



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS**

**TESIS**

**“IMPORTANCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS  
EFECTOS EN LA GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LAS  
MYPES DEDICADAS A LA IMPORTACIÓN DE AUDIO, AREQUIPA  
2020.”**

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

**PRESENTADA POR:**

**Bach. CHRISTIAN ARTURO CORTEZ EGUIA**

**ASESOR:**

**Mg. CPC. WILFREDO PINEDA YUCRA**

**Arequipa, Mayo 2022**

## **EPIGRAFE**

“No puedes abrir una página web y esperar que la gente navegue en ella.

Si realmente quieres tener éxito, debes crear tráfico”.

Joel Anderson, CEO de Walmart

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a mis padres por todo su apoyo en todo este largo camino, a mis hermanos por motivarme siempre a cumplir mis objetivos y demás amigos por estar ahí a todos ellos por haberme formado y apoyado en todo momento sobre todo por motivarme a ser una persona de éxito.*

*A Dios, pues con la fe que he puesto en Él he podido concluir el presente trabajo.*

*Y a todos quienes me ayudaron a lograr este sueño.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Quiero agradecer primero a Dios, por bendecirme día a día con salud y fuerza para lograr todo lo que me propuse cumplir a lo largo de nuestras vidas.*

*Agradezco profundamente a mis padres: Norberto Cortez Cieza y María Egua de Cortez por luchar siempre por mí.*

*Así también me siento muy agradecido con mi alma mater Universidad Alas Peruanas por abrir sus puertas y permitirme estudiar en sus aulas, con toda su plana docente quienes nos enseñaron con esmero y me dieron el conocimiento con el que hoy afronto mi vida profesional.*

# ÍNDICE GENERAL

EPIGRAFE.....	ii
DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	15
1.1 Planteamiento del Problema.....	15
1.2 Formulación del Problema.....	16
1.2.1 Problema General.....	16
1.2.2 Problemas Específicos.....	16
1.3 Objetivos General y específicos.....	17
1.3.1 Objetivo General.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 Justificación.....	17
a. Punto de vista empresarial.....	17
b. Punto de vista social.....	18
c. Punto de vista académico.....	18
d. Punto de vista de la carrera profesional.....	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	21

2.1. Antecedentes .....	21
2.1.1 Antecedentes Internacionales. ....	21
2.1.2 Antecedentes Nacionales. ....	23
2.1.3 Antecedentes Locales.....	26
2.2. Bases Teóricas .....	29
2.2.1 Comercio electrónico.....	29
2.2.1.1 Importancia del comercio electrónico. ....	32
2.2.1.2 Tipos de comercio electrónico. ....	33
2.2.1.3 Estructura del comercio electrónico a través de una tienda virtual.....	34
2.2.2 Gestión. ....	39
2.2.2.1 Gestión Económico-Financiera. ....	40
2.2.2.2 Importancia de la Gestión Económico – Financiera. ....	45
2.2.3 Estados Financieros. ....	46
2.2.3.1 Tipos de Estados Financieros. ....	50
2.2.3.2 Indicadores Financieros. ....	51
2.2.4 Ratios Financieros. ....	57
2.2.4.1 Alcance de los ratios financieros. ....	57
2.2.4.2 Características. ....	58
2.2.4.3 Objetivos. ....	59
2.2.4.4 Clasificación.....	59
2.2.5 Planeación financiera.....	63
2.2.5.1 Objetivos de la planeación financiera. ....	64
2.2.5.2 Operación Financiera.....	64

2.2.6 Aranceles.....	66
2.2.6.1 Identificación de los aranceles. ....	66
2.2.6.2 Equivalencia de los aranceles. ....	67
2.2.7 Mypes. ....	67
2.2.7.1 Concepto de Mypes.....	67
2.2.7.2 Evolución de la Legislación de la MYPE. ....	69
2.2.7.3 Importancia de las Mypes. ....	71
2.2.7.4 Formalización y Constitución. ....	72
2.2.7.5 Tipologías de las MYPES. ....	72
2.3. Hipótesis .....	73
2.3.1. Hipótesis General.....	73
2.3.2. Hipótesis Específicas. ....	73
2.4. Variables de Estudio. ....	75
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	78
3.1. Ámbito de Estudio .....	78
3.2. Tipo de Investigación .....	78
3.3. Nivel de Investigación .....	78
3.4. Método de Investigación .....	79
3.5. Diseño de Investigación .....	79
3.6. Población y Muestra .....	79
3.6.1. Población .....	79
3.6.2. Muestra .....	80
3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección De Datos .....	81
3.7.1. Técnicas. ....	81

3.7.2. Instrumentos.....	81
3.8. Procedimiento de Recolección de Datos .....	81
3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos .....	83
3.9.1. Ordenamiento. ....	83
3.9.2. Tratamiento de la Información.....	83
3.9.3. Tablas y Gráficas. ....	83
3.9.4. Estudio de la Información. ....	83
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	84
4.1. Presentación de Resultados .....	84
4.2. Correlación entre gestión por competencias y clima organizacional.....	137
4.3. Discusión de los resultados.....	140
CONCLUSIONES .....	145
RECOMENDACIONES .....	146
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	147
ANEXOS .....	153
Anexo 1. <i>Matriz de consistencia</i> .....	154
Anexo 2 .....	155

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i> .....	75
--	----

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general, determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020, en función a ello se optó por realizar una investigación de tipo cuantitativo y de campo; de nivel descriptivo correlacional con un diseño no experimental transversal; su población estuvo conformada por 34 MYPES, dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo que la muestra estará representada por 17 Mypes con cuatro empleados del departamento financiero; como resultando se obtuvo que la implementación del comercio electrónica, trae beneficios en la gestión económica y financiera, asegurando a la empresa una estabilidad económica, al obtener mayores ingresos en relación a los egresos, brinda grandes oportunidades al poder importar productos, según la demanda por parte de los consumidores, reduce los precios el uso de los mecanismos tecnológicos, ampliando a su vez las opciones de pago por parte de los clientes.

**Palabras clave:** Comercio Electrónico, Gestión Económica, Gestión Financiera, Mypes, Importación de Audio.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research work is to determine the importance of electronic commerce and the effects it causes in the economic and financial management of the MYPES dedicated to the import of audio, Arequipa 2017, based on this it was decided to carry out a quantitative and field research; descriptive-correlational level with a non-experimental cross-sectional design; Its population consisted of 34 MYPES, dedicated to importing recorded audio, video and derivative discs. A non-probability sampling was carried out for convenience, so the sample will be represented by 17 MSEs with four employees from the financial department; As a result, it was obtained that the implementation of electronic commerce brings benefits in economic and financial management, assuring the company economic stability, by obtaining higher income in relation to expenditures, provides great opportunities by being able to import products, according to the demand for On the part of consumers, the use of technological mechanisms reduces prices, in turn expanding payment options for customers.

**Keywords:** Electronic Commerce, Economic Management, Financial Management, Mypes, Audio Import.

# INTRODUCCIÓN

En los últimos años, han sido notorios los avances en cuanto a la tecnología e innovaciones, las ventas no es un factor excluyente de dichos avances, al contrario, han logrado llegar a más lugares, más personas y, por ende, posicionarse y en el mejor de los casos aumentar de manera progresiva las ventas, acompañado del incremento económico, en función a ello las empresas, han implementado nuevas estrategias que contribuyan con el progreso de la misma, más aún en aquellas empresas que ameritan importar mercancía para abastecer el mercado.

Cabe destacar, que no todas las empresas asumen el reto de actualizar todo el sistema de compras y ventas a través del comercio electrónica, ya que piensan que el gasto requerido es superior a los ingresos con la implementación del comercio electrónica, y no incursionan en el uso de las nuevas tecnologías, y el impacto que tiene en el comercio el uso adecuado del internet.

El comercio electrónico o como también es conocido e-commerce, según su nomenclatura en inglés, consiste en tanto en la compra y las ventas ya sea de productos y servicios, que ha ido ganando terreno de manera progresiva y continua, son tantas las gamas de posibilidades que brinda a las empresas que en estos momentos es posible abrir tiendas 100% digitales, razón por la cual debe ir acompañado de una serie de opciones como medios y de esta manera poder consolidar las ventas o las compras de diferente productos o servicios, lo que de manera significativa también reduce los gastos de arriendo y servicios que genera el tener una tienda física.

En relación a lo antes expuesto, las MYPES, deben implementar nuevos avances tecnológicos que les permita por un lado incrementar las ventas y por otro, dar una variedad de opciones que le permita a los

consumidores optar por el que más se ajuste a sus necesidades para pagar el producto o el servicio vendido. En función a ello el presente trabajo se plantea como problemática la importancia que tiene el comercio electrónico y cómo afecta la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, es por ello que se plantea como objetivo determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

Para lograr dicho objetivo, la presente investigación lleva de manera estructurada una serie de pasos que le permite recolectar información, evaluar y analizar de manera cuidadosa todos los referentes; es preciso señalar que la presente investigación se encuentra conformado por IV capítulos los cuales se encontrarán distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo I: Aquí se explica el problema de la investigación, desglosado en planteamiento, formulación, justificación y la importancia del problema.

Capítulo II: Se presenta el marco teórico en el cual se encuentra basada la investigación, el cual corresponde a todas aquellas teorías, antecedentes investigativos, se presentan las hipótesis y la Operacionalización de variables.

Capítulo III: Se da a conocer la metodología empleada, dentro del cual se desarrolló el ámbito de estudio, tipo, nivel y diseño de investigación. Así como la población y la muestra que se tomara, el muestreo, las técnicas e instrumentos que nos permitirán levantar los datos necesarios y poder realizar el análisis.

Capítulo IV: Este capítulo presenta todos aquellos resultados que se obtuvieron del análisis y levantamiento de datos, el cual se encuentra dividido en dos partes: presentación de resultados como tal y la discusión de estos.

Finalmente, se redactan las conclusiones y recomendaciones y se presentan las referencias bibliográficas que se tomaron para darle sustento a la investigación y se adjuntan los anexos.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 Planteamiento del Problema**

En las empresas en la actualidad, los efectos que ocasionan la globalización económica, le ha permitido usar los diversos canales de comercio que se tienen en la actualidad. Todo esto ha tenido una evolución permanente y la importancia que actualmente tiene el comercio electrónico es de mucha significación; es de conocimiento de las personas y las empresas, que tengan interés en importar diversos productos, asuman el compromiso de realizar la comercialización cumpliendo la normativa legal que se tiene en nuestro país; además, observar con el ente recaudador del Estado como es la SUNAT para declarar dichos bienes, asumiendo los tributos que están obligados a cumplir por los productos que se importan del exterior.

Ahora bien, la evolución del comercio electrónico ha ocasionado efectos en la forma como deben ejecutar sus gestiones en la importación de los bienes, en la manera cómo las personas o empresas realizan sus contratos mercantiles de importación; además, les ha generado cambios tanto en la gestión económica y financiera para las micro y pequeñas empresas, por el volumen de las operaciones que realizan producto de su actividad empresarial electrónica.

De igual manera, los bienes que se importan producto de la actividad empresarial electrónica al utilizar este tipo de comercio, les ha permitido ahorrar sobre todo tiempo por la rapidez que generan las operaciones electrónicas con proveedores del exterior; a su vez, dichos bienes adquiridos por los empresarios los tienen a su disposición con una rapidez óptima y a un breve tiempo; y de esta forma también la mercancía se puede poner a disposición de los clientes en forma rápida o simultánea. Por este motivo, se ha demostrado que el comercio electrónico tiene una

importancia relevante, por la eficacia cómo se generan las operaciones comerciales. El comercio electrónico ha tenido una evolución muy rápida, y se puede precisar que en la actualidad se pueden importar bienes o servicios prácticamente a tiempo real; generando ahorro de tiempo y dinero para Mypes que se dediquen a esta actividad de comercio internacional.

De igual manera, es necesario tener en cuenta la reputación de nuestros proveedores del exterior, por los desembolsos de dinero que se realizan en los países de origen, en este caso el Perú; siendo necesario que los empresarios de las MYPES, minimicen los riesgos que pudieran ocasionar el incumplimiento de parte del proveedor del extranjero, con respecto al envío de las mercancías. Para esto, se tiene como una opción -de varias opciones que pudieran tenerse en cuenta- la normativa del comercio electrónico como es PAYPAL (Sistema de envío de dinero al exterior en forma garantizada, para el comercio electrónico), además del uso de tarjetas de crédito a través de los bancos emisor y banco receptor en el exterior.

## **1.2 Formulación del Problema.**

### ***1.2.1 Problema General.***

¿Qué importancia tiene el comercio electrónico y cómo afecta la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020?

### ***1.2.2 Problemas Específicos.***

- ¿De qué manera influye el comercio electrónico en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados?
- ¿Cómo incide la gestión económica y financiera en el desarrollo sostenible de las MYPES?
- ¿Cuál es la situación financiera actual de las MYPES que se encuentran en el cumplimiento de sus obligaciones?

- ¿Con qué fin, el comercio electrónico causa efectos en la gestión económica y financiera de las MYPES?

### **1.3 Objetivos General y específicos**

#### ***1.3.1 Objetivo General.***

Determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020.

#### ***1.3.2 Objetivos Específicos.***

- Determinar la influencia del comercio electrónico en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados.
- Determinar la incidencia que tiene la gestión económica y financiera para el desarrollo sostenible de las MYPES.
- Describir la situación financiera actual de las MYPES en el cumplimiento de sus obligaciones.
- Evaluar la finalidad del comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES.

### **1.4 Justificación**

#### ***a. Punto de vista empresarial.***

Por la evolución del comercio electrónico, las empresas aprovechan esta actividad para generar ingresos a través del mismo, generando beneficios a corto plazo, ahorrando insumos, mano de obra, incrementando la economía debido a diferentes formas de importación de bienes, cumpliendo con las normas tributarias impuesta en el país; y todo esto va permitir, que tenga utilidad en las MYPES, debido a que va optimizar su gestión empresarial. Se sabe que, en la actualidad, la mayoría de este tipo de empresas no lo utilizan en forma integral, o si lo utilizan lo hacen en

forma muy rudimentaria. Hoy en día, ya son muchas las compañías que basan en esta ocupación de comercio, y la aplican en sus actividades para tener un almacén en stock; cumpliendo con las necesidades de los clientes.

***b. Punto de vista social.***

Por estar actualmente en una época de una constante evolución y crecimiento del comercio electrónico, es que permite a cualquier persona o empresa poder obtener conocimientos, informarse más y estudiar sobre las importaciones de bienes o productos que nos ofrecen los diferentes proveedores de todo el mundo. Esta actividad viene desarrollándose con mayor frecuencia en nuestro país, especialmente con la demanda que generan los clientes, y por carecer de oferta de productos que no se encuentran en nuestro medio muchas veces; asimismo, con la comercialización de dichos productos, es importante también saber sobre las necesidades de los clientes, para tener en cuenta los productos que se desea importar, a modo de ser vendidos y accesibles para el consumidor a bajos precios, en comparación con otros productos similares a elevados precios, a los ofrecidos en nuestro país.

***c. Punto de vista académico.***

Gracias a la evolución del comercio electrónico y su crecimiento constante que se viene desarrollando en la actualidad, tiene como propósito fundamental llegar a tomar conocimiento, investigar o indagar con mayor amplitud el funcionamiento de esta actividad de los últimos tiempos; sus diferentes procesos de importación y de adquisición de productos de cualquier parte del mundo; pagando desde nuestro país con total seguridad y confianza, tomando en cuenta algunos riesgos asumidos y más bien obteniendo beneficios. Asimismo, se toman en cuenta las ganancias que se van realizando para generar los ingresos económicos a corto y largo plazo, con una mayor eficacia y eficiencia a un menor tiempo; que le permita a las MYPES obtener dividendos, e incrementar de forma proporcional sus ventas con la comercialización de sus productos.

#### ***d. Punto de vista de la carrera profesional.***

La Contabilidad por ser una carrera profesional relacionada al tema de comercio internacional, mediante la investigación se puede llegar a tener un mayor conocimiento de los resultados que nos va dejando esta actividad del comercio electrónico, a través de las importaciones o exportaciones; mediante la Contabilidad aprovechamos los conocimientos aprendidos para desarrollarlos y plasmarlos, con la finalidad de implementar su funcionamiento, que nos lleve a un mejor manejo de comienzo a fin; analizando cada uno de los movimientos que se van realizando en la Empresa, en cada compra que se hace; gestionando los productos que se van adquirir; y todo esto nos va coadyuvar a obtener ganancias en las ventas de los bienes, e invirtiendo esas nuevas ganancias en nuevas compras para generar más y mejores dividendos para las MYPES; teniendo de esta manera, un mejor control y manejo de dicha actividad.

Escogí el presente tema de investigación, porque es una actividad que la empecé a realizar de forma personal y simultánea, pensando en todo momento en los beneficios que se obtienen por esta actividad; asimismo, por el esfuerzo que se le va poniendo día a día. El conocimiento de la misma, simplemente lo aprendí con el transcurrir de tiempo y estudiando mucho sobre el significado, los trámites, ejecución y garantías del comercio electrónico; especialmente analizando los beneficios económicos que nos deja la comercialización de los bienes o productos, y tomando en cuenta muy prioritariamente ¿Qué es lo que se va comprar? y a ¿Quiénes le compramos?; identificando las personas que son nuestros proveedores, ya que mucho depende de eso; además, del tipo de calificación que se tendrá con la venta de estos productos al consumidor final en nuestro país. Es así, que teniendo en cuenta estos puntos, se sabrá con exactitud el tipo de producto que se tiene y se podrá cumplir con las necesidades de los clientes; para que, de esta forma, puedan quedar satisfechos con las adquisiciones o compras que realizan.

Por lo indicado con anterioridad, contemplo como de gran envergadura y relevancia la realización del este trabajo de investigación, además considero el por qué y para qué se debe ejecutar el presente trabajo; asumiendo el compromiso personal de realizar la investigación, observando las normas y lineamientos que para este caso indica el Aspecto Metodológico de la Elaboración de la Tesis y del Método Científico.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes**

#### ***2.1.1 Antecedentes Internacionales.***

Puetate (2013) con su tesis titulada: “El comercio Electrónico y las MYPES en la Ciudad de Tulcán”, de la Universidad Politécnica Estatal de Carchi, tenía como objetivo establecer el nivel de aceptación de la tienda virtual, partiendo de la escasez de información sobre el comercio electrónico y su repercusión en el crecimiento comercial de las Pequeñas y medianas empresas. A nivel metodológico, se trató de una investigación aplicada, descriptiva, explicativa, documental y bibliográfica; aplicándose como técnicas de recolección de datos la revisión bibliográfica, la encuesta y entrevista, cuyo instrumento fue el cuestionario; siendo el universo poblacional, las Pymes de la ciudad de Tulcán. A propósito de realizar la demostración del hecho de que la implementación de comercio electrónico aumentará las entradas, fueron considerados los registros de sabanas Rossy, calculándose costes y entradas que fue aumentado por aplicación de e-commerce, En la investigación se concluye, que a través del uso del comercio electrónico, las MYPES se benefician por el aumento del nivel de ventas de artículos o productos, este proceso de cambio mediante el comercio electrónico, los negociantes establecen nuevas visiones a largo plazo para beneficiarse por medio de este sistema y así aumentar el nivel de ventas. Se estableció que las PYMEs, en un porcentaje de 57.60% se encuentran en actitud óptima ante la aplicación e-commerce. Igualmente, un 62.35% del universo poblacional analizado como mercado potencial de las PYMEs se encuentran en disposición para adquirir vía web. Finalmente, resultó un TIR 29,89% y un VAN \$1286,73, en un flujo efectivo calculado en 4 períodos, a una tasa referencial del 12,70%; siendo en consecuencia, atribuible el término de comercio electrónico en las PYMEs. Finalmente, se

pudo afirmar que a través del empleo del comercio electrónico, las MYPES obtienen beneficio elevando sus ingresos de una forma sencilla únicamente empleando el computador y el recurso monetario para inversión; por lo que gestionan sus importaciones a costos menores y lo mercantilizan internamente en la nación; no estando solamente las MYPES beneficiadas, sino además las personas naturales que quieren introducirse en este ámbito y dispongan de los medios requeridos para sus beneficios.

Pérez (2016), con su tesis titulada: “Comercio electrónico como una estrategia de negocios en el Municipio de Nezahualcóyotl para las micro y pequeñas Empresas”, del Instituto Politécnico Nacional, para optar al título de Magíster en Administración; perseguía como finalidad, llevar a cabo una propuesta de estrategia de negocios que autorice a las organizaciones del mencionado municipio, aplicar el comercio electrónico a modo de elevar las metas comerciales. El estudio presenta un enfoque deductivo, a través del método inductivo. Se emplearon técnicas de estudio cuantitativas mediante la observación de campo y la encuesta. En la investigación, pudo afirmarse que la importancia de modelos de comercio electrónico para las MYPES del Municipio de Nezahualcóyotl, consiste emplear en el ciberespacio para vender artículos y/o mercadería, y abarcar a nuevos mercados a nivel local, regional y nacional, por ende estar actualizados en el mundo digital, publicitar los productos por medio de nuevas redes de venta; optimizando a su vez la expansión publicitaria y optar por el mercado especializado en el cual se aspira participar. De igual manera, con el modelo propuesto se busca que los comercios crezcan sus ingresos con nuevas oportunidades de negocio, sin desatender la modalidad del comercio habitual que usan actualmente.

Goenaga, Medina, & Pedrozo (2017) en su trabajo de investigación denominado “Comercio electrónico en las Pymes del departamento de Magdalena”, realizado a fin de obtener el Título de Comercio Internacional; tenía como propósito, realizar un análisis del comercio electrónico como

instrumento para la elevación de la comercialización y financiera de las Pequeñas y medianas empresas conformantes del departamento de Magdalena. A nivel metodológico, se trató de un estudio con un enfoque y diseño documental y bibliográfico; empleándose el análisis informativo como técnica para la recabación de los datos. En el estudio se obtuvo, que el comercio electrónico se ha adoptado como un instrumento tecnológico promotor del crecimiento de las finanzas de una organización en un ámbito local e internacional; presentando un aumento en los años recientes, lo cual manifiesta que resulta un mercado productivo, además de que se encuentra en una elevación relevante en la región. Aunado a ello, se visualizó que, a fin de desarrollar el comercio electrónico, es igualmente requiriente el apoyo del sistema educativo en la totalidad de sus formas; teniendo éste, que brindarle una preparación acorde a modo de satisfacer las nuevas exigencias de la demanda informática. Resulta conveniente, llevar a cabo campañas publicitarias que incentiven mayor utilización del web, incentivando la participación de los compradores; al igual que aprovechar los banners y videos, siempre y cuando con la realización de publicidades agradables para el público. Asimismo, se recomienda ofrecer la mayor cuantía de opciones de cancelación al público; buscando, además, introducirse en el E-commerce para determinar cuáles son los bienes o servicios con mayor atracción para el universo colombiano.

### ***2.1.2 Antecedentes Nacionales.***

Damacén (2005) con su tesis titulada: “El comercio en las negociaciones de las PYMES en el Perú”, con el propósito de lograr el título de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, tenía como finalidad, tener conocimiento del provecho del comercio electrónico en las negociaciones comerciales y su repercusión en la gestión empresarial de las Pymes en la nación peruana. Con respecto a la metodología, se trató de una investigación explicativa, con un nivel descriptivo de corte transversal; con

un universo poblacional constituido por 150 Pymes que llevan a cabo comercio electrónico; el cual, mediante una selección intencional, se seleccionaron 20 Pymes. En referencia para la recolección de datos, se empleó la técnica de encuesta, y como instrumento se usó el cuestionario. Se concluyó, que el cliente tiene la desventaja que PayPal sistema, sólo es aplicable para el momento de la investigación en Brasil, España y México. En cuanto a consignar en una cuenta corriente, es otro modo simple para comenzar a cobrar por internet; siendo en ocasiones prohibidos los costes en casos que efectúa transferencias. La tesis hace referencia a los sistemas de pagos que hay entre el importador y el exportador, comentando en uno de sus puntos el sistema de pagos PayPal, para estos momentos solo funciona en Brasil, España y México; aun cuando actualmente, el sistema ya se encuentra habilitado en todos los países y sirve como medio de pago y transferencias de dinero de país a país. Igualmente, el depósito en una cuenta corriente, mayormente se trabaja con el sistema de carta de crédito cuando los montos de la importación son muy elevados, el importador deposita una cantidad de dinero 30% al exportador para que prepare sus órdenes de compra, una vez enviado y llegado al país de destino, en este caso Perú; donde el banco escogido se encarga de liberar el dinero al exportador 70%, llegando así al fin del contrato.

Pinto (2019) cuyo trabajo se titula “La gestión económica y financiera para una adecuada toma de decisiones de la empresa Titikaka Trout Perú S.C.R.L, períodos 2016-2017”, desarrollada con el fin de lograr el Título Profesional de Contador Público, pretendía como meta, realizar una evaluación y análisis del contexto económico y financiero, así como la afectación del mismo en el procedimiento apropiado para tomar decisiones en la mencionada empresa, durante los años 2016-2017. A nivel metodológico, el estudio presenta un diseño no experimental y transversal, mediante un método deductivo, descriptivo, comparativo y analítico. En referencia a la técnica de recabación de la información, se usó la encuesta, el análisis documental y la observación, y como instrumentos de

recolección se usaron el análisis horizontal y vertical y los índices financieros. Recaba la información del estudio, se concluyó que la organización no lleva a cabo el estudio de los estados financieros, aun cuando se encuentra acogida a la Ley e promoción de áreas altoandinas; al igual que se visualizó que el estado financiero expone una mejoría en la gestión y resultados en el año 2017, manifestando una elevación en efectivo equivalente a S/ 420,729.00, así como una elevación de las cuentas por pagar diversas-Terceros, sus proveedores en un S/ 204,000.00. Al igual, se percibe una carencia de conocimiento acerca del contexto financiero de la organización por parte del nivel administrativo y de gerencia, debido a solo se sustenta en sus nociones empíricas y el tiempo de experiencia en la labor. Por lo expuesto, resulta conveniente llevar a cabo un estudio oportuno de la situación financiera como herramienta en la toma de decisiones; además de que los niveles jerárquicos conozcan y analicen los datos económicos y financieros de la organización ya que así la organización logra una perspectiva detallada del movimiento global de la organización en cada lapso de tiempo. Igualmente, se sugiere realizar un estudio de los costos y gastos de la entidad, a modo de aplicar una política de disminución de estos, a modo de no repercutir en las ganancias y liquidez de la entidad, maximizando sus valores. Finalmente, se considera importantes aplicar políticas de gestión económica y financiera, a modo de optimizar el contexto económico situacional de la organización.

Frey & Loaiza (2018) en su tesis denominada “Adopción de comercio electrónico: Un estudio empírico de las Mypes de Oxapampa”, realizada para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración; tenía como propósito, tener conocimiento de la conexión existente entre la percepción y la adopción del comercio electrónico en el nivel gerencial, dueños y nivel administrativo de las Mypes del distrito de Oxapampa. En referencia a la metodología, se aplicó un método cuantitativo no experimental; con un diseño transeccional y correlacional-causal. La

población sujeta a análisis, estuvo conformada por un aproximado de 534 micro y pequeñas empresas, partiendo de una muestra representativa conformada por 121 empresas. Para recabar los datos, se aplicó la encuesta como técnica de recolección; mediante la aplicación de un cuestionario como instrumento investigativo. Fue posible concluir, que se aprecia una vinculación entre la percepción del valor estratégico del comercio electrónico y su acogimiento para la plana gerencial, administrativa y los dueños de las MYPES del distrito de Oxapampa, de tal forma que el valor estratégico percibido por los mencionados, causa repercusión en la decisión que adopten de las ventas vía web en sus organizaciones. Asimismo, se apreció una ausencia de información de las MYPES de Oxapampa acerca del comercio electrónico y las ventajas que aporta para el desarrollo y crecimiento de las empresas. Por otra parte, se obtuvo en los resultados, que la capacidad de fabricación es independiente a la acción de iniciar la comercialización vía internet. Se puede señalar recomendable, localizar el nivel de consumidor de los habitantes de Oxapampa, con lo que se lograría comprender de manera más adecuada el nivel interés existente (o inexistente) hacia la incursión dentro del mercado web. Finalmente, se debe sembrar atención acerca de la facilidad de conducir una tienda física a un ámbito virtual; y los aportes que dicho escenario conlleva.

### ***2.1.3 Antecedentes Locales.***

Barrios (2019) en su estudio denominada “Gestión Financiera para Mejorar la Toma de Decisiones Gerenciales, en el Sector Transporte de Carga del distrito de Paucarpata, Arequipa 2018”, para optar al Título Profesional de Contador Público; estaba encaminada a establecer que la Gestión financiera optimiza la toma de decisiones gerenciales dentro del ámbito el traslado del cargamento, situado en el distrito de Paucarpata, en la provincia de Arequipa. En el marco metodológico del estudio, se aplicó un método de investigación del tipo científico, descriptivo, aplicativo y

comparativo; empleándose una técnica de recopilación de información mediante la observación, el análisis documental y la encuesta; a través de un instrumento sustentado en la hoja de registro de datos. Asimismo, el diseño de la investigación resulta de una tipología descriptiva-correlacional, no experimental. El universo poblacional estuvo conformado por una cuantía de 30 organizaciones del sector transporte de carga del distrito Paucarpata de la ciudad de Arequipa. Partiendo de los resultados, fue posible afirmar que un gran número de las Gerencias del mercado objeto de estudio no captan información financiera apropiada, con el objeto de valorar y tener conocimiento del contexto situacional financiero de las empresas, escenario que mejora el proceso de decisiones gerenciales. De igual manera, la gestión financiera brinda la viabilidad al nivel gerencial para obtener datos principales como una valoración de la solvencia, utilidad y gestión de medios económicos. Aunado a ello, pudo observarse que la gestión de los registros económicos incide positivamente acerca de la toma de decisión del nivel gerencial en las mencionadas empresas. Por último, es sugerido que el estudio y la interpretación económica de forma conjunta requieren asumirlo en un proceso resaltado que se lleve a cabo de manera periódica, y no de forma manual. Finalmente, es necesario tener presente que la gestión financiera abarque las políticas propias de la organización y cambiar en una rutina cotidiana.

Cabrera (2018) en su estudio investigativo que lleva por título “Influencia de la Gestión financiera en la competitividad de las Mypes comercializadoras de calzado, en el mercado de Arequipa, 2017”, para optar al Título Profesional de Contador Público, asume como propósito principal establecer como el título lo indica en otras palabras la capacidad profesional orientada a la gestión financiera frente a la competencia para seguir un fin de las Medianas y pequeñas empresas del sector comercial de calzado en el Mercado de Arequipa, en el transcurso del año 2017. La investigación tuvo la característica de tener un diseño metodológico no experimental; del tipo aplicada; aunado a un nivel descriptivo, explicativo y

correlacional; aplicado a un universo poblacional integrado por las MYPES que mercantilizan sus artículos en este caso los calzados; la población universal se cuantificó a 410 empresas jurídicas o como personas naturales. Con referencia a la técnica de recabación de información, fue empleada la encuesta, mediante la aplicación del cuestionario. Así pues, se alcanzó la existencia de un 63% de relación entre las variables analizadas, visualizándose a través de este escenario una adecuada gestión económica repercute favorablemente en la competitividad de las Mypes. Asimismo, en el instante que la organización tiene una óptima manipulación de la contabilidad, poseen la viabilidad de tomar decisiones oportunas, así como el mantenimiento de un monitoreo de sus niveles de inventarios, entradas y salidas. A la vez, los oferentes de calzado solo el 25% de las Mypes diseñan un presupuesto de entradas y salidas, al igual que la proyección de ingresos y gastos de dinero, a través de un flujo de caja, mejorando así su rendimiento. Es por lo expuesto, resultó sugerente proponer que las empresas comerciales de zapatos cuenten con una gestión financiera con aplicación a las Mypes, tomando en cuenta una planificación financiera al año, y un control de entradas y salidas de liquidez que le otorgue la posibilidad de poseer idea acerca de su liquidez, y un procedimiento contable apropiado para conservar el control de sus operaciones financieras.

Ramos (2019) en su estudio de investigación titulado “La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras mercado Arequipa, 2018”, buscando alcanzar el Título Profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales, presenta como fin, llevar a cabo un análisis de la conexión existente entre la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes del mercado ferretero perteneciente al mercado de Arequipa, durante el año 2018. En es el aspecto metodológico, se trató de una investigación con una tipología correlacional-positiva; a través de un diseño no experimental, con corte transversal; donde se estudió un universo poblacional comprendido por las

Mypes ferreteras dispuestas en el mercado de Arequipa; cuya cuantía constituyen una totalidad de 113 entidades. Con relación a la técnica empleada para recabar la información, fue empleada la encuesta, a través de la aplicación del cuestionario como instrumento. La investigación arrojó la existencia de una relación entre las variables estudiadas, con la repercusión de las mismas sobre el aspecto competitivo, así como al mismo tiempo, la competitividad en la gestión económica. Igualmente, se concibe una conexión positiva entre la gestión empresarial y la calidad de servicio, debido a que los empresarios manifiestan interés por conservar a sus clientes fidelizados; de la misma manera, que la empresa y la competitividad se interconectan, generando efectos en la organización. Con referencia a la conexión entre el control y la competitividad, el primer término genera una elevación de la segunda mencionada; así como, al operar la organización de la entidad ferretera, es elevado de manera beneficiosa la competitividad de la misma. Por último, resulta recomendable que los empresarios del mercado ferretero implementen una gestión empresarial apropiada, con unos objetivos precisos y logrables, determinando estrategias simples y con una estructura vertical sin gran cantidad de dependencias. Asimismo, es requerido que mantengan un stock del universo de bienes que presentan una rotación elevada, al igual que proponer la estrategia de diferenciación de costes, y el ofrecimiento de artículos con diferentes calidades. Por todo ello, las empresas tienen que establecer el Manual de Organización y Funciones (MOF), sustentando las áreas o funciones de cada empleado, de acuerdo a la función que desempeña, desarrollando de esta manera clima de trabajo favorable, así como volverse más rendidor.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Comercio electrónico.**

Término igualmente conocido como Comercio Electrónico, representa una particularidad que día a día se introduce a una mayor

cuantía de plataformas web, disponiendo de la comodidad de poder tramitar el Medio de Pago; o bien, llevando a cabo una cancelación de manera automática a través del empleo de Tarjetas de Crédito; dándose en las últimas décadas, una relevancia al empleo de Sistemas de Dinero Virtual, tal como sucede en el caso de las empresas que cancelan por la implementación de Publicidades Web; destacándose por su reconocimiento el Pay Pal o bien Dinero Mail (Coloma, 2021)

Ahora bien, las redes de información a nivel mundial se encuentran cambiando al mundo, además de acerca cada vez más a las personas mediante innovación de las comunicaciones mundiales, contexto que viabiliza variaciones en todas las áreas de la actividad humana; teniendo entonces, la competitividad, el empleo y la calidad de vida de los países. Las innovaciones tecnológicas, el tiempo y la trecho pierden su carácter de obstáculo, pudiendo los contenidos ser dirigidos a target masivo o a un diminuto grupo de versados, pretendiendo el alcance a nivel mundial o bien, simplemente a nivel local. Así, las redes mundiales de información como el caso de la Internet, no conoce fronteras (Urbina, 2011).

Neilson (s.f), se refiere al Internet, como un medio de comunicación global, otorga la posibilidad de intercambiar datos entre los usuarios que se encuentran enlazados a la red, y que vincula aproximadamente a 8 millones de servidores que tienen a su cargo los la totalidad de la información a través de la web, la totalidad del sistema de datos y la transmisión de comunicación digital ; abarcando incluso a unos 250 millones de clientes, alcanzando a más de 100 naciones. Por esto, el ciberespacio aporta una preferencia exclusiva, peculiar y crucial a las empresas que presentan diferentes ámbitos.

Continuando con las ideas del autor, la transmisión veloz así como la utilidad en el contexto de las red informática, ha facilitado hacer de la tecnología Internet/ Web, un instrumento primordial para el internet de equipos de computación y a los internautas. Internet aporta una nueva

extensa amplitud y dominio a mercados que se define la "economía digital". La gran parte del mundo los productores, el abastecedor de bienes/servicios y usuarios tienen acceso de la red y la emisión global de la información de la web, y la diversificación de manera simple y barata; bien sea con propósitos comerciales o en común. La apertura de mercados, es elemental para acelerar el crecimiento de manejos de nuevos servicios y el aprovechamiento de tecnológicas modernas. A nivel práctico, las organizaciones están iniciándose en el uso de las redes informáticas como un medio de para llevar artículos hacia el consumidor específico, ya sea en el contexto de atención presencial, Email y teléfono por requerimiento de peticiones electrónicas; debido a la gestión de un pedido por Internet tiene un costo de un 5% menos, que realizarlo por vías clásicas. Así pues, surge el negocio electrónico, como una opción para disminuir costes y un instrumento primordial en el rendimiento organizacional.

A pesar de lo anterior, el surgimiento del comercio electrónico causa de manera obligante un replanteamiento acerca de diversos aspectos referentes al comercio tradicional, ocasionándose nuevos inconvenientes; e inclusive, puntualizándose varios de los que están visibles. Dentro de ese compendio de dificultades, se puntualizan asuntos que conducen desde la veracidad lícita de las operaciones y tratados no documentario, el requerimiento de convenios universales que concuerden las normativas referentes al comercio, el monitoreo de las operaciones internacionales, incluso el cobro de tributos; el resguardo de los derechos de autor o propiedad intelectual, la seguridad de los usuarios en lo relativo a publicidad falsa o no requerida, estafa, contenidos ilegales y utilización abusiva de información personal, existe otros inducidos por la dificultad de buscar información en la web, comparar ofertas y apreciar la confianza del oferente y del demandante en una relación electrónica, la ausencia de seguridad de las operaciones, así mismo, los mecanismos de cancelación electrónica, la ausencia de pautas afianzados, la difusión de aplicaciones y formalidades

de negocio electrónico disconformes y la obstrucción de Internet (Facua, 2011).

El concepto "comercio electrónico", hace referencia a la utilización de un medio electrónico a manera de ejecutar operaciones comerciales; haciendo referencia en la mayor cantidad de casos, a la comercialización de productos vía Internet, aun cuando dicho término además incorpora mecanismos de adquisición por Internet (de organización a organización) (López C. , 2021).

De acuerdo a Torres (2012), la entrada de este método de comercialización innovador, otorga la posibilidad a los clientes de acceder de forma sencilla y desde cualquier lugar del planeta, a los bienes y servicios ofrecidos por una organización.

Así pues, partiendo de su premisa, el E-commerce o Comercio Electrónico, se trata de la repartición, comercialización, adquisición, marketing y aporte de datos de bienes o servicios mediante la red global. Teniendo consciencia de la relevancia de estar a la línea del progreso, las Pymes no se han estancado dentro del nuevo mercado, razón por la cual han hecho de los servicios de la red, un sitio que otorga la posibilidad de tener acceso a sus bienes y servicios en el transcurso de las 24 horas del día.

### ***2.2.1.1 Importancia del comercio electrónico.***

El progreso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, conllevaron a que el hábito rutinario de las personas se derive de una variación atenuante, en la cual los mismos transcurren su tiempo interconectados a la web desde donde se encuentren, disponiendo de plataformas web viables para llevar a cabo actuación; siendo posible ejecutar mayor cuantía de acciones referentes a un mundo virtual, en el cual únicamente no es empleado para la Navegación Web, sino además para la totalidad de acciones rutinarias (Anteportamlatinam, 2014).

Continuando con lo expuesto por el autor, dentro de este contexto virtual innovante, se cuenta con una comunicación permanente con otros individuos a través de las Redes Sociales, en el que resulta posible intercambiar temas de multimedia, e incluso tener la posibilidad de disfrutar de juegos grupales en línea; e inclusive, llevar a cabo diferentes Aplicaciones Web, al igual que la participación en lugares en línea en el que el usuario puede realizar su propia creación de carpetas o un álbum de fotografías y Blogs, ubicando soluciones para los requerimientos de las personas.

En este último grupo, se localizan los lugares que aportan una plataforma E-Commerce, siendo cada vez mayor la cuantía de los que toman la decisión de utilizarla como una conexión entre el usuario y el proveedor, sin tener el requerimiento de salir del domicilio; consistiendo fundamentalmente, en boutique Virtual donde se puede revisar y observar una lista de gamas de artículos que comúnmente se denomina Catálogo Virtual, al igual que realizar diferentes preguntas o asesorarse de precios, y consecuentemente proceder a adquirir el bien o servicio; puesto que, también se oferta envíos a la dirección proporcionada por el cliente. (Anteportamlatinam, 2014).

#### **2.2.1.2 Tipos de comercio electrónico.**

- B2C (Business-to-Consumer): La empresa online ofrece al consumidor.
- B2B (Business-to-Business): La transacción se realiza entre empresas por la vía web.
- B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a entidades del estado.
- C2C (Consumer-to-Consumer): El intercambio es entre los consumidores, siendo el más común e informal. (Rodríguez, 2015).

Entiéndase como los compradores que escogen como método de compra la web

Aquellas personas que realizan compras a través del internet se les llama ciberconsumidores. Cabe destacar que dentro de lo que implica el comercio electrónico, existen otros aspectos que lo integran aparte de las ventas líneas entre ellas podemos mencionar:

- Organiza el presupuesto en línea.
- Plataformas en línea para atender a los clientes.
- La incorporación y manejo de inventarios electrónicos.
- Los programas para ingresar a los diversos puntos de venta.
- Disponibilidad de los productos en base a la existencia.
- El pago electrónico.
- Seguimiento de las entregas.
- Los servicios posventa (Instituto Economía Digital ESIC [ICEMD], 2014).

### ***2.2.1.3 Estructura del comercio electrónico a través de una tienda virtual.***

Iniciando, para Malca (2001) un comercio virtual refiere a un compendio de páginas web que han sido obtenidas partiendo de una plataforma de información; acumulado de patrones y un compendio de materiales a fin de otorgar al usuario-consumidor una experiencia de compra.

Seguidamente, el autor expone que la estructura de un comercio virtual tendría que presentar las características que se mencionan:

- **Página primera:** Que refiere al ingreso al lugar web del comercio, la cual tiene que reflejar de manera global sobre la naturaleza que pretende ser el negocio y qué productos ofrecen al consumidor. Es necesario contar con un buscador, un catálogo de promociones que especifique el tiempo en

el que se realiza, empalmes de otras empresas similares que ofrezcan artículos suplementarios que requiera el comprador, es necesario que se pueda optar al idioma que se desea y enlaces a otros departamentos de la tienda virtual.

- Catálogo de productos: En este espacio, se coloca al interés del usuario, la gama de productos ofrecidos por la empresa, de tal manera que los consumidores tengan la posibilidad de subirlos a su carrito de compras. Es aquí que resulta relevante, que los productos ofrecidos estén ordenados por líneas.

- Lugar de compra: En dicha área, se lleva a cabo la estimulación del cliente de tal manera de que lleve a cabo la compra y cancele la misma. Se encuentra conformado por las siguientes secciones:

- Información legal: Se lleva a cabo la exposición de requisitos y pautas de utilización, principalmente para la comercialización virtual, acuerdos electrónicos y procedimiento de la información.

- Canasta de compra: En esta parte, el consumidor acopia sus adquisiciones, y se le abastece la cantidad total dada de la adquisición (Malca, 2001)

#### *2.2.1.3.1 Ventajas y desventajas.*

a. Para los Clientes.

Los beneficios que proporcionan las tiendas virtuales a los clientes son las que se mencionan:

Proporciona tener información. Por medio de la web se obtiene respuestas amplias, simples que requiere de una lectura dependiendo de la búsqueda y del contexto que necesitan los clientes, ahí la importancia de la publicidad y propagandas a través de la web, por este medio el usuario actualmente se ha visto obligados a solicitar o intercambiar sus productos debido al contexto del país, dejando de lado el comercio tradicional. Este

instrumento facilita la indagación y comparación de precios del mercado, de igual manera permite analizar y canalizar estos bienes ya sea en grandes cantidades buscando la mejor opción y la rapidez de buscar otros productos que se requiere.

Rebaja los costes y precios. Acorde al incremento de la competencia de los abastecedores para competir por medio de la web, ocasiona una reducción de los precios y costes; sin embargo este nivel de incremento de la competencia en el mercado digital también beneficia a mejorar la eficiencia y la variedad de los bienes y servicios (Aliaga & Flores, 2017)

Entre las desventajas que presenta se encuentran:

- La aproximación entre el ofertante y el consumidor con el fin de presentar quejas respecto al producto.
- La realización de cobros, así mismo efectuar el valor de la garantía del bien comercializado.
- Se desaprovecha la facultad de visualizar los bienes físicos a través de la comercialización (Aliaga & Flores, 2017).

b. Para las empresas.

Pueden mencionarse entre las ventajas otorgadas a las organizaciones por parte de las tiendas virtuales:

Optimización en la distribución. La internet, aporta a determinadas tipologías de abastecedores, la viabilidad de intervenir en un mercado participativo, donde los costes de distribución o comercialización tienen la tendencia a cero. Un ejemplo de ello, son los bienes digitales (software) que tienen la posibilidad de concederse de manera instantánea, finalizando progresivamente con el intermediarismo. Igualmente, los clientes y proveedores se conectan entre sí de forma directa, excluyendo las limitaciones que se suceden en dichas interacciones.

Es así, que de cierta manera dicho escenario es capaz de disminuir los canales de venta, haciendo una distribución competente al disminuir los

altos costos ocasionados por distintos desniveles de estrategias en gran nivel de sus procesos administrativos; pudiéndose reducir igualmente el lapso de tiempo en que demoran en llevar a cabo las operaciones comerciales; aumentando la eficiencia de las organizaciones (Correa, 2007)

En la actualidad, un gran número de empresas emplean la Web con el propósito de hacer del conocimiento de los clientes datos importantes sobre la empresa, aunado al servicio y bienes; tanto mediante comunicaciones internas, como con otras empresas y clientes. Cabe destacar que, la interacción que ofrece la Web brinda otra serie de beneficios encaminados a incrementar el nivel de relación con el cliente; facilitando así las relaciones de mercadeo, el soporte o atención al cliente, que va más allá de lo que podría ofrecer el comercio tradicional; otro beneficio es el hecho de que se puede acceder a cualquier hora ya su disponibilidad cubre todo el día y la noche, de acuerdo a la demanda del cliente. Es posible lograr retener clientes con la utilización de la Web cuando se están llevando a cabo trabajos de mercadeo, con la utilización de un diálogo asincrónico que resulte conveniente para ambas partes; esta técnica, brinda una oportunidad sin precedente de poder ajustar de manera precisa la comunicación a los clientes individuales, permitiendo que puedan solicitar la cantidad de información que deseen (Silva, 2009).

De igual manera, lo expuesto otorga la posibilidad a los responsables del ámbito de marketing, a que adquieran información importante de los usuarios, con la finalidad de darles un servicio de forma más eficiente en las futuras relaciones comerciales. Los lugares del internet con mayor sencillez, incorporan a los usuarios a través de botones a fin de transmitir información por medio de los Email a las empresas. Sin embargo, existen distintos lugares con mayor modernidad, los clientes completan planillas, con el fin de que en los mismos se desarrolle una interacción constante con la empresa; cuyo propósito se centra en informar acerca de los bienes y los

servicios, así como la obtención de la información referente a los requerimientos que los usuarios poseen acerca de éstos; obteniéndose a través de la divulgación de propagandas, promoción de ofertas y atención al cliente según a sus necesidades (Mark-Consulting, 2014).

Continúa explicando el autor, el internet proporciona a través de las páginas web sobre los temas especializados referente a los precios según el mercado, en ocasiones no hay competencia de precios. El intercambio de productos busca cumplir con las necesidades de los consumidores teniendo en cuenta los beneficios si adquieren o no el producto; es decir, el precio influye en el criterio del cliente al momento de comprar el artículo y así analizar si le conviene o no, esta distinción de precios depende del mercado que lo ofrece por ello el consumidor dará el valor del artículo si lo desea para su beneficio, sin duda un claro ejemplo es la facilidad de la empresa durante el envío de reparto a través de la distribución por medio de la web.

Beneficios operacionales. La utilización a nivel organizacional de la web, disminuye equivocaciones, lapsos de tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. En el caso de los proveedores, estos reducen los precios al tener acceso de manera interactiva a las bases de registros de oportunidades de ofertas; realizar el envío de las mismas a través del mismo medio; y finalmente, revisar; de igual manera los permisos que permitirá la facilidad de crear y crecer hacia nuevos mercados de ámbito local, regional, nacional e incluso internacional, debido al movimiento de las ventas de su contexto, será de mayor facilidad ingresar a nuevos mercados, direccionado con segmentación, y lograrlos con mayor prontitud. Todo ello es posible, dada la capacidad de contactarse de forma simple y con menos costo a los clientes potenciales, erradicando la demora que se puede dar entre los diversos subprocesos empresariales (Labelgroup, 2018).

En resumen, las compañías se benefician en:

- Propagar la base de compradores al ingresar a un mercado con mayor amplitud.
- Ampliar el horario de comercialización las 24 horas del día, los siete días de la semana, 365 días al año.
- Fundar una superioridad competitiva.
- Disminuir los costes de fabricación, capital, administración, entre otros.
- Optimizar el proceso de comunicación con los compradores, y la efectividad de campañas promocionales.

Ahora bien, entre las desventajas se tienen:

- Más reducida comunicación entre vendedor y consumidor.
- Hackers.
- Crackers (Visa Inc, 2021).

### **2.2.2 Gestión.**

El término gestión, proviene del latín, haciendo referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Es por ello, que hablar de gestionar, se trata de ejecutar diligencias que otorgan la posibilidad de realizar una transacción comercial, o de cualquier deseo. En otro ámbito, la palabra administrar incluye las ideas de gobernar, disponer, regir, decidir u organizar cierta cosa o contexto (Pérez & Merino, 2008).

El conocimiento de gestión, entonces, es extensible hacia el compendio de diligencias ejecutadas a modo de solucionar un tema o puntualizar un proyecto; siendo el término, además el direccionamiento o la administración de una organización.

### **2.2.2.1 Gestión Económico-Financiera.**

La gestión se puede entender como el ejercicio de dirigir, administrar o gobernar diligentemente para conseguir propósitos definidos.

Por ello, la gestión económico-financiera es el compuesto de procesos coordinados, dirigidos a proyectar, constituir, inspeccionar y valorar los medios económico-financieros disponibles para garantizar de manera óptima, la consecución de objetivos sociales previamente establecidos; además para las empresas es primordial este tipo de gestión para la producción del valor (Procesos de gestión gerencial, s.f.).

Así mismo, comprende todo aquello que garantice el cumplimiento de las metas y objetivos trazados desde el diseño estratégico establecido, con la colaboración de la dirección y demás trabajadores; e incluye la valoración oportuna y sistemática del desempeño operativo, en ejercicio de las estrategias previstas.

La planificación es un proceso clave dentro de la Gestión Económico - Financiera que permite anticiparse, en lo posible, a lo que se cree que va a ocurrir. Las entidades necesitan definir sus objetivos, establecer las acciones para lograrlos, identificar las personas responsables de su ejecución, y elaborar un plan de financiación que recoge el estudio de inversiones necesarias, el análisis de costes, la previsión de ingresos; así como, la estrategia financiera más adecuada para la captación de los fondos necesarios para ejecutar las acciones programadas. Los documentos económicos de la corporación, deben haber un orden en los documentos de manera estructurada con el fin de lograr la administración sea eficiente y que cuente con un control interno, llevar libros de registros contables con reportes financieros, entre otros temas de la empresa.

La inspección, rastreo y valoración de los resultados, son pasos importantes para una correcta gestión económico- financiera, ya que logran la corrección de desviaciones mediante acciones reparadoras; el estudio

de la eficiencia y eficacia en la gestión de los recursos económicos; el análisis de la solvencia, liquidez y sostenibilidad económica de la organización; etc.; con el fin último, de garantizar la consecución de unos objetivos sociales fijados y coherentes con la misión de la empresa de forma eficaz y eficiente. Así la empresa podrá examinar y valorar si los medios de la corporación son los que necesita, si compromete su misión y si es gestionada de la mejor forma posible, adoptando una dinámica de superación continua. (Procesos de gestión gerencial, s.f.)

Ahora bien, la gestión financiera tiene que analizarse en diferentes etapas:

- **Precisar el requerimiento:** Ante que todo, la organización debe realizar la estimación de los recursos, o bien, el presupuesto que se requiere para llevar a cabo sus procesos.
- **Modo de financiamiento:** En esta etapa se define la estructura financiera de la empresa; en otras palabras, en la cuantía se invertirá con recursos propios, y en cuál medida con recursos provenientes de terceros.
- **Técnica de financiamiento:** En relación a los recursos externos, resulta apropiado realizar la selección de la técnica de inversión que resulta más eficaz para la organización; con la posibilidad de recurrir a un crédito bancario o en su defecto, al mercado de capitales; formulando bonos u otra tipología de instrumento; siendo altamente importante el tipo de interés, el período de endeudamiento, así como otras condiciones de financiación.
- **Administración de los recursos:** Resulta conveniente, que la organización **realice una distribución prudente de los recursos que dispone, con el cumplimiento obligatorio de los requerimientos prioritarios**, entre estas las relaciones con los proveedores y la cartilla laboral. Asimismo, es importante llevar a cabo un control de los ratios financieros de la empresa, siendo posible realizar la cuantificación de

la solvencia, la liquidez, el nivel de endeudamiento empresarial, entre otros parámetros.

- **Valoración de proyectos:** A este respecto, la empresa posee la obligación de estudiar los planes de inversión, realizando el cálculo del monto actual neto; debido a que si el mencionado no resulta positivo, el proyecto empresarial no se comporta factible a nivel económico (Westreicher, 2021).

#### *2.2.2.1.1 Principios de la Gestión Económico – Financiera.*

Derivado de la relevancia de una apropiada Gestión Económica - Financiera, pueden recalcarse los siguientes principios que tienen que encaminar el trabajo diario, decisiones a disponer y labores ejecutadas en el ámbito general de la organización; en especial, en el ámbito de su Gestión Económico – Financiera (García A. , s.f.).

##### a. Principio de transparencia

El nivel de familiaridad y credibilidad social acumulada en las empresas, tiene dependencia en gran parte del grado de transparencia en la administración de la empresa; siendo su implementación, con juicio racionado primordial en la gestión, en especial la atención en la administración del sistema financiero; teniendo que permanecer en la manera de comportarse y la actuación de cada uno de los procedimientos de la empresa. Asimismo, representa una herramienta de autorregulación, debido a que otorga la posibilidad a la organización y a su contorno, realizar la comprobación acerca de qué cuantía las decisiones y actuaciones que la misma apadrina, tienen coherencia con su misión.

##### b. Principio de sostenibilidad

Las empresas con carácter no lucrativo, manejan la continuidad como principio básico, durante la existencia del fin social para lo cual fueron diseñadas, así como su aporte hacia el sostenimiento de los procedimientos en el que trabajan. A modo de obtener una secuencia de efecto permanente en el tiempo, este principio tiene que repercutir en la

totalidad de los procesos y comportamientos de las empresas; teniendo éstas, que contar con un modelo de administración sustentado, tanto en su extensión económica, así como, en la social y medioambiental.

De manera concreta, las organizaciones tendrán mayor sostenibilidad, en la proporción que tengan la capacidad de dar seguridad a:

- Un boceto de administración económico – financiera, donde se integre un sistema de control interno idóneo, barato y contable; al igual que la ejecución de estudio de factibilidad económico - financiera de las labores, proyectos de financiamiento y una estrategia de multiplicidad de sus fuentes de inversión.
- Una entidad gubernamental, que desafíe por un boceto de administración sustentable, y una estructura empresarial con la capacidad de sostenerlo.
- Acciones, planes y/o informes sustentables en el ámbito social, financiero y ambiental; a la vez, de habilidades dirigidas a la adecuada comunicación y promoción social de éstos (García A. , s.f.).

c. Principio de las tres E (economía, eficacia y eficiencia)

Según este principio, se administran los recursos financieros de acuerdo a juicios de economía, eficacia y eficiencia.

Juicio de economía: Hace referencia, a las condiciones en las que son obtenidos los recursos, en un período apropiado, aunado al costo más reducido posible; en la cuantía correcta y con una calidad apropiada preestablecida.

Juicio de eficacia: Presenta relación con el nivel en que se cumplen los objetivos entablados, no tomando en consideración los medios requeridos para su logro; es así, que las organizaciones con mayor eficacia

en su administración, en la cuantía que logren los objetivos que se han trazado.

Juicio de eficiencia: Para considerar que la administración de los recursos se ha manejado con eficiencia, cuando con los recursos con los cuales cuenta, ha podido alcanzar la mayor cantidad de resultados factibles; o por el contrario, que con los pocos recursos, se ha conservado la cualidad y cuantía de operaciones; por ello, se toman en consideración, no solo los recursos sino también la actividad comercial de la empresa.

#### *2.2.2.1.2 Los procesos fundamentales de la Gestión Económico – Financiera.*

Una vez conceptualizada la Gestión Económico – Financiera; tal cual en el compendio de procedimientos de interrelación destinados a alcanzar de manera óptima los logros con propósitos sociales; se conceptualizan como actividades primordiales de la Gestión Económico -Financiera, los que se mencionan a continuación:

- Desarrollo de programación y monitoreo económico.
- Fase contable.
- Desarrollo de administración y control interno financiero.
- Revisión, control y valorización, de manera constante.

El correcto conocimiento acerca de la naturaleza financiera de la empresa (proceso de administración y control interno económico), otorga la posibilidad de estudiar su escenario económico-financiero (proceso contable), y determinar objetivos relativos a la misma; llevando a cabo posteriormente, el rastreo de ellos (proceso de planificación y control financiero) (García A. , s.f.).

Por otra parte, aun cuando puede afirmarse que no la totalidad de empresas No Lucrativas (ONL) dan cumplimiento integral a cada uno los procesos mencionados, la mayor parte ejecuta ciertas pautas conformadas en cada uno de estos. De manera de ejemplificar, la mayor parte de las

empresas no lucrativas tienen conciencia, tal que reconocen la relevancia de asegurar la correcta gestión y monitoreo de los recursos financieros, frente al requerimiento de otorgar una justificación de la gestión económica de sus planes, servicios o programas, vigilar sus cobros y cancelaciones, etc.

A pesar de ello, siguiendo con la idea expuesta por el autor, en todas las circunstancias no son aplicados los principios y normas contables, comúnmente admitidas según al registro de sus actividades financieros; o se ejecutan planes estratégicos sobre la economía de la empresa; o se llevan a cabo cálculos detallados de los costos asignados a cada proyecto, plan e informe al igual que se pueden valorizar los resultados de la empresa referente a su economía y beneficios sociales obtenidos entre otros aspectos.

Por último, en cada uno de los planes de proceso, así como en la Gestión Económico - Financiera total, tiene que apadrinarse una actitud de optimización permanente; lo que involucra llevar a cabo una designación de los recursos de manera eficiente; tomar decisiones claras, convenientes de acuerdo con la misión; y optimizar y modernizar a los cambio de los procesos del sistema económico y financiero, de forma conjunta con los otros sistemas que están conectados con la institución. De esta forma, el estudio, seguimiento y valoración representa un proceso permanente y transversal al resto de los procesos (García A. , s.f.).

#### ***2.2.2.2 Importancia de la Gestión Económico – Financiera.***

Para García (s.f), la Gestión Económico - Financiera constituye un instrumento dirigido más hacia la dirección de la administración unida a la empresa y, así como, tiene que contribuir para que los proyectos y medios de la empresa continúen en el futuro. La razón primordial de llevar a cabo una gestión económica-financiera apropiada, se centra en el cumplimiento del fin social de la organización, asegurando el logro de sus objetivos sociales.

Aparte de dar cumplimiento a su propósito social, las organizaciones tienen que asumir la obligación de justificar los ingresos y egresos de la administración de la caja alcanzados a aquellos que ponen su confidencialidad, trabajo, dedicación e inversión en la empresa en todo el contexto de su ámbito; exponiendo su informe monetario y su desarrollo de administración y verificación de manera transparente y veraz. La claridad en el manejo de los capitales, y actividad eficiente en la administración monetaria e inversiones, constituyen los elementos más resaltantes que ayudan a la conservación y seguridad de la confianza depositada en la empresa por las distintas agrupaciones que tienen el mismo beneficio, asegurando así la subsistencia y sustentabilidad financiera de la empresa, conforme al requisito necesario para el acatamiento de sus objetivos y fines sociales (García A. , s.f.).

### **2.2.3 Estados Financieros.**

Según Effio (2008) mencionado por Barrios (2019), los Estados Financieros se refieren a informes que, a manera de esquema, presentan de forma razonable los cambios financieros que ocurren en las empresas a una determinada fecha o período de un ejercicio; esto en concordancia con los PCGA.

Expone el mencionado autor, que dichos informes integran lo siguiente:

- Estado de Situación Financiera (antes Balance General)
- Estado de Resultados
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- Estado de Flujos de efectivo
- Notas, resumen explicativo y detallado de aspectos relevantes

Por su parte, Arturo (2019) conceptualiza los estados financieros como los documentos o informes que hacen alusión a la información

económica y financiera de una organización bajo una concepción estructurada, como los bienes y las deudas, las ganancias que obtuvo, así como las entradas y salidas; información que le permite a la entidad tomar decisiones pertinentes.

Menciona que los mismos, son ejecutados por el área de finanzas o de contabilidad en la organización, cuando es realizada la contabilidad de ésta o simplemente cuando sean solicitados por los dueños o altos directivos; siguiendo para su elaboración principios o normas contables aceptadas a nivel mundial.

En cuanto a la finalidad de los estados financieros, la misma se centra en el suministro de información sobre la posición financiera, el desempeño financiero y sus variaciones en una empresa; aun cuando éstos no suministran toda la información que los empleados, acreedores, clientes, entidades gubernamentales y los ciudadanos necesitan para tomar sus decisiones económicas; debido a que los mencionados reflejan principalmente los efectos financieros de sucesos pasados, y no contienen necesariamente información más allá del contexto económico (Videla, 2007)

Continúa el autor, expresando que los estados financieros son preparados por lo general, bajo el supuesto de que organización se encuentra operando, y que continuará su actividad dentro de un futuro previsible. Por ello, a manera de elaborarlos, la gerencia tiene que realizar una evaluación la capacidad que posee la empresa para continuar en funcionamiento.

Los estados financieros, se ejecutarán bajo el supuesto de negocio en marcha, a menos que la gerencia pretenda liquidar la entidad o cesar en su actividad; o no se presente otra alternativa más real que proceder de una de estas formas; por lo que cuando ésta esté consciente de que existen eventos o situaciones que arrojen dudas importantes acerca de la

posibilidad de que la empresa continúe operando a normalidad, se tienen que dar a conocer en los estados financieros (Videla, 2007).

Ahora bien, a este respecto Apaza (2011) citado por Barrios (2019), expresa que los estados financieros deben poseer cuatro cualidades fundamentales:

1. **Comprensibilidad**, que no es más que la presentación de los mismos sea comprensible a las personas que lo utilicen.
2. **Relevancia**, refiriéndose a los datos que resulten útil y que ejerzan influencia en la toma de decisiones, lo cual permite realizar una evaluación de los sucesos y, por ende, de corregir las evaluaciones previas.
3. **Confiabilidad**, se hace mención, cuando la información financiera se encuentra sin ninguna equivocación o sesgo.
4. **Comparabilidad**, resulta a la capacidad que resulta necesario posean los usuarios de los estados financieros para compararlos con los de otras organizaciones, en cualquier lapso y tiempo.

Arturo (2019) menciona que los estados financieros básicos que se emplean son:

**a. Balance General.**

Está sustentado en el principio básico de la contabilidad, y es denominado igualmente como balance de situación o estado de situación patrimonial, y en él se visualizan los activos, los pasivos y el patrimonio disponibles en una empresa, en un escenario específico. Su ventaja es que permite realizar un análisis de los activos, pasivos y el patrimonio disponible en una empresa; de esta forma se puede tener conocimiento de cuánto y en qué se ha invertido, cómo se encuentra administrando sus pasivos, y finalmente, a qué monto se eleva su capital.

## **b. Estado de Resultados**

Otra denominación por la cual es reconocido es bajo el término Estado de Ganancias y Pérdidas, Cuenta de Resultados o Cuenta de Ganancias y Pérdidas. Este instrumento hace una muestra de los ingresos, los gastos y las ganancias o pérdidas que han sido alcanzadas en una organización, durante un lapso determinado, el cual comúnmente es de un año.

Resulta útil, ya que permite realizar un análisis de los ingresos, los gastos y los resultados alcanzados por la organización, visualizando si la misma genera entradas, o si, por el contrario, posee muchos gastos, por lo que gasta más de lo que ingresa.

Este instrumento, se encuentra sustentado por el principio contable de devengado, lo que significa que muestra los ingresos y los gastos que ha tenido una empresa en el momento en que se producen, independientemente del instante donde se llevan a cabo los cobros o los pagos correspondientes.

## **c. Flujo de Caja**

Igualmente es denominado flujo de efectivo, flujo de liquidez o *cash flow*, y en éste se aprecian los flujos de ingresos y egresos de efectivo alcanzados por una organización en el transcurso de un lapso específico.

A través del mismo, es posible realizar un análisis de la manera en que la empresa obtiene y gasta su efectivo, y cuál es su efectivo disponible al final del período.

## **d. Estado de cambios en el patrimonio**

Igualmente es reconocido como estado de superávit, ya que expresa las variaciones en el patrimonio (las variaciones en los aportes realizados por los socios o accionistas de la empresa, y en la utilización o distribución de las utilidades) que alcanza una organización durante un lapso de tiempo específico.

#### **e. Estado de cambios en la situación financiera**

Se reconoce igualmente como estado de movimientos de fondos, expresando el origen de los fondos de una empresa, así como el destino que le fue otorgado en el transcurso de un tiempo determinado.

#### **f. Memoria**

Conocidos además como notas de los estados financieros, proporciona datos que contribuyen a ampliar la información que se aporta en los demás estados financieros; realizando igualmente una explicación de información importante en éstos, que resultaría dificultosa para interpretar o analizar.

#### **2.2.3.1 Tipos de Estados Financieros.**

Expresa Arturo (2019) que los estados financieros por lo general, se clasifican de acuerdo a su funcionabilidad en:

- **Estados financieros proyectados:** Aquellos que muestran cifras proyectadas; en otras palabras, cantidades que han sido pronosticadas para una fecha o período de tiempo en el futuro; razón que hace que sean empleados para tener un conocimiento acerca de los resultados que un futuro pueda obtener la organización, conociendo si la misma resulta rentable o no. **Estados financieros auditados:** La información de los mismos ha sido chequeada y verificada por auditores o contadores públicos independientes a la organización.
- **Estados financieros consolidados:** Se tratan de aquellos que son presentados por distintas empresas u órganos independientes, como si se trataran de una sola entidad; por lo que comúnmente se aplican para realizar un análisis económico de empresas de carácter multinacional.

### **2.2.3.2 Indicadores Financieros.**

Videla (2007) menciona los siguientes indicadores financieros:

#### *1. Indicadores Financieros de Endeudamiento (E).*

En el momento en que la empresa se endeuda, se ocasiona una obligación de una serie de pagos fijos a futuro; escenario que es conocido como endeudamiento o leverage, o apalancamiento financiero. Las variaciones en las utilidades de la empresa tienen un mayor impacto sobre la rentabilidad del patrimonio, cuando las empresas están apalancadas (empresas con leverage alto), debido a que las utilidades de los accionistas son residuales con respecto a los acreedores.

Por esta situación, el apalancamiento financiero eleva el peligro de la rentabilidad del capital; por lo que, en situaciones extremas, un elevado apalancamiento es posible que conlleve al fracaso de una organización.

#### - Razón de Endeudamiento

Resulta de la deuda a largo plazo, y la cuantía de la deuda a largo plazo con el capital.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Deuda a Largo Plazo}}{\text{Deuda Largo Plazo} + \text{Patrimonio}} * 1$$

#### - Razón Deuda- Patrimonio

Es el cociente resultante entre la deuda a largo plazo y el capital.

$$\text{Razón Deuda Patrimonio} = \frac{\text{Deuda a Largo Plazo}}{\text{Patrimonio}} * 1$$

#### - Cobertura de Intereses

Hace referencia al nivel en el cual la Utilidad obtenida durante el período contable, cubre la cancelación de los Intereses; siendo entonces el resultado de el cociente entre el EBIT y la cancelación de intereses.

$$\text{Cobertura de intereses} = \frac{\text{EBIT (Utilidad Operacional Neta)}}{\text{Intereses}} * 1$$

#### - Cobertura Líquida de Intereses

Como se observa, la depreciación es disminuida cuando la organización hace un cálculo de la utilidad, aun cuando esto no implica una salida de efectivo; resultando importante tener conocimiento del nivel de cobertura que posee el flujo de caja neto (Utilidad más depreciación) a modo de cumplir con los intereses.

Así pues, dicho ratio resulta del cociente entre el EBIT y la depreciación, divididos por los intereses.

$$\text{Cobertura de intereses} = \frac{\text{EBIT} + \text{Depreciación}}{\text{Intereses}} (\text{veces})$$

#### *2. Indicadores Financieros de Liquidez (L).*

Partiendo del hecho de que la liquidez viene a ser un indicador de la rapidez de un activo, para convertirse en efectivo o efectivo equivalente a un bajo costo; los índices de liquidez cuantifican la capacidad que tiene una organización para transformar sus activos en caja, o bien de alcanzar caja para cumplir su pasivo circulante; en otras palabras, cuantifica la capacidad de la misma a modo de dar cumplimiento a sus obligaciones financieras, que vencen dentro del año. Así pues, cuan más elevados sean los índices de liquidez, más alta será la solvencia de la organización.

- Liquidez de Capital de Trabajo

Este ratio, resulta del cociente entre el Capital de Trabajo y los activos totales de una empresa; cuantifica aproximadamente la reserva potencial de la caja de la organización (Balance corto):

$$\text{Liquidez de Capital de Trabajo} = \frac{\text{Capital de trabajo}}{\text{Activos Totales}} \text{ (veces)}$$

- Razón Circulante

Este ratio, resulta del cociente entre activos circulantes y pasivos circulantes; cuantificándose en veces.

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}} \text{ (veces)}$$

- Prueba Ácida

En este indicador, se realiza la exclusión de las existencias de los activos circulantes, al llevar a cabo la comparación con los pasivos circulantes.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Circulante}} \text{ (veces)}$$

- Cobertura de Gastos Explotación

En este indicador, a modo de calcular la media diaria, se emplea un año de 365 días.

$$\text{Cobertura gastos Explotación} = \frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Existencias}}{\text{Media diaria de Gastos de Explotación}} \text{ (días)}$$

### 3. Indicadores Financieros de Eficiencia Operacional (EO).

#### - Rotación de Activos

Representa el cociente de los Ingresos por Ventas de un año, divididos por los Activos Totales Medios; mostrando entonces la intensidad de la utilización de una empresa (Balance Corto).

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ingresos por Ventas}}{\text{Activos Totales Medios}} \text{ (veces por año)}$$

#### - Rotación de Capital de Trabajo

Este ratio, es el resultado del cociente entre los Ingresos por Ventas de un año y el Capital de Trabajo; midiéndose éste último como promedio del ítem en dos años consecutivos.

$$\text{Rotación de Capital de Trabajo} = \frac{\text{Ingresos por Ventas}}{\text{Capital de Trabajo por Medio}} \text{ (veces por año)}$$

#### - Rotación de existencias

Representa el resultante entre los Gastos de Operación y las Existencias (promedio).

$$\text{Rotación de Existencias} = \frac{\text{Gastos de Operación}}{\text{Existencias}} \text{ (veces por año)}$$

#### - Período Medio de Cobro

Este indicador, es el cociente entre los Documentos por Cobrar (promedio) y el Promedio Diario de Ventas; suponiéndose que el período anual corresponde a 365 días.

$$\text{Rotación de Medio de Cobro} = \frac{\text{Documentos por Cobrar}}{\text{Promedio Diario de Ventas}} \text{ (días)}$$

#### *4. Indicadores Financieros de Rentabilidad.*

##### - Margen de Utilidad Neta

Se trata del cociente entre la Utilidad Operacional Neta; mediante el cálculo entre el EBIT menos Impuestos (teóricos) y los Ingresos por Ventas.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{EBIT} (1 - T)}{\text{ingreso por Ventas}} \text{ (por uno)}$$

##### - ROA (Rentabilidad sobre los Activos)

Dicho ratio, se obtiene entre el cociente entre la Utilidad del Ejercicio y los Activos Totales (Balance Largo)

$$\text{Rentabilidad sobre los Activos} = \frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Activos Totales Medios}} \text{ (por uno)}$$

##### - ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio)

Este índice, indica la rentabilidad alcanzada por los accionistas.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Patrimonio Medio}} \text{ (por uno)}$$

- Razón de distribución de Dividendos (RDD)

Es el cociente entre los Dividendos y la Utilidad del Ejercicio; pudiéndose cuantificar en base a los Dividendos y la Utilidad por Acción (UPA).

$$\text{Razón de Distribución Dividendos} = \frac{\text{Dividendos Repartidos}}{\text{Utilidad del Ejercicio}} \text{ (por uno)}$$

- Razón de Reinversión (RRI)

En este referente, la ganancia que no sea repartida a modo de dividendo, es reinvertida en la organización.

$$\begin{aligned} \text{Razón de Reinversión} &= 1 - \text{Razon de Distribución de Dividentos (por uno)} \\ &= \frac{\text{Utilidad} - \text{Dividendos}}{\text{Utilidad del Ejercicio}} = \frac{\text{Utilidad Retenida}}{\text{Utilidad del Ejercicio}} \end{aligned}$$

- Tasa de Crecimiento del Patrimonio Derivado de la Reinversión (TCP)

Este indicador, es igual al producto del índice de reinversión por la rentabilidad sobre el capital.

$$\text{Tasa de Crecimiento Patrimonio} = \text{Razon de Reinversión} * \text{ROE (por uno)}$$

5. *Indicadores Bursátiles (Relación entre los Valores de Libro y el Mercado).*

- Relación Precio / Utilidad (RPU)

Resulta del cociente entre el precio de la acción y su utilidad.

$$\text{Relación Precio /Utilidad (RPU)} = \frac{\text{Precio de la Acción}}{\text{Utilidad por Acción}} \text{ (por uno)}$$

- Rentabilidad por Dividendos

Representa el cociente entre el dividendo por acción y el precio de la acción.

$$\text{Rentabilidad por Dividendos} = \frac{\text{Dividendos por Acción}}{\text{Precio de la Acción}} \text{ (por uno)}$$

#### **2.2.4 Ratios Financieros.**

Según menciona Olivera (2011) “son herramientas que se usan para analizar e interpretar los estados financieros de una empresa en un período dado. Se calcula a partir de la combinación del estado de situación financiera y el estado de resultados” (p. 6).

##### **2.2.4.1 Alcance de los ratios financieros.**

Según Flores (2015) es de relevancia gracias a que:

- Proporciona información relacionada a como la compañía está llevando a cabo la gestión.

- Proporciona información que guarda relación con la inversión que realizan los accionistas o los dueños de una compañía que es rentable.
- Permite comparar que es imposible realizarla por medio de valores absolutos.
- Unifican la información de diferentes compañías o de diversos períodos de la misma, permitiendo realizar una comparación.
- Aplicando adecuadamente los ratios financieros, se establecen las debilidades de la compañía, con el propósito de que el gerente tome medidas correctivas en el momento oportuno (p.65).

Los ratios son muy relevantes, debido a que nos muestran en tiempo real (presente) una comparación de dos empresas, pudiendo ver como ejemplo a una de las tantas competencias directas, y comparar quien posee mayor solvencia, liquidez, etc., en un determinado período; y así, poder tomar decisiones con mayor objetividad.

En general, los ratios nos proporcionarán determinada información para la evaluación y el desempeño financiero de distintas empresas, y así poder cuidar la salud y rentabilidad de cada una de ellas.

#### **2.2.4.2 Características.**

- Nos permite la recolección de información financiera y hacer comparativas, para observar el crecimiento de la empresa.
- Son conceptualizados a las limitaciones de los estados financieros.
- Los análisis y comparativas serán más precisas, según rubro y situación general de cada empresa.
- Son independientes, ya que, por necesidad de la empresa, se pueden escoger y calcular los relevantes para cada situación; y no existe obligatoriedad de calcularlos todos.

#### **2.2.4.3 Objetivos.**

- Obtener información de utilidad en el aspecto patrimonial, financiero y económico para complementarla de los datos absolutos
- Para ejecución de los ratios financieros, se usarán dos criterios básicos:

a. Relevancia: considerar los ratios financieros que sean útiles para el tipo de análisis que se esté realizando; según rubro, necesidad, etc.

b. Relación: específicamente, se debe determinar ratios financieras con relación en sus magnitudes, para que la información tenga sentido.

#### **2.2.4.4 Clasificación.**

Se clasifican en:

- Liquidez
- Gestión
- Solvencia
- Rentabilidad

#### **- Ratios de Gestión (actividad)**

Según Olivera (2011, p.10) citado por Valdez, se caracterizan por verificar las políticas y estrategias realizadas en el pasado, y cómo influirán en el uso o manejo de recursos en situaciones específicas, hasta el actual proceso de ejecución; así como también, observar qué cuentas se agilizaron en la conversión de ventas realizadas a dinero en los estados financieros (2019).

Esta ratio, detecta como es representada la gestión de la empresa en su efectividad y eficiencia, por las políticas tomadas relativas a las ventas totales, al contado, pendientes de cobro y también la gestión de inventarios.

### **- Ratio de Rotación de Cartera (cuenta por cobrar)**

Continúa exponiendo Guzmán (2005, p.19), el ratio de rotación de cartera, cuantifica la demora de una empresa en hacer efectivo el cobro a sus clientes; por ende, si las ventas son menores al valor de cuentas por cobrar se entendería que la empresa pierde capacidad de pago, debido a un incremento de las deudas por parte de los clientes; por lo cual una variación entre estos dos factores, implicaría un cambio o no de políticas de cobro en la compañía (Valdez, 2019).

Existen diversos inventarios, una industria que transforma materia prima tendrá tres tipos de inventarios: el de materia prima, el de productos en proceso y el de productos terminados. Si la empresa se dedica al comercio, existirá un solo tipo de inventario, denominado contablemente como mercaderías.

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar promedio}}{\text{Ventas}} * 360$$

### **- Ratio de Rotación de Inventarios**

A este respecto, Guzmán (2005, p.21), expuesto por Valdez (2019), lo considera de suma importancia en la gestión de inventarios, debido a que nos proporciona información de cuánto demora el stock en convertirse en efectivo, y las veces que se necesita reponerse en un período determinado.

La rotación de inventarios permite ver la cantidad de dinero que hay durante los cambios de inventario que se vende y así conocer el capital de trabajo de la empresa. (Guzmán, 2005, p. 21).

### **- Ratio de Período Promedio de Pago a Proveedores**

Cuantifica la cantidad de días que la compañía demora en cancelar los créditos proporcionados por los abastecedores.

$$\text{Rotación de Inventario} = \frac{\text{Inventario promedio}}{\text{Costo de las Ventas}} * 360$$

Permite ver los días en que una empresa tarda en pagar a los proveedores. Es decir, desde el momento en que la empresa adquiere la materia prima hasta la cancelación del pago al proveedor (Guzmán, 2005, p.22).

$$\text{Periodo de pago a proveedores} = \frac{\text{Promedio de cuentas por pagar}}{\text{Compras a proveedores}} * 360$$

### ***Ratio de Rotación de Caja y Banco***

El citado autor, señala sobre el efectivo que nos permitirá tener opinión sobre la cantidad de dinero que hay en caja y Bancos para cubrir los días de venta (Valdez, 2019).

$$\text{Rotación de Caja y Bancos} = \frac{\text{Caja y Bancos}}{\text{Ventas}} * 360$$

### **- Ratio de Rotación de Activos Totales**

Ratio cuyo propósito, mide las actividades de ventas de la firma; indicando la cantidad de veces en que la empresa puede disponer entre sus clientes un monto igual a la inversión que se realizó. Según Guzmán (2005, p.23) citado por Valdez (2019).

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

### - Ratio de Rotación de Activo Fijo

Expresa Guzmán (2005, p.24) mencionado Valdez (2019), señala que esta ratio mide el nivel de la empresa cuando realiza el manejo de los activos intangibles en un periodo menor de un año; los activos intangibles son aquellas propiedades, equipos y plantas. Sin embargo, a largo plazo generan ingresos.

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$$

### - Ratios de Rentabilidad

Cuantifican la eficiencia de las operaciones comunes que desempeña una empresa y la capacidad con que genera utilidad, tanto sea con recursos propios o de terceros

Dentro de esta ratio podemos encontrar varios, pero los más usados son:

#### ***Razón de Rendimiento del Capital o ROE (Según siglas en inglés):***

El rendimiento de capital, nos proporciona información importante sobre el retorno de la inversión de los accionistas en libros, según la utilidad obtenida.

Tiene como fin, maximizar el beneficio para los accionistas; es por ello, que mide la eficiencia de las inversiones, con respecto a la generación de utilidad.

$$\text{RE} = \frac{\text{Utilidad Netas}}{\text{Patriomonio}} * 100$$

***Rendimiento sobre la inversión o ROI (Según siglas en inglés):***

Este rendimiento, nos indica cómo fueron administrados los activos según la disponibilidad de utilidad total al finalizar un período.

$$\mathbf{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo}} * 100$$

***Margen de utilidad:***

Este margen nos indica, la eficiencia de la empresa en el manejo de todo tipo de gastos sea al fisco, de producción, administrativos, etc., para convertir las ventas en utilidad; es por ello, que evalúa si una operación dentro de una empresa ha producido un beneficio adecuado para el accionista o empresario.

$$\mathbf{\text{Margen de Utilidad}} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$$

***2.2.5 Planeación financiera.***

De acuerdo con Lusthaus (2002), citado por Valdez (2019), “requieren recursos para funcionar” (p.33). Se requieren medios económicos para pagar los costos incurridos, a corto y largo plazo”. A fin de que existan recursos disponibles la empresa necesita los siguientes:

- Prevenir los gastos operativos.
- Establecer los importes de los fondos que se necesita para los gastos de capital.
- Prevenir en un período establecido cuánto dinero, y para cuándo es necesario.

Es por ello, que Lusthaus (2002, p.70) citado por el autor antes mencionado, hace referencia a que la planificación financiera “es la capacidad de la organización de predecir sus futuras necesidades económicas” (p.33).

La planeación financiera, consiste en establecer las condiciones teniendo en cuenta el recurso que tiene y está dirigido a asegurar la rentabilidad de la compañía, de igual manera lograr el propósito de viabilidad económica a largo plazo, que le consta a la empresa con la misión y visión a futuro.

Como se describe anteriormente, la planeación financiera es de utilidad para definir a dónde apunta una organización y de qué manera conseguirá sus objetivos que fueron establecidos de forma armónica por todos sus integrantes; esto permitirá aprovechar mejor los recursos, oportunidades y minimizar el riesgo.

#### ***2.2.5.1 Objetivos de la planeación financiera.***

Los objetivos en la planeación financiera es un proceso que logra por etapas según la decisión de la empresa que requieran alcanzar a lo largo plazo a continuación se especifica las decisiones a tener en cuenta para una planeación:

- Atiende las necesidades de cada área para futuras decisiones.
- Permite agilizar la toma de determinaciones futuras y con menor riesgo.
- Otorga una valoración de liquidez futura.
- Reconoce los posibles impactos futuros de las decisiones actuales.

#### ***2.2.5.2 Operación Financiera.***

De acuerdo con López (2021) la operación financiera se refiere a toda transacción no simultánea de capitales financieros, que es establecido

entre el prestamista y el prestatario, una vez corroborada la equivalencia, en base a una Ley financiera, entre los capitales entregados por uno y otro.

En otras palabras, tanto la prestación como la contraprestación tienen que ser económicamente equivalentes, lo que conlleva a que la adición financiera de los capitales de la prestación (S), tiene que ser igual a la sumatoria financiera de los patrimonios de la contraprestación (S') en un punto específico.

Continúa mencionando el autor, que los elementos intervinientes en cualquier operación de carácter financiero son los que se mencionan:

**1. Conjuntos de capitales que se intercambian:** Se denominan prestación y contraprestación, respectivamente. La primera, se encuentra integrada por la totalidad de capitales que otorga la parte que da comienzo a la operación (prestamista); y la segunda, la conforman la totalidad de capitales que concede la parte contraria, es decir, la parte que recibe el primer capital (prestatario).

**2. Agentes que intervienen en la operación:** Se refiere al prestamista y el prestatario. El primero, es el que entrega la prestación y recibe la contraprestación; mientras que el segundo, es el que recibe la prestación y entrega la contraprestación.

**3. Duración de la operación:** Está referido al lapso de tiempo que sucede entre el vencimiento del primer capital (origen), otorgado comúnmente por el prestamista, y la entrega del último (final); quede acuerdo a la operación concreta, es posible que sea concedido por el prestamista o por el prestatario.

**4. Ley financiera de valoración:** Hace mención a la expresión matemática que exige que los capitales entregados por el prestamista y el prestatario, sean económicamente semejantes (López J. , 2021).

### **2.2.6 Aranceles.**

De esta manera, si se tiene que comprar artículos del exterior para fabricar bienes nacionales, o importar para vender directo al consumidor existen impuestos ya establecidos en el régimen de las aduanas; comprendidas de la siguiente manera:

- Arancel ad-valorem: este impuesto protege a los bienes nacionales lo cual se le atribuye un pago porcentual al producto importado.
- Arancel específico: se aplica un monto fijo por la cantidad monetaria a los bienes importados por unidad de volumen de importación.
- Arancel mixto: es el que está compuesto por un arancel ad-valorem y un arancel específico.

Las tarifas varían entre 0,6 y 11%, de acuerdo con el tipo de mercadería que se importa.

#### **2.2.6.1 Identificación de los aranceles.**

Para identificar el tipo de arancel, primeramente, se debe saber cuál es la subpartida nacional (código de 10 cifras) del producto que se quiere importar. Esta subpartida nacional es necesaria porque te permitirá saber si la mercadería debe pagar tributos, si hay alguna restricción o si ofrece algún beneficio arancelario.

Asimismo, este dato es exigible en la declaración de aduanas que se presente ante la SUNAT. Para determinar la subpartida nacional de una mercancía, se debe proceder a la “Clasificación Arancelaria”, el cual solicita las siguientes especificaciones técnicas de la mercancía:

- Nombre comercial y técnico
- Características relevantes que identifiquen a la mercancía
- Componentes
- Uso y aplicaciones
- Información gráfica

- Forma de presentación

Otra forma de determinar la subpartida nacional es a través del Portal SUNAT, donde se debe ingresar el nombre del producto en la casilla DESCRIPCIÓN, y luego hacer clic en Consultar.

#### **2.2.6.2 Equivalencia de los aranceles.**

Las categorías arancelarias ad-valorem en el Perú hacia productos comprados del exterior de terceros países, varían entre un 0,6% y un 11% de según al producto a comprar por parte del consumidor o comerciantes normalmente se aplica un porcentaje a producto manufactureros. Este tipo de arancel protege a los productores peruanos cuando los precios varían de forma continua. Referente a este tema a tratar el arancel se analiza a través de una comparación de costes del exterior y con el precio local de los bienes o servicios formulado en porcentuales el precio internacional.

Otra categoría importante sobre el arancel específico hace referencia a un producto determinado fijando el precio específicamente a este bien importado muy aparte del costo de este producto.

Finalmente, la sugerencia al comprar del exterior es conservar y vigilar con cuidado a estos impuestos con fines adecuados para su liquidación correspondiente de los aranceles. Tal cual, se puede aludir a las multas en casos de no cumplir con las normas arancelarias de los bienes importados.

#### **2.2.7 Mypes.**

##### **2.2.7.1 Concepto de Mypes.**

Las MYPES, son definidas por Sánchez (2014), partiendo de la definición aportada por el Artículo 2 de la Ley 28015, las mismas representan la unidad económica integrada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o administración empresarial,

regulada por la normativa actual, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Ahora bien, es necesario que las MYPES reúnan las siguientes especificaciones de manera recurrente, de acuerdo al Artículo 3 de la mencionada Legislación, donde se visualizan los siguientes rubros:

a. Según la cuantía de empleados:

- La microempresa abarca de uno a diez empleados inclusive.
- La pequeña empresa integra de uno hasta cincuenta empleados inclusive.

b. Según el margen de ventas al año:

- Las microempresas hasta un tope máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- La pequeña empresa a partir de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

La Ley que facilita la formalización de las MYPES es la Ley 28015, la cual fue aprobada en el año 2003; siendo agregado el Decreto Legislativo 1086, sufriendo una modificación por Ley 30056, la cual integra a las medianas empresas y elimina a su vez el tope máximo de empleados para categorizar a las empresas.

Por otra parte, las MYPES presentan como atribuciones generales en lo que respecta al comercio y gestión de las mismas:

- Comúnmente son dirigidas y administradas por sus dueños, lo que las hace independiente.
- El ámbito de operación es local.
- Comúnmente no emplean técnicas de gestión, ya que no manejan una especialización laboral.

- Utilizan entre 5 y 10 empleados.
- No disponen de gran cantidad de empleados fijos o estables, aunque su patrimonio si es intensivo.
- Cuentan con recursos económicos limitados.
- Presentan poco acceso a la tecnología.
- Generalmente no hacen un distanciamiento entre las finanzas familiares y las del negocio.
- Gracias a que suelen ser informales, poseen un acceso limitado al área económica (Aspilcueta, s.f.).

#### **2.2.7.2 Evolución de la Legislación de la MYPE.**

En el país, en la década de 1970, se comenzó a tener una normativa sobre regímenes especiales de fomento para promocionar a las PYMES (pequeñas y medianas empresas), que son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos; las cuales siguen rigiendo en las siguientes décadas, tal como se especifica a continuación:

- Ley de la Pequeña Empresa del Sector Privado (1976), conceptualiza a la pequeña empresa de acuerdo a sus montos que han sido vendidos; fijándose incentivos para su desarrollo, así como un sistema tributario preferencial.

- Ley que crea la figura jurídica de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), con el fin de agilizar la formación de pequeñas empresas. En esta Legislación, se hace una diferenciación de los bienes tangibles e intangibles de la persona natural y jurídica, a modo de favorecer la formación y la administración de las PYMES.

- Decreto Legislativo N° 23189 publicado en el julio 1980, en el mismo se hace el establecimiento de que para la pequeña empresa es posible llevar a cabo sus procedimