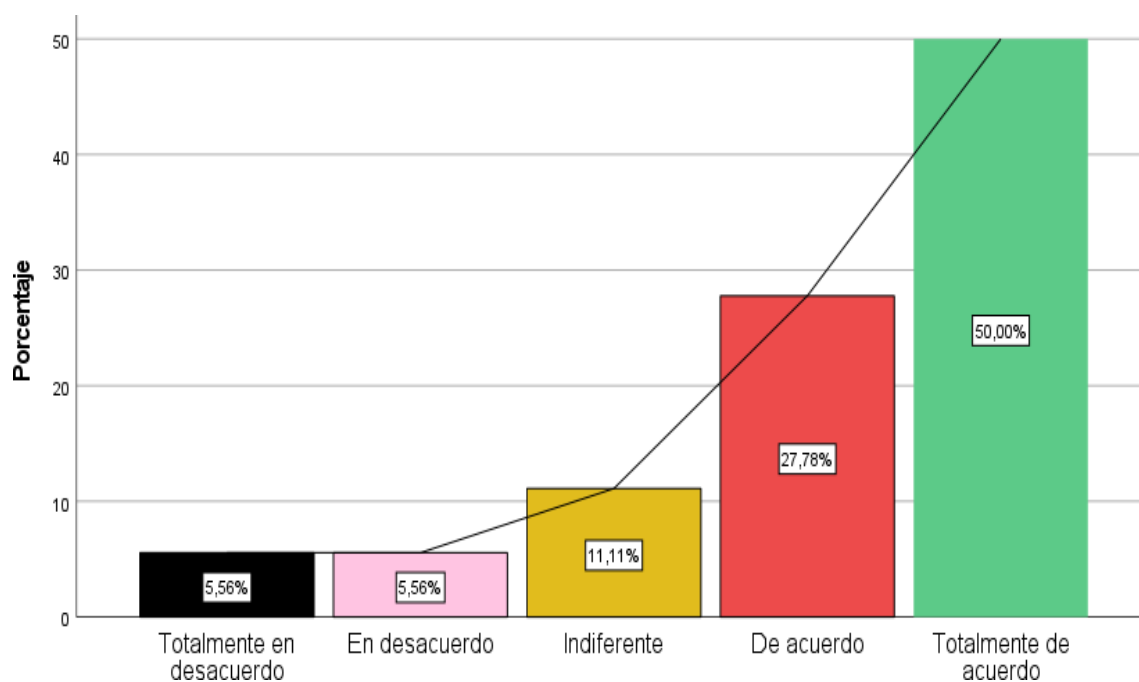
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial; por otro lado, mientras el 16.67% están de acuerdo e indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 19** *¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	2	11,1	11,1	22,2
	De acuerdo	5	27,8	27,8	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 17** *¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial?*



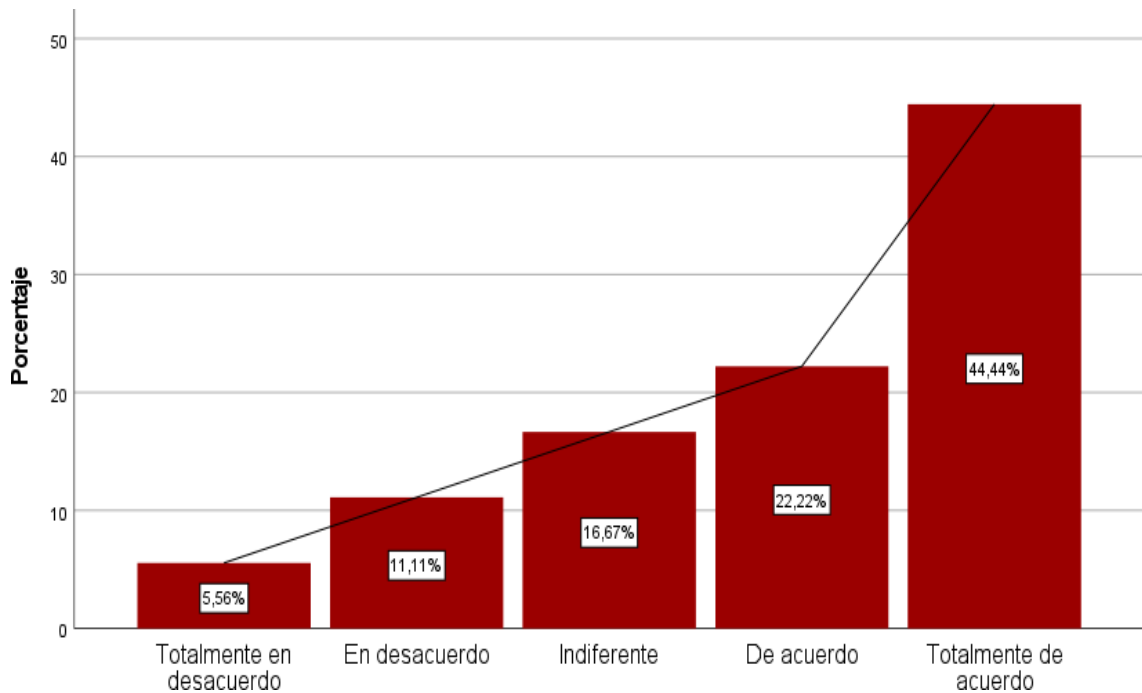
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 11.11% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 20** *¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 18** *¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?*



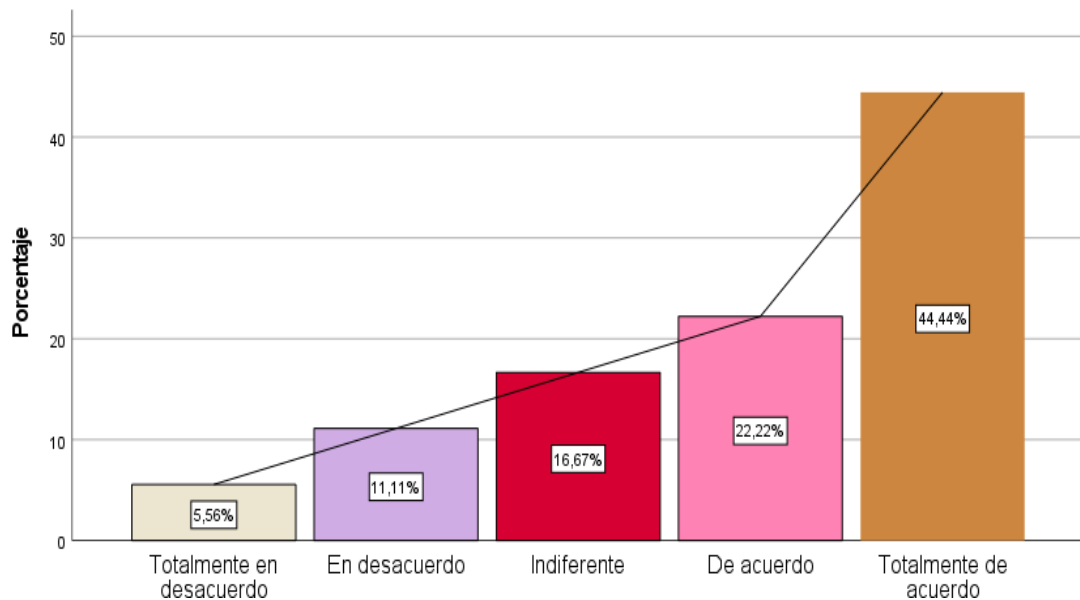
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 21** ¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 19** ¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa?



### Interpretación

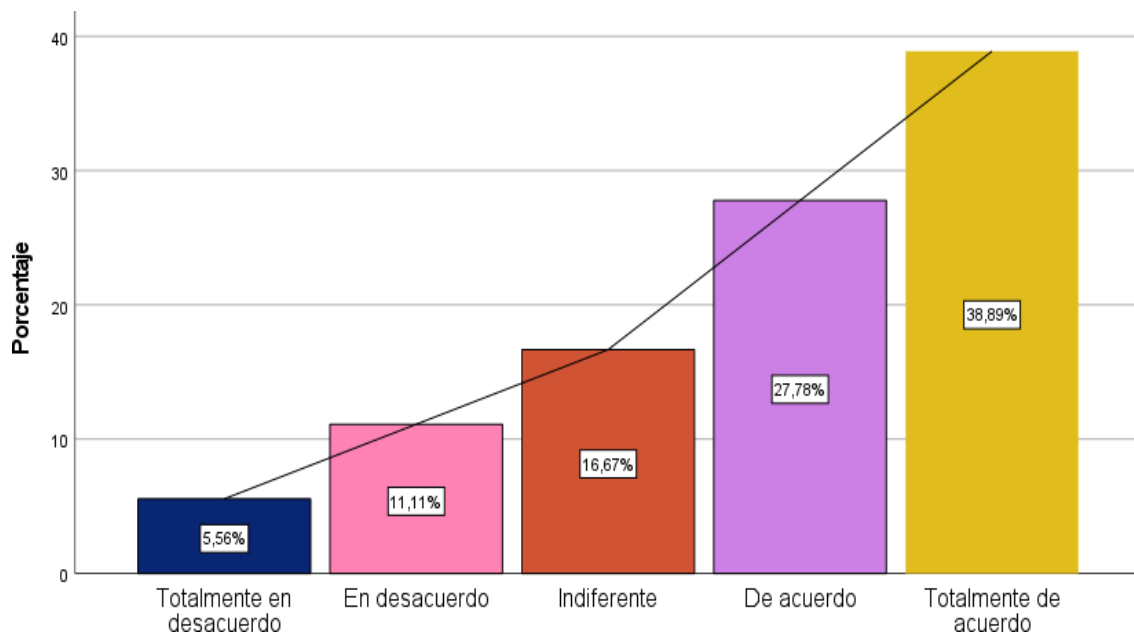
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 22** ¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante

en la gestión empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
	Totalmente de acuerdo	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 20** ¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial?



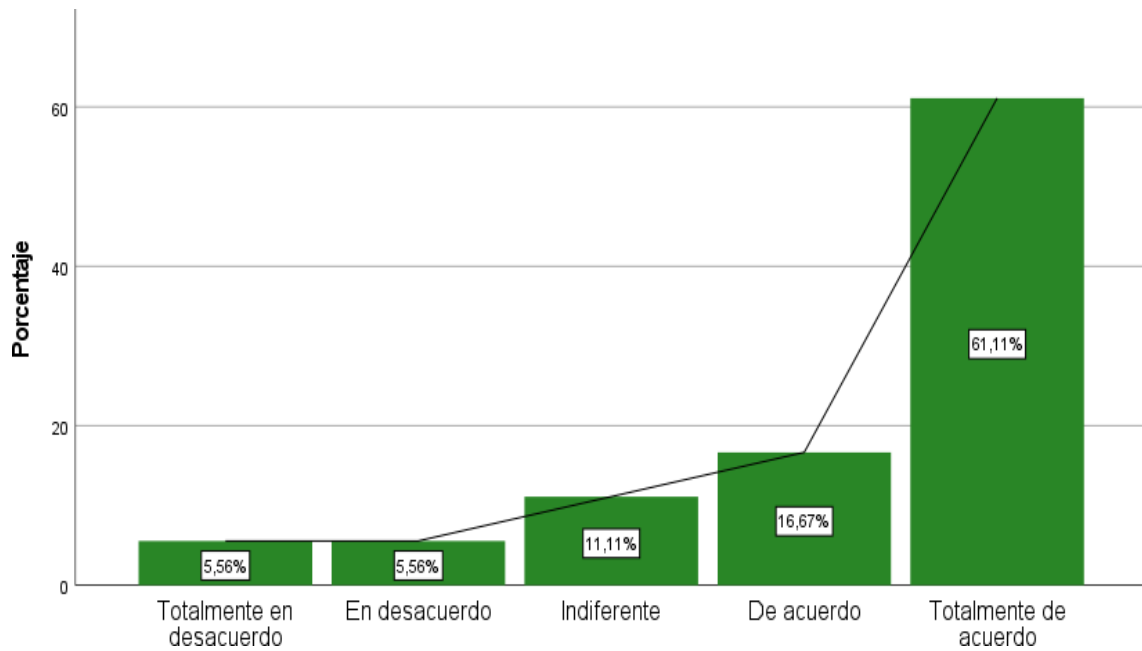
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 38.89% están totalmente de acuerdo que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 23** ¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	2	11,1	11,1	22,2
	De acuerdo	3	16,7	16,7	38,9
	Totalmente de acuerdo	11	61,1	61,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 21** ¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?



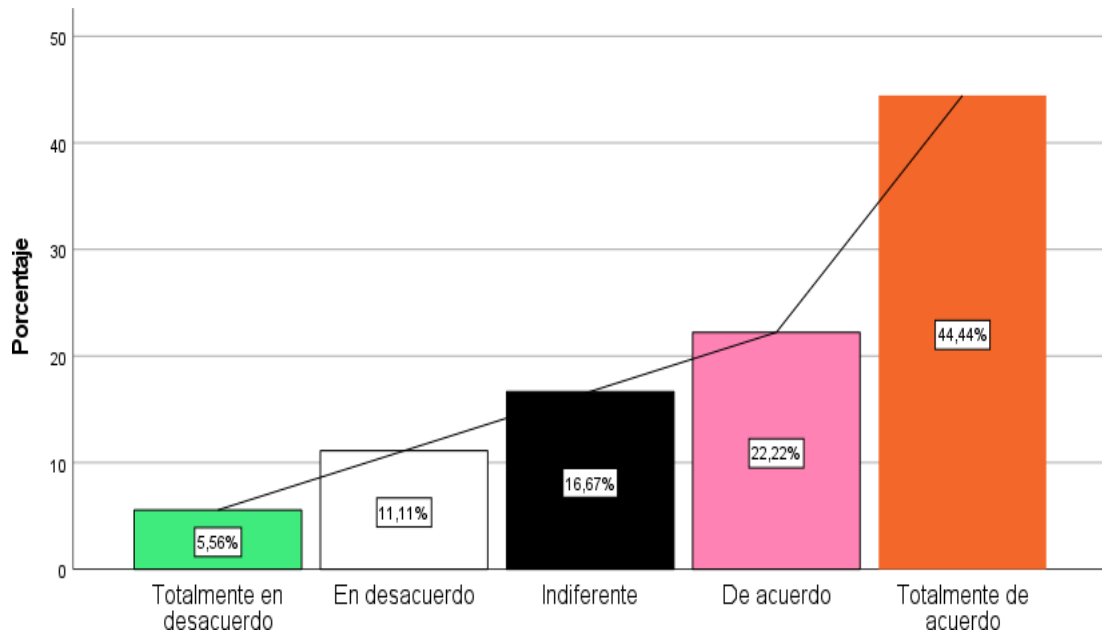
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 61.11% están totalmente de acuerdo que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa; por otro lado, mientras el 16.67% están de acuerdo; el 11.11% afirman estar indiferente, y el 5.56% mencionan en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 24** ¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 22** ¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa?



### Interpretación

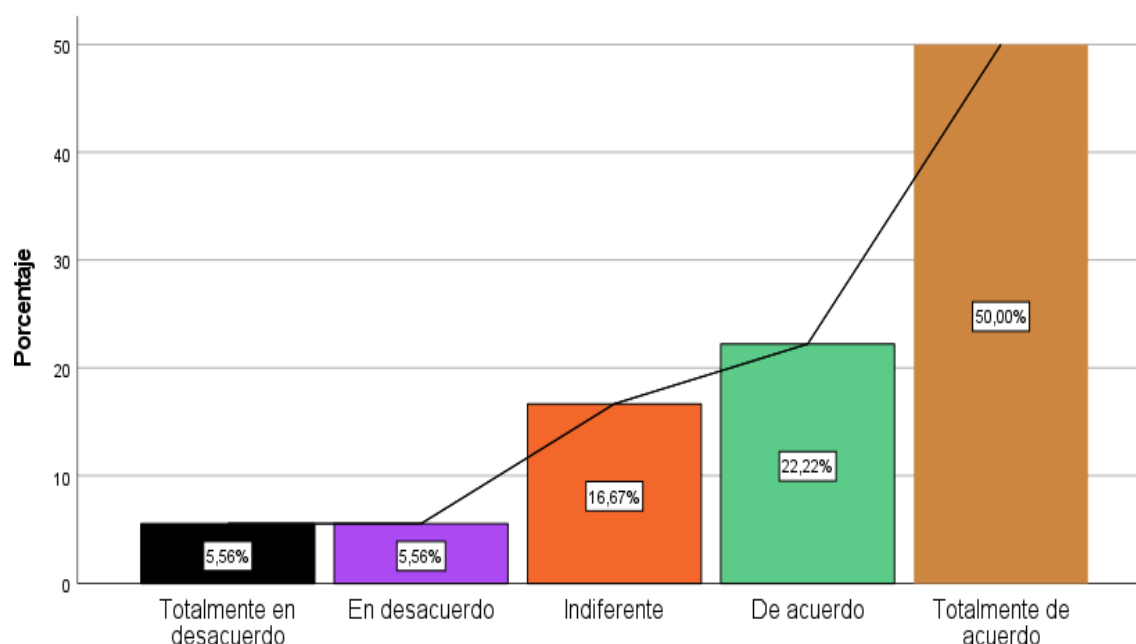
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 25** ¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia

*importante para mitigar riesgos empresariales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	3	16,7	16,7	27,8
	De acuerdo	4	22,2	22,2	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 23** *¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales?*



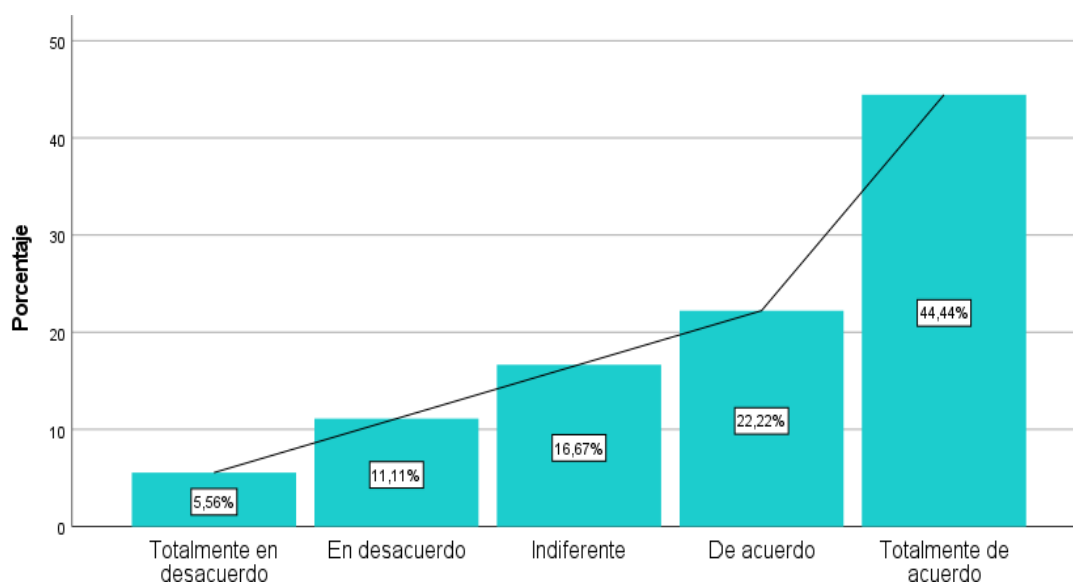
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 26** *¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 24** *¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa?*



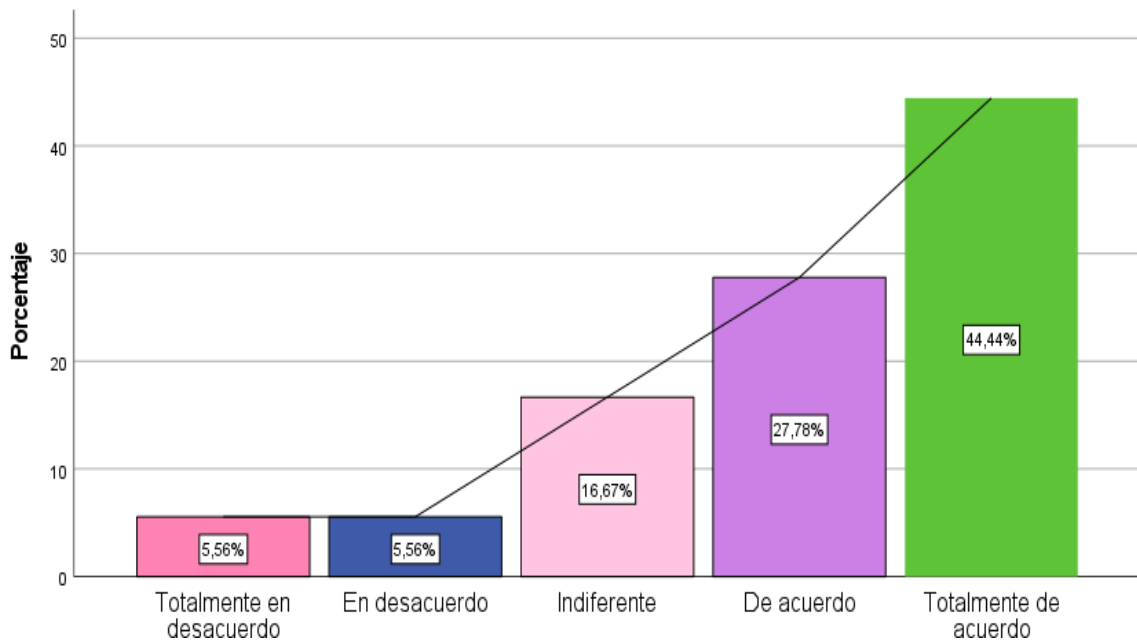
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican estar en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 27** *¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	3	16,7	16,7	27,8
	De acuerdo	5	27,8	27,8	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 25** *¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?*



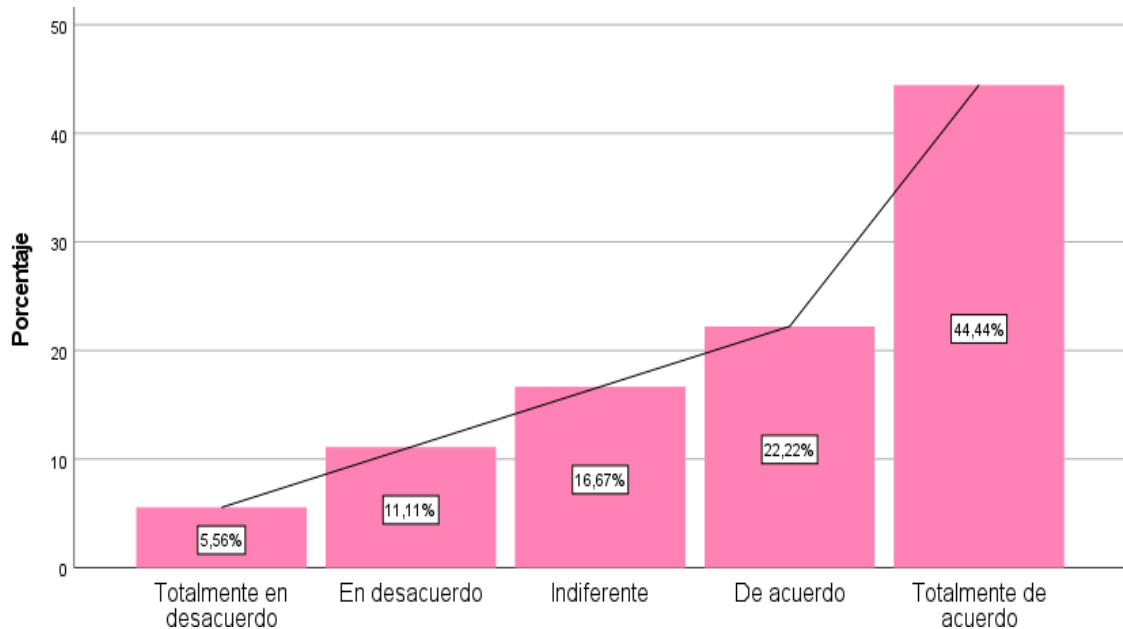
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa; por otro lado, mientras el 27.78% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 28** *¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 26** *¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa?*



### Interpretación

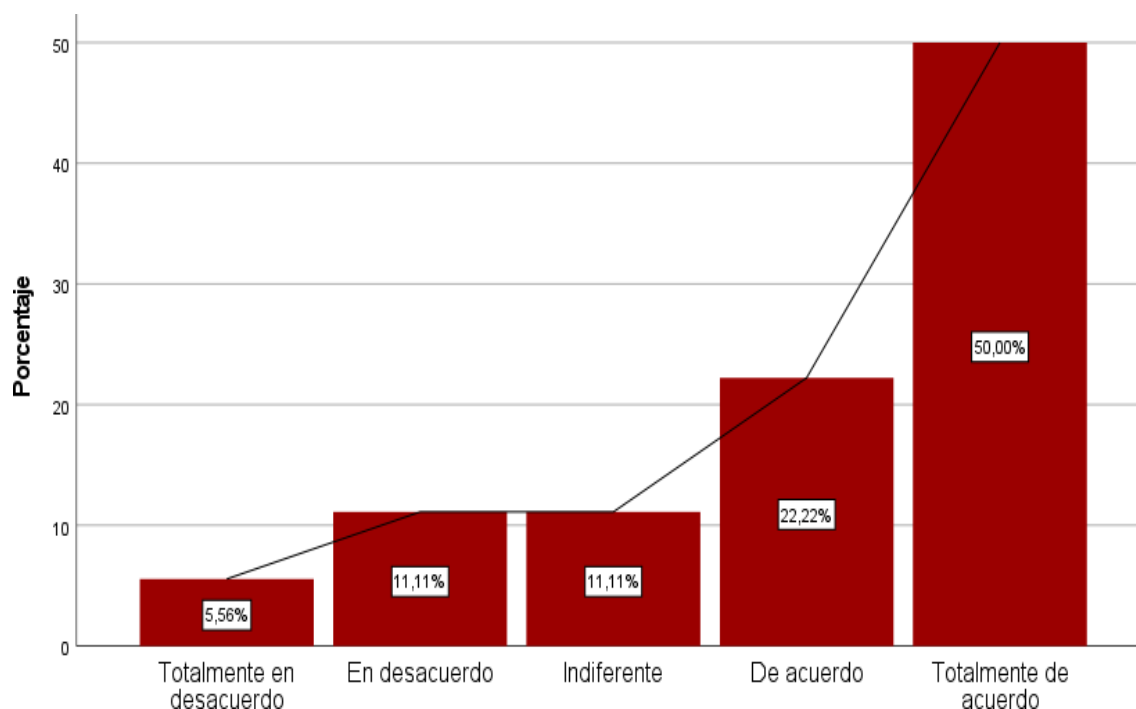
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11 mencionan estar en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 29** *¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad*

para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	2	11,1	11,1	27,8
	De acuerdo	4	22,2	22,2	50,0
	Totalmente de acuerdo	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 27** ¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa?



### Interpretación

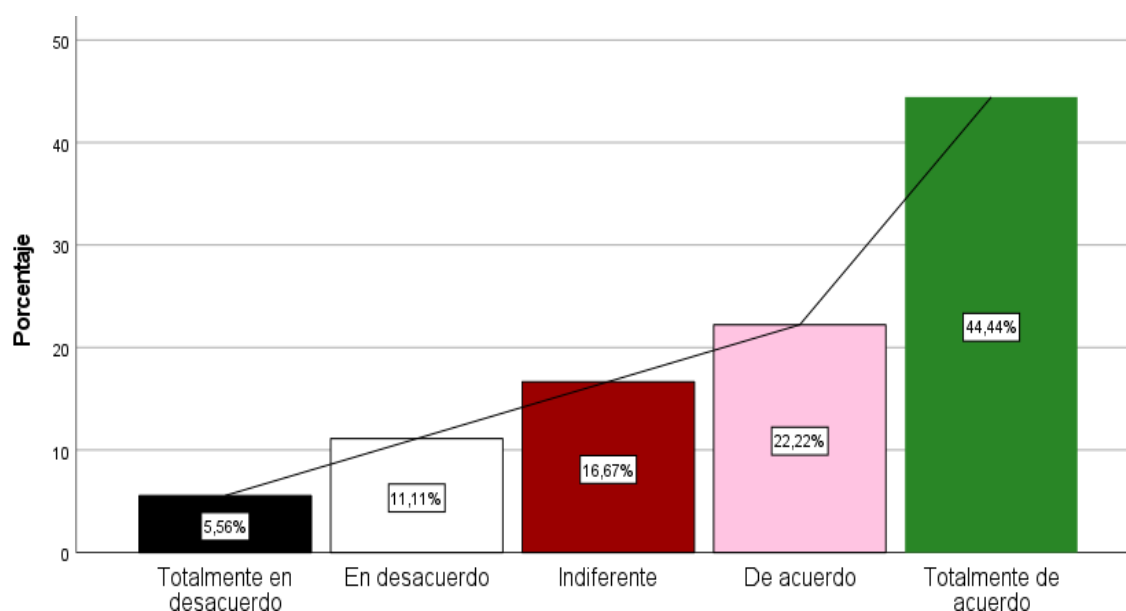
Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo, el 11.11 mencionan estar indiferente y en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 30** ¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios

*puede aumentar la confianza del cliente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 28** *¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente?*



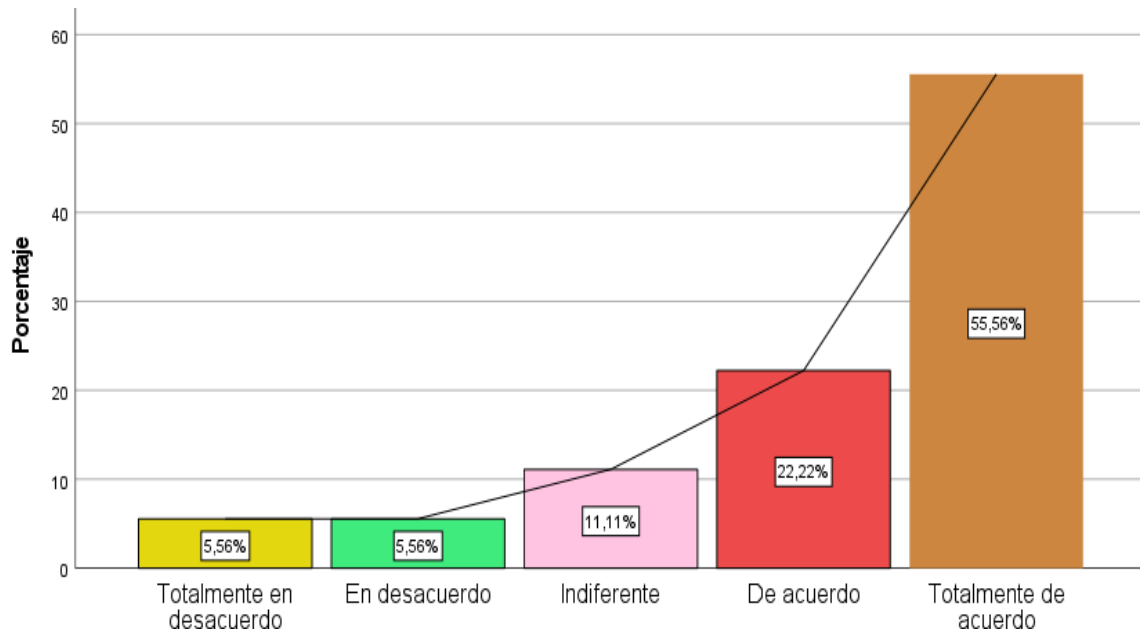
### **Interpretación**

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican estar en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 31** *¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	11,1
	Indiferente	2	11,1	11,1	22,2
	De acuerdo	4	22,2	22,2	44,4
	Totalmente de acuerdo	10	55,6	55,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 29** *¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa?*



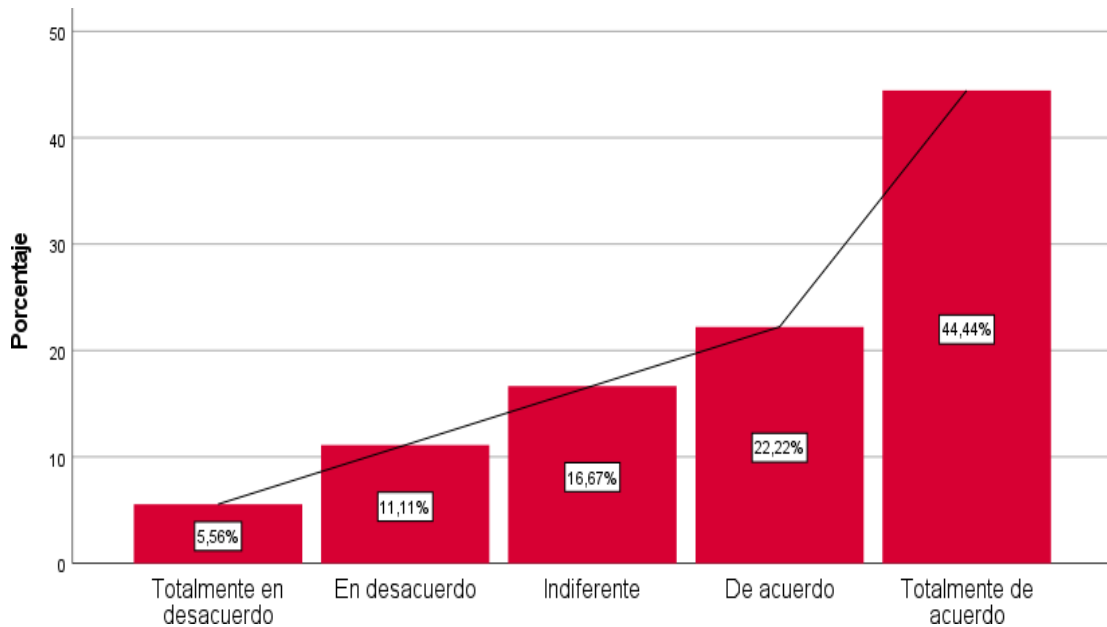
### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 55.56% están totalmente de acuerdo que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 11.11% afirman estar indiferente y el 5.56% mencionan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 32** ¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
	En desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
	Indiferente	3	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	4	22,2	22,2	55,6
	Totalmente de acuerdo	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

**Gráfico 30** ¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado?



### Interpretación

Según los resultados de la información estadística de los 18 encuestados, el 44.44% están totalmente de acuerdo que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado; por otro lado, mientras el 22.22% están de acuerdo; el 16.67% afirman estar indiferente, el 11.11% indican en desacuerdo y el 5.56% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

### 4.3. Prueba de hipótesis

## Prueba de Normalidad o Bondad de Ajuste

La prueba de normalidad nos permite verificar si el conjunto de datos de una muestra sigue o no una distribución normal, para ello seguiremos los siguientes pasos:

### 1. Planteamiento de la hipótesis

Ho: La muestra sigue una distribución normal

Ha: La muestra no sigue una distribución normal

### 2. Nivel de significancia

Confianza 95% Significancia (alfa)  $\alpha = 5\%$

### 3. Prueba estadística a emplear

Shapiro-Wilk

Se aplica a muestras menores a 50, ya que nuestra muestra es de 18 representantes de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha - Pasco.

**Tabla 33** Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TACTICAS DE FINANCIAMIENTO	,152	18	,002	<b>,915</b>	<b>18</b>	<b>,000</b>
PROGRESO DE LAS EMPRESAS	,159	18	,001	<b>,917</b>	<b>18</b>	<b>,002</b>

*a. Corrección de significación de Lilliefors*

### 4. Criterio de decisión

Si  $p < 0.05$  rechazamos la Ho y aceptamos la Ha

Si  $p \geq 0.05$  aceptamos la Ho y rechazamos la Ha

### 5. Decisión y conclusión

De acuerdo a los resultados como  $p = 0.000$  para la variable Tácticas de financiamiento y  $p = 0.002$  para la variable Progreso de las empresas, menor que 0.05 de significancia, entonces rechazamos la Ho y aceptamos la Ha, porque existe evidencia estadística que la muestra no se distribuye normalmente.

Es decir que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, aplicaremos la estadística no paramétrica, en este caso el test estadístico de coeficiente de correlación del Rho de Spearman para conocer la asociación y correlación lineal entre dos variables. Se usó la siguiente formula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

$d_i = r_{x_i} - r_{y_i}$  es la diferencia entre los rangos x e y.

n = es el número de datos.

### **Reglas de decisión para la interpretación de resultados del Rho de Spearman**

Según **Sampiere & Mendoza, (2018)**, Los coeficientes pueden variar de  $-1.00$  a  $1.00$ , donde:

$-1.00$  = correlación negativa perfecta. (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

$-0.90$  = Correlación negativa muy fuerte.

$-0.75$  = Correlación negativa considerable.

$-0.50$  = Correlación negativa media.

$-0.25$  = Correlación negativa débil.

$-0.10$  = Correlación negativa muy débil.

$0.00$  = No existe correlación alguna entre las variables.

$0.10$  = Correlación positiva muy débil.

$0.25$  = Correlación positiva débil.

$0.50$  = Correlación positiva media.

$0.75$  = Correlación positiva considerable.

0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye). Estas interpretaciones son relativas, pero resultan consistentes con diversos autores (Sampiere & Mendoza, 2018; p.346).

### **Hipótesis General**

Existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

### **Procedimiento de contrastación:**

#### **a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

#### **b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

#### **c) Nivel de significancia= 5%.**

Coeficiente de Rho de Spearman

**Tabla 34** *Correlaciones: Tácticas de financiamiento (Agrupada) y Progreso de las empresas (Agrupada)*

	TÁCTICAS DE FINANCIAMIENTO (Agrupada)	DE PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)
<b>Rho de Spearman</b>	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	de 1,000 ,854**
<b>n</b>	N	. ,003 18 18
	<b>PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)</b>	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)
	N	de ,854** ,003 . 18 18

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

### **Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.854, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.003 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, las tácticas de financiamiento se relacionan significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que la implementación de las tácticas de financiamiento, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

### **Hipótesis Específica 1**

Existe relación significativa entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

### **Procedimiento de contrastación:**

#### **a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha,

provincia Pasco, 2023.

**b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

**c) Nivel de significancia= 5%.**

**d) Coeficiente de Rho de Spearman**

**Tabla 35** *Correlaciones: Financiamiento del capital propio (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada)*

	FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL PROPIO (Agrupada)	PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)
<b>Rho de Spearman</b>	Coeficiente de correlación	de 1,000
	Sig. (bilateral)	,904**
	N	,001
		18
	Coeficiente de correlación	de ,904**
	Sig. (bilateral)	1,000
	N	,001
		18

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

**Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.904, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento del capital propio se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que a mayor financiamiento del capital propio, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

## Hipótesis Específica 2

Existe relación significativa entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

### Procedimiento de contrastación:

#### a) Hipótesis de estudio (Hi)

Existe relación significativa entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

#### b) Hipótesis nula (Ho)

No existe relación significativa entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

#### c) Nivel de significancia= 5%.

#### d) Coeficiente de Rho de Spearman

**Tabla 36** *Correlaciones: Financiamiento bancario (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada)*

			FINANCIAMIENTO BANCARIO (Agrupada)	PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)
Rho de Spearman	FINANCIAMIENTO BANCARIO (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de 1,000	,921**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	18	18
	PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de ,921**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	18	18

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

### Interpretación:

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.921, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.000 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento bancario se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que a mayor financiamiento bancario, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

### **Hipótesis Específica 3**

Existe relación significativa entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

#### **Procedimiento de contrastación:**

##### **a) Hipótesis de estudio (H<sub>i</sub>)**

Existe relación significativa entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

##### **b) Hipótesis nula (H<sub>0</sub>)**

No existe relación significativa entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.

##### **c) Nivel de significancia= 5%.**

##### **d) Coeficiente de Rho de Spearman**

**Tabla 37** *Correlaciones: Financiamiento con proveedores (Agrupada) y progreso de las empresas (Agrupada)*

		FINANCIAMIENTO CON PROGRESO DE PROVEEDORES LAS EMPRESAS (Agrupada)		
Rho de Spearman	FINANCIAMIENTO CON PROVEEDORES (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de 1,000	,911**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	18	18
	PROGRESO DE LAS EMPRESAS (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de ,911**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	18	18

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

### Interpretación

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.911, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento con proveedores se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que a mayor financiamiento con proveedores, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

### 4.4. Discusión de resultados

En la presente investigación se determinó la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas, donde el coeficiente de calificación de Spearman ( $\rho = 0.854$ ,  $p < 0.05$ ) revela una calificación positiva fuerte y significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia de Pasco, 2023. Este hallazgo es consistente con los estudios previos que han explorado esta relación, que podemos

corroborar con **Tejada (2023)** quien desarrolló su investigación denominada: “*El financiamiento y su incidencia en el crecimiento empresarial en empresarios del centro comercial el Molino*” con el propósito fundamental de examinar el impacto del financiamiento en el desarrollo empresarial de un centro comercial. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de tipo explicativo. La muestra consistió en 40 empresarios. Los resultados indicaron que el financiamiento tiene una influencia del 65.5% en el crecimiento empresarial. Además, se encontró que el valor de significancia fue menor a 0.05. En conclusión, se evidenció que el financiamiento ejerce un impacto significativo en el crecimiento empresarial del centro comercial, lo que subraya la importancia de un adecuado control financiero para mantener y fortalecer la posición en el mercado; para **Jara (2023)** quien desarrolló su investigación: “*Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Axel Plast E.I.R.L. – Chiclayo, 2021*” con el objetivo de proponer estrategias financieras para incrementar la rentabilidad en la empresa. Se empleó una metodología cuantitativa, descriptiva y propositiva, con un diseño no experimental y transversal. La población comprendió al contador y los estados financieros de los años 2019 y 2020. Los resultados indicaron una rentabilidad económica del 39% y 45%, así como una rentabilidad financiera del 38.87% y 45%. Se evidenció una utilidad total del 7%, con un aumento significativo en los ingresos durante el 2020 debido a mayores ventas. Como conclusión, se ha demostrado que las estrategias financieras como la gestión de liquidez, la rotación de activos y el control efectivo pueden impactar positivamente en la rentabilidad de la empresa. Por otra parte, **Lander & Espíritu (2019)** en su investigación: “*Las fuentes de financiamiento y su relación con el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco - 2019*” determinó la relación entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPES). Se empleó un diseño

descriptivo correlacional, utilizando método analítico y estadístico, así como la técnica de encuestas. La muestra de 130 MYPES. Los resultados revelaron una relación positiva y significativa entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, con un nivel de significancia bilateral del 0.01. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula, confirmando la relación entre ambos factores, siendo el Rho de Spearman = 0.876\*\*. En conclusión, se estableció la importancia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES. Otra investigación destacada es la de **Herrera (2019)** *“Financiamiento y el Crecimiento Empresarial en las Mypes del Centro Comercial Sagrado Corazón de Jesús en Av. Los Jardines Este de San Juan de Lurigancho, año 2019”* El propósito fue analizar la relación entre el financiamiento y el desarrollo empresarial en las micro y pequeñas empresas. La metodología utilizada fue de tipo básica, con un diseño no experimental y un enfoque correlacional. La población 40 microempresas, con una muestra de 40 propietarios. Se empleó la encuesta como técnica de recopilación de datos, utilizando un cuestionario como instrumento. Los resultados revelaron una alta confiabilidad del instrumento, con un coeficiente de confiabilidad de 0.908 en el alfa de Cronbach. Además, se encontró un nivel significativo de relación, con un coeficiente de 0.878, lo que confirma la existencia de un vínculo entre el financiamiento y el crecimiento empresarial en las MYPES del centro comercial mencionado. Finalmente, **Túlume (2019)** en su investigación titulada: *“Estrategias de gestión financiera para el incremento de utilidades en la empresa F & P estudio y diseño EIRL, José Leonardo Ortiz, 2018”* se centró en desarrollar estrategias de gestión financiera para mejorar las utilidades de una empresa en José Leonardo Ortiz. Se optó por un enfoque descriptivo con metodología cuantitativa y diseño no experimental, utilizando como muestra a los 5 colaboradores de la empresa. Los resultados resaltaron la necesidad de capital para inversiones y la dependencia del

financiamiento externo, mientras que se identificaron factores como el manejo eficiente de inventarios y el pago oportuno a proveedores como impulsores de utilidades. Se concluyó que implementar estrategias financieras adecuadas puede generar mayor valor y aumentar las ganancias dentro de la empresa.

En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, emplear tácticas de financiamiento es esencial para el progreso y expansión de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, pues les facilita la adquisición de los recursos requeridos para operar, invertir en proyectos, crecer y preservar su competitividad. Facilita cubrir necesidades como el capital de trabajo, la compra de activos y la innovación.

La presente propuesta apoyará a las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha a gestionar adecuadamente sus actividades dentro y fuera de ella donde deben estar involucradas todos sus colaboradores, proveedores y clientes, además las instituciones financieras, para así cumplir con sus objetivos planteados.

Para generar un mayor progreso económico de las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, se propone en realizar las siguientes tácticas de financiamiento:

- ✓ El representante legal, debe analizar frecuentemente las fuentes de financiamiento de su entorno, antes de acceder a alguna de ellas.
- ✓ Se debe enfatizar cada vez a mayores fuentes de financiamiento, como el financiamiento del capital propio, el financiamiento bancario y el financiamiento con proveedores.
- ✓ El representante legal, debe capacitarse en temas de financiación, para identificar adecuadamente las ventajas y desventajas que tienen las fuentes que podría acceder.

- ✓ El representante legal, debe identificar adecuadamente la cantidad máxima a financiar para poder cumplir oportunamente con sus pagos y no generar intereses por mora.
- ✓ El representante legal, debe conocer el plazo de amortización de algún crédito.
- ✓ El representante legal, debe conocer las consecuencias a que se somete en caso de incumplir con los pagos de la financiación

Como resultado de estas propuestas, contribuirá al incremento del progreso económico de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, identificando adecuadamente las fuentes de financiamiento con las que puede trabajar, administrando adecuadamente estos créditos o fondos.

## CONCLUSIONES

1. Según el objetivo general y la prueba de hipótesis general se encontró con el test estadístico de Rho de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.854, en donde afirmamos que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.003 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, las tácticas de financiamiento se relacionan significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que la implementación de las tácticas de financiamiento como estrategia, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.
2. De acuerdo al objetivo específico 1 y mediante la prueba de hipótesis específico 1, se ha llegado a la siguiente conclusión: Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.904, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento del capital propio se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que el financiamiento del capital propio inciden en el crecimiento empresarial en entornos de volatilidad, debido a que en épocas altamente riesgosos tener endeudamiento puede ser muy costoso.
3. De acuerdo al objetivo específico 2 y mediante la prueba de hipótesis específico 2, se ha llegado a la siguiente conclusión: Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.921, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.000 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento bancario se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de

maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que a mayor financiamiento de las entidades financieras, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

4. De acuerdo al objetivo específico 3 y mediante la prueba de hipótesis específico 3, se ha llegado a la siguiente conclusión: Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.911, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que, el financiamiento con proveedores se relaciona significativamente con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023, esto nos quiere decir que a mayor financiamiento con proveedores para el abastecimiento de activos circulantes, aumenta el nivel de progreso económico de estas empresas.

## RECOMENDACIONES

Basado en las conclusiones expuestas, a continuación, se describen algunas recomendaciones:

1. Con respecto al objetivo general, se recomienda a las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, hacer una evaluación exhaustiva de las distintas fuentes de financiamiento de manera anticipada para tomar decisiones vinculadas a posibles deudas, el objetivo es que el endeudamiento debe producir ventajas en términos de progreso económico y mejoras en la rentabilidad de estas empresas.
2. Con respecto al primer objetivo específico, se recomienda a las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, evaluar bien la estructura de su capital de trabajo propio, un capital de trabajo robusto, ofrece mayor flexibilidad financiera, menor riesgo de endeudamiento, mayor control sobre las decisiones empresariales y por ende mejora el progreso económico de estas empresas.
3. Con respecto al segundo objetivo específico, se recomienda a las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, obtener financiamientos bancarios de entidades que brindan mejores condiciones de créditos, pero no deben incurrir en abuso de créditos ya que podría traer mucho riesgo en cuanto a su rentabilidad y progreso económico.
4. Con respecto al tercer objetivo específico, se recomienda a las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, aprovechar los créditos comerciales de los proveedores como financiamiento, porque permiten reducir significativamente los intereses del crédito, frente a las empresas del sistema financiero, asimismo, ampliar los plazos de vencimientos ofrecidos en los créditos de los proveedores los cuales incidirán significativamente en el incremento de la rentabilidad y progreso económico de estas empresas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero, L. (2014). *Estrategia de fidelización de clientes* [Tesis de pregrado, Universidad de Cantabria].  
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%20C3%BCero%20Cobo%20L.pdf>
- Altamirano, F. (2018). *Estrategias financieras para mejorar el crecimiento económico de la empresa de repuestos & lubricantes nuevo tiempo SAC., JAÉN 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán].  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4952/Altamirano%20P%C3%A9rez%20Fredesvinda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arocha, J. (2014, mayo). *Crecimiento orgánico: una perspectiva estratégica de inversión en la banca universal*.
- Auren. (2020). *Las aportaciones de socios y el beneficio distribuible*.  
<https://auren.com/es/blog/las-aportaciones-de-socios-y-el-beneficio-distribuible/>
- Banco de México. (2022). *Crédito de proveedores a las Empresas* (pp. 60-65).  
<https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/informes-trimestrales/recuadros/%7BE8F03A29-740C-6DFF-372B-DC261873068E%7D.pdf>
- Barboza, F., & Huaman, S. (2020). *Factores que limitan el crecimiento de las MYPES de lima metropolitana en el 2019* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola].  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/57f38686-54a4-4aeb-8bc2-fbae2e16d5ba/content>
- BBVA. (2023). *Los bonos*. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/b/bonos.html> BBVA.  
(2024). *¿Qué son las inversiones financieras y qué tipos existen?* En [bbva.com/](https://www.bbva.com/).  
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-las-inversiones-financieras-y-que-tipos-existen/>

- Becerra, S. (2016). *La importancia de la moral tributaria y los factores que influyen en ella* [Tesis de segunda especialización, universidad de bogotá jorge tadeo lozano].  
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3688/La%20importancia%20de%20la%20moral%20tributaria%20y%20los%20factores%20que%20influyen%20en%20ella.pdf?sequence=1>
- Bendezu, F. (2020). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa From Chimbote E.I.R.L. – Nuevo Chimbote y propuesta de mejora, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles de Chimbote].  
[https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21046/FINANCIAMIENTO\\_MICRO\\_Y\\_PEQUENAS\\_EMPRESAS\\_BENDEZU\\_YQUIAPAZA\\_FREDDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21046/FINANCIAMIENTO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_BENDEZU_YQUIAPAZA_FREDDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Berger, A., & Udell, G. (1998). *The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle*. *Journal of Banking & Finance*, 22, 613-673.
- Blossiers, J. (2013). *Manual de derecho bancario* (1ra ed.). Legales Ediciones.
- Bodie, Z., Kane, A., Marcus, A., Lamothe, P., & Monjas, M. (2004). *Principios de inversiones* (Madrid: McGraw-Hill, Ed.; 5.<sup>a</sup> ed.). Interamericana de España.
- Brigham, J. (2005). *Fundamentos de administración financiera* (International thomson editores, Ed.).
- Canals, J. (1970). *Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía*. *Revista Empresa y Humanismo*, 337-370. <https://doi.org/10.15581/015.2.33414>
- Canossa, H., & Rodríguez, R. (2019). *Estrategias de financiamiento, un reto para las pymes comerciales de guanacaste*. *InterSedes*, 20(42), 105-117.  
<https://doi.org/10.15517/isucr.v20i42.41845>

- Canto, F. (2017). *Ensayos sobre el crédito comercial*. En Universidad de Sevilla. Carboney, R. (2014). *Planeación y control financiero. Chiapas - México*. Gestipolis.  
<https://www.gestipolis.com/planeacion-y-control-financiero/>
- Castillo, P. (2011). *Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, III, 1-12.  
<http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>
- Cazorla, P. (2013). *Las nuevas estrategias de financiamiento para las empresas peruanas*.  
<http://semanaeconomica.com/article/mercados-yfinanzas/banca-y-finanzas/121987-las-nuevas-estrategias-de-financiamiento-para-lasempresas-peruanas/>
- Chagerben, Lenin, Hidalgo, J., & Yagual, A. (2017). *La importancia del financiamiento en el sector microempresario*. Revista científica Dom. Cien, 3(2), 783-798.
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica* (3a. Ed). McGraw-Hill Interamericana.
- Coll, F. (2021). *Diferencia entre crecimiento orgánico y crecimiento inorgánico*. En *economipedia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-organico.html>
- COMEXPeru. (2018). *Situación de las mype en 2017: muchos retos en el camino*.  
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-de-las-mype-en-2017-muchos-retos-en-el-camino#:~:text=De%20acuerdo%20con%20cifras%20de,peque%C3%B1as%20empresas%2C%20un%200.1%25>
- Comisión Federal de Comercio Estados Unidos. (2023). *Garantías*. En *consumidor.ftc*.  
<https://consumidor.ftc.gov/articulos/garantias>
- Comisión para el mercado Financiero. (2021). *¿Qué se debe considerar al momento de buscar financiamiento?* En *CMF*.
- Contreras, E. (2017). *La ventaja competitiva de Michael Porter*. En *Centro de Innovación y*

*creatividad empresarial.* Universidad Ricardo Palma.

<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>

Cruz, J. (2021). *Activos Fijos. Saberes*, 104-110.

<https://revistas.saberescincopuntocero.com/index.php/rcs50/article/download/141/38>

Cuesta, P., & Roche, I. (2002). *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial de productos de gran consumo que operan en España.*

De La Cruz, Y. (2023). *El financiamiento y el incremento de activos fijos de las empresas de transportes, Andahuaylas – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110100/Delacr%C3%B4n\\_Az\\_VYL-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110100/Delacr%C3%B4n_Az_VYL-SD.pdf?sequence=1)

Dini, M., & Stumpo, M. (2020). *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (CEPAL, Ed.). Mejores políticas para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina (EUROMIPYME)”.

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>

Dobaño, R. (2024). *¿Qué es la financiación propia?* En *getquipu*.

[https://getquipu.com/blog/financiacion-](https://getquipu.com/blog/financiacion-propijena/#:~:text=La%20financiaci%C3%B3n%20propia%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,a%20trav%C3%A9s%20de%20sociedades%20de)

[propijena/#:~:text=La%20financiaci%C3%B3n%20propia%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,a%20trav%C3%A9s%20de%20sociedades%20de](https://getquipu.com/blog/financiacion-propijena/#:~:text=La%20financiaci%C3%B3n%20propia%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,a%20trav%C3%A9s%20de%20sociedades%20de)

Donato, N. (2024). *La industria atraviesa lo peor de la crisis y los empresarios creen que la recuperación llegará recién en 2025.* En *Infobae*.

<https://www.infobae.com/economia/2024/04/04/la-industria-atraviesa-lo-peor-de-la-crisis-y-los-empresarios-creen-que-la-recuperacion-llegara-recien-en-2025/>

ESAN. (2019). *¿Qué efectos tributarios deja la venta de activos?* En *Conexión Esan*.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-efectos-tributarios-deja-la-venta-de>



*la zona urbana de Chillán* [Tesis de pregrado, Universidad del Bío-Bío].  
<http://repopib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2935/1/Gottreux%20Castro%2C%20Michael.pdf>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Gutiérrez, M., Téllez, L., & Munilla, F. (2005). *La Liquidez Empresarial y su Relación con el Sistema financiero. Ciencias*

*Holguín*, xi(2). <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517957006.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación científica* (6ta ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill educación. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Herrera, R. (2019). *Financiamiento y el Crecimiento Empresarial en las Mypes del Centro Comercial Sagrado Corazón de Jesús en Av. los Jardines Este de San Juan de Lurigancho, año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60227/Herrera\\_VRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60227/Herrera_VRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Huaman, J. (2018). *Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso de la empresa “comercial dona” S.A.C. dedicados a la compra y venta abarrotes Ayacucho 2017* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

[https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21340/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_MYPES\\_FLORES\\_HUAMAN\\_JHONATAN.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21340/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_MYPES_FLORES_HUAMAN_JHONATAN.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

INEI. (2021). *En el Perú existen más de 2 millones 838 mil empresas.*

<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-mas-de-2-millones-838-mil-empresas-12937/#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica,similar%20trimestre%20del%20a%C3%B1o%202020>

Jara, M. (2023). *Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Axel Plast E.I.R.L. – Chiclayo, 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11402/Jara%20Vergara%20Miguel%20Angel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lander, C., & Espíritu, E. (2019). *Las fuentes de financiamiento y su relación con el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco - 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”-Huánuco].

<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5009/TAD00661C76.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lawrence, J., & Gitman, M. (2005). *Fundamentos de inversiones*. Pearson Educación.

<https://books.google.com.pe/books?id=ITMNR9MUjuAC&hl=es>

León, R. (2012). La toma de decisiones en el financiamiento y la HME. *Cuadernos del CIMBAGE, 14*.

[http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cuadcimbage/cuadcimbage\\_n14\\_03.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cuadcimbage/cuadcimbage_n14_03.pdf)

Lescano, D. (2024). *Estrategias de financiamiento y su incidencia en el crecimiento de las empresas comerciales del sector de artículos de cuero en el distrito de villa el salvador, 2021 - 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/13716?locale-attribute=en>

López, A., Ramírez, M., & López, A. (2021). *El financiamiento como estrategia de*

*desarrollo en microempresas artesanales de San Bartolo Coyotepec, Oaxaca, México. Economía Sociedad y Territorio*, 22(68), 23-56. <https://doi.org/10.22136/est20221723>

López, O., Haro, A., Córdova, A., & Pérez, J. (2023). *El teorema Modigliani-Miller: un análisis desde la estructura de capital mediante modelos Data Mining en pymes del sector comercio. Revista Finanzas y Política Económica*, 15(1), 45-66.

<https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v15.n1.2023.3>

Macias, N., & Rivera, A. (2023). *Gestión financiera y su incidencia en la liquidez de la empresa Action Grown en la ciudad de Guayaquil, año 2022. Polo del Conocimiento*, 8(8).

MAPFRE. (2024). *Reinversión - Diccionario MAPFRE de Seguros*. En *Fundación MAPFRE*.

[https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/diccionario-mapfre-](https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/reinversion)

[seguros/reinversion](https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/reinversion)/Ministerio de Economía y Finanzas. (2004). *Norma Internacional de Contabilidad - Ingresos. En MEF (Vol. 18)*.

[https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/NIC18\\_04.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/NIC18_04.pdf)

Mosquera, J., & Rodríguez, A. (2020). *Análisis de estrategias financieras para mejorar el crecimiento sostenible del sector comercial Pymes en el Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14582/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-557.pdf>

Muñoz, F. (1999). *Dinámica empresarial y crecimiento económico* [Tesis Doctoral]. Universidad Autónoma de Madrid.

Myers, S., & Majluf, N. (1984). *Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)

Núñez, J. (2014). *Estrategias Financieras en la Pequeña y Mediana Empresa. Chiapas - México.*

[https://www.academia.edu/9139072/ESTRATEGIAS\\_FINANCIERAS\\_EN\\_LA\\_PEU%C3%91A\\_Y\\_MEDIANA\\_EMPRESA](https://www.academia.edu/9139072/ESTRATEGIAS_FINANCIERAS_EN_LA_PEU%C3%91A_Y_MEDIANA_EMPRESA)

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis.* Ediciones de la U.

[https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFyIFToVraY4Un4XaMo3\\_cnnNBuqP](https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFyIFToVraY4Un4XaMo3_cnnNBuqP)

OECD. (2004). *Promoting SMEs for Development.* Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

Ortecho, F. (2000). *Las garantías como valor agregado para la empresa y el consumidor* [Tesis de pregrado, Universidad de San Andrés].

<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/244/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.L.%20Adm.%20Florencia%20Ortecho.pdf>

Pena, A., & Alves, G. (2021). *Proyecciones de ingresos y egresos fiscales para los sistemas de educación, pensiones y salud en América Latina.* En *Banco de desarrollo de América Latina.* (Vol. 4). Policy Paper #2.

<https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1674/Proyecciones%20de%20ingresos%20y%20egresos%20fiscales%20para%20los%20sistemas%20de%20educacion-ensiones%20y%20salud%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Perea, S., Mosquera, H., Orejuela, J., & Castellanos, H. (2018). *Estrategias gerenciales en las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó.* *Actualidad Contable Faces*, 21(37), 151-179.

<https://www.redalyc.org/journal/257/25755483007/html/>

Quiñones, M., & Bazán, L. (2023). *Estructura de financiamiento y su incidencia en la*

*rentabilidad de la Empresa “Contratistas Generales Windsor SRL” Huaraz 2021*  
[Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/8103/TESIS%20QUI%20C3%91ONEZ%20-%20BAZAN.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Ramos, V., & Saavedra, O. (2023). *La incidencia del financiamiento en la rentabilidad de las pequeñas empresas del Perú, sector comercio, estudio de caso en: EFSistemas E.I.R.L.-Ayacucho–2023. Divulgación Científica de Investigación y emprendimiento.*  
<https://www.dcie.org.pe/index.php/dcie/article/view/4/6>

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175-195.  
<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Rodríguez, Y., Manjarres, A., & López, D. (2023). *Gestión empresarial y estrategias financieras en una compañía de suministros y construcciones. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25(2), 411-425.  
<https://doi.org/10.36390/telos252.12>

Sánchez, Javier, & Martín, J. (2004). *Preferencias dinámicas de financiación de las empresas españolas: nueva evidencia de la teoría de la jerarquía.* En *EAWP : Documentos de trabajo en análisis económico - Economical Analysis Working Papers* (Vol. 3, Número 8). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=925341>

Sánchez, T. (2018). *Análisis estructural y funcional del título de crédito hipotecario negociable* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad del Perú].  
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16706/BRIOLO\\_S%20C3%81NCHEZ\\_GUTI%20C3%89RREZ\\_THEO\\_GIOVANNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16706/BRIOLO_S%20C3%81NCHEZ_GUTI%20C3%89RREZ_THEO_GIOVANNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sampiere & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa,*

*cuantitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 346 p.

Serna, A., & Rodríguez, D. (2008). *Los activos fijos: un factor fundamental para las entidades de salud de Medellín*. Universidad de Antioquia. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/download/323515/20780679/108350>

Sevilla, A. (2024). *Ventaja competitiva: Qué es, tipos y su importancia*. En *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

Tejada, M. (2023). *El financiamiento y su incidencia en el crecimiento empresarial en empresarios del centro comercial el Molino I, Cusco 2023*. [Tesis de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo.

Toala, G., Bacuylima, D., & Zurita, S. (2010). *Metodología de Otorgamiento de Líneas de Crédito para los Bancos Ecuatorianos* [Proyecto de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/589/1/1104.pdf>

Túllume, T. (2019). *Estrategias de gestión financiera para el incremento de utilidades en la empresa f & p estudio y diseño EIRL, José Leonardo Ortiz 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán].

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6332/T%C3%BAllume%20Pisfil%20Tatiana%20del%20Milagro.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Universidad Nacional de Manizales. (2019). *Guía cinco: el manejo del gasto como fundamento de la educación y la libertad financiera*.

Universidad Veracruzana. (2011). *Clasificación Económica de Los Ingresos, de los Gastos y del Financiamiento de los Entes Públicos*. Secretaria de Administración y Finanzas. <https://colaboracion.uv.mx/rept/files/2014-02/044/CONAC-UV/19-UV.pdf>

Vázquez, R. (s. f.). *Material para asignatura de Costos I*. En *SUAyED Facultad de Contaduría y Administración*. Recuperado 1 de mayo de 2024, de <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf>

Vega, D. (s. f.). *Gestión estratégica del dpto. de ventas aplicada en una empresa comercial-farmacéutica*. En Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado 1 de abril de 2024, de [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/monografias/ingenie/vega\\_sd/contenido.htm](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/monografias/ingenie/vega_sd/contenido.htm)

Villegas, F. (1987). *Las ventas dentro del contexto de Mercadeo*. Cuadernos de administración, 9(13), 11-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5006668>

Zenteno, S. (2017). *Análisis del crédito bancario y su incidencia en el crecimiento económico de Bolivia periodo 1998 - 2014* [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés]. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/10135/T-2250.pdf?sequence=1>

## **ANEXOS**

## ANEXO 01. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

“UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”

### INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE TÁCTICAS DE FINANCIAMIENTO

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica “**Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.**”

**Instrucciones:** Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con las Tácticas de financiamiento, donde: "Totalmente de acuerdo"=5, "De acuerdo"=4, "Indiferente"=3, "En desacuerdo"=2 y “Totalmente en desacuerdo”=1

N°	Variable: Tácticas de financiamiento	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Financiamiento del Capital Propio</b>						
1	¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial?					
2	¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa?					
3	¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa?					
4	¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones?					
5	¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas?					
<b>Dimensión 2: Financiamiento Bancario</b>						
6	¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades?					
7	¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa?					
8	¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones?					
9	¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha?					
10	¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones?					
<b>Dimensión 3: Financiamiento con Proveedores</b>						

11	¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera?					
12	¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores?					
13	¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera?					
14	¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo?					
15	¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?					

**Gracias por su  
participación.**

**“UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”**

**INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE PROGRESO DE LAS EMPRESAS**

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica **“Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.”**

**Instrucciones:** Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con el progreso de las empresas, donde: "Totalmente de acuerdo"=5, "De acuerdo"=4, "Indiferente"=3, "En desacuerdo"=2 y "Totalmente en desacuerdo"=1

Nº	Variable: Progreso de las Empresas	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Progreso Empresarial Orgánico</b>						
1	¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial?					
2	¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial?					
3	¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?					
4	¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa?					
5	¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial?					
<b>Dimensión 2: Progreso Empresarial Externo</b>						
6	¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?					
7	¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa?					
8	¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales?					
9	¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa?					
10	¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?					
<b>Dimensión 3: Posicionamiento de Mercado</b>						
11	¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa?					
12	¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa?					

13	¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente?					
14	¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa?					
15	¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado?					

**Gracias por su participación**

**ANEXO 02: PROCEDIMIENTO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO CON EL  
ALFA DE CRONBACH**

*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	18	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	18	100,0

*a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.*

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach estandarizados	N de elementos
,969	,969	30

**Estadísticas de total de elemento**

Elementos	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación de total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera usted que aumentar el capital social es una estrategia viable para financiar el progreso empresarial?	113,89	711,046	,642	.	,968
¿Cree usted la importancia de involucrar a los socios en aumentar sus aportes para fortalecer la empresa?	114,17	704,853	,682	.	,968
¿Cree usted que el aumento de aportes de los socios puede mejorar la solvencia financiera de la empresa?	114,11	701,516	,796	.	,967
¿Considera usted que el aumento de capital social es una medida efectiva para financiar nuevas inversiones?	114,11	701,752	,792	.	,967
¿Cree usted que reinvertir las ganancias puede contribuir a mejorar la posición financiera y por ende el progreso de las empresas?	114,00	699,765	,786	.	,968
¿Cree usted que las empresas comercializadoras de maderas deben implementar estrategias de financiamiento de acuerdo a sus necesidades?	114,11	701,634	,794	.	,967

¿Considera usted que obtener financiamiento bancario para cubrir necesidades de capital de trabajo es esencial para el crecimiento de la empresa?	113,94	702,056	,830	.	,967
¿Cree usted que el financiamiento bancario es una opción viable para adquirir equipos y maquinarias necesarios para expandir las operaciones?	114,06	702,879	,680	.	,968
¿Considera usted que el financiamiento a corto plazo incrementa la rentabilidad de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha?	114,06	716,408	,550	.	,969
¿Considera usted que el crédito comercial es una alternativa de liquidez para futuras inversiones?	114,06	703,820	,741	.	,968
¿Considera usted que obtener financiamiento de los proveedores para adquirir mercaderías es una práctica común en su empresa maderera?	114,06	698,644	,820	.	,967
¿Cree usted que el financiamiento de mercaderías puede generar relaciones más sólidas con los proveedores?	114,11	704,222	,753	.	,968
¿Cree usted que el financiamiento de servicios puede mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa maderera?	114,11	704,222	,753	.	,968
¿Cree usted que las líneas de crédito que obtiene la empresa por sus proveedores facilitan la disponibilidad de efectivo?	114,11	702,575	,779	.	,968
¿Considera usted que el financiamiento de mercaderías puede afectar la rentabilidad de la empresa si no se gestiona adecuadamente?	113,89	699,399	,856	.	,967
¿Cree usted que el aumento constante de las ventas es un indicador claro de progreso empresarial?	114,00	701,412	,761	.	,968
¿Considera usted que controlar y reducir los costos operativos es esencial para el progreso empresarial?	113,83	703,441	,811	.	,967
¿Considera usted que reducir los gastos excesivos puede mejorar la rentabilidad de la empresa?	114,06	709,467	,655	.	,968
¿Considera usted que mantener un adecuado nivel de liquidez es crucial para la estabilidad financiera de la empresa?	114,06	706,879	,694	.	,968
¿Cree usted que mantener o incrementar las ventas es un objetivo constante en la gestión empresarial?	114,11	705,281	,737	.	,968

¿Cree usted que invertir en nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y productividad de la empresa?	113,72	703,859	,781	.	,968
¿Cree usted que realizar inversiones estratégicas es fundamental para el crecimiento y progreso de la empresa?	114,06	708,173	,675	.	,968
¿Considera usted que diversificar las fuentes de ingresos es una estrategia importante para mitigar riesgos empresariales?	113,89	702,928	,799	.	,967
¿Considera usted que mantener un crecimiento constante en los ingresos es un indicador de salud financiera para la empresa?	114,06	707,114	,691	.	,968
¿Considera usted que mantener un sólido respaldo patrimonial es fundamental para la credibilidad y solvencia de la empresa?	113,94	720,997	,522	.	,969
¿Cree usted que ofrecer un excelente servicio al cliente puede mejorar el progreso económico de la empresa?	114,06	706,761	,696	.	,968
¿Considera usted que mantener la satisfacción del cliente es una prioridad para la empresa?	113,94	749,820	,060	.	,972
¿Considera usted que ofrecer garantías sólidas sobre productos o servicios puede aumentar la confianza del cliente?	114,06	709,232	,659	.	,968
¿Considera usted que la calidad de los productos y servicios es un factor determinante para el prestigio de la empresa?	113,78	710,418	,685	.	,968
¿Considera usted que identificar y aprovechar las ventajas competitivas es esencial para destacar en el mercado?	114,06	706,879	,694	.	,968

### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3,931	3,778	4,222	,444	1,118	,012	30
Varianzas de elemento	1,593	1,399	1,987	,588	1,421	,015	30
Covarianzas entre elementos	,814	-,412	1,582	1,993	-3,841	,127	30
Correlaciones entre elementos	,513	-,246	1,000	1,246	-4,067	,050	30

### ANEXO 03. Población de empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, año 2023

No.	CIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA	CONDICIÓN	TIPO VÍA	NOMBRE VÍA	NRO/KM/MZ	UBIGEO	DISTRITO	PROVINCIA
1	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LA CULTURA	-	190113	YANACANCHA	PASCO
2	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LOS INCAS	236	190113	YANACANCHA	PASCO
3	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	MINERO	590	190113	YANACANCHA	PASCO
4	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	----	BQ CAJAMARQUILLA	S/N	190113	YANACANCHA	PASCO
5	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LOS PROCERES	98	190113	YANACANCHA	PASCO
6	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	JR.	28 DE JULIO	7	190113	YANACANCHA	PASCO
7	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	PJ.	AGUSTIN GAMARRA	116	190113	YANACANCHA	PASCO
8	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	DANIEL ALCIDES CARRION	112	190113	YANACANCHA	PASCO
9	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LAS AMERICASAS	408	190113	YANACANCHA	PASCO
10	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	----	APV UNDAC	-	190113	YANACANCHA	PASCO
11	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	6 DE DICIEMBRE	83	190113	YANACANCHA	PASCO
12	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LOPEZ ALBUJAR	204	190113	YANACANCHA	PASCO
13	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	SIMON BOLIVAR	1102	190113	YANACANCHA	PASCO
14	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	JR.	MORALES JANAMPA	S/N	190113	YANACANCHA	PASCO
15	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	LOS PROCERES	82	190113	YANACANCHA	PASCO
16	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	AV.	6 DE DICIEMBRE	303	190113	YANACANCHA	PASCO
17	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	CAL.	LIBERTAD	S/N	190113	YANACANCHA	PASCO
18	2010	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA	HABIDO	----	CENTRO COMERCIAL	9	190113	YANACANCHA	PASCO

## ANEXO 04. MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Tácticas de financiamiento y su relación con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES.	METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	POBLACIÓN Y MUESTRA.
<b>PROBLEMA GENERAL:</b> ¿De qué manera las tácticas de financiamiento se relacionan con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?	<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Analizar la relación entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023	<b>HIPÓTESIS GENERAL:</b> Hg. Existe relación significativa entre las tácticas de financiamiento y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.	V1: Tácticas de financiamiento V2: Progreso de las empresas	<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:</b> Método inductivo-deductivo  <b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Nivel:</b> Relacional  <b>Diseño:</b> Correlacional	<b>TÉCNICA:</b> Encuesta	<b>POBLACIÓN:</b> 18 empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, reconocidas por la SUNAT

<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</b>	<b>V1: Tácticas de financiamiento</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b>	<b>INSTRUMENTO:</b>	<b>MUESTRA:</b>
<p>¿En qué medida el financiamiento del capital propio se relaciona con el progreso de las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?</p> <p>¿De qué forma el financiamiento bancario se relaciona</p>	<p>Establecer la relación entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.</p> <p>Establecer la relación entre el financiamiento</p>	<p>H1. Existe relación significativa entre el financiamiento del capital propio y el progreso de las empresas comercializadoras de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.</p> <p>H2. Existe relación significativa entre el financiamiento bancario y el progreso de las empresas comercializadoras de</p>	<p><b>DIMENSIONES E INDICADORES:</b></p> <p>Dimensión 1: Financiamiento del capital propio. Indicadores: Capital social (Aumento de aportes); Venta de activos; Reinversión de ganancias.</p> <p>Dimensión 2: Financiamiento bancario. Indicadores: Financiamiento de las Ventas; Financiamiento de activo fijo.</p>	<p>Aplicada</p>	<p>Cuestionarios</p> <p><b>TRATAMIENTO DE DATOS:</b></p> <p>SPSS v.26</p>	<p>Muestra censal, se considerarán las 18 empresas comercializadoras de madera que conforman la totalidad de la población</p>

---

<p>con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023? ¿De qué manera el financiamiento con proveedores se relaciona con el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023?</p>	<p>bancario y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023. Establecer la relación entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.</p>	<p>maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023. H3. Existe relación significativa entre el financiamiento con proveedores y el progreso de las empresas comercializadores de maderas del distrito de Yanacancha, provincia Pasco, 2023.</p>	<p>Dimensión 3: Financiamiento con proveedores. Indicadores: Financiamiento de Mercaderías y Financiamiento de Servicios.</p> <p><b>V2: Progreso de las empresas</b></p> <p><b>DIMENSIONES E INDICADORES:</b></p> <p>Dimensión 1: Progreso empresarial orgánico. Indicadores: Ventas; Costos; Gastos; Liquidez.</p> <p>Dimensión 2: Progreso empresarial externo. Indicadores: Inversión; Ingresos; Activo fijo; Respaldo patrimonial.</p> <p>Dimensión 3: Posicionamiento de mercado. Indicadores: Fidelización de clientes, Garantía, Prestigio, Ventaja competitiva</p>
--	--	---	--

---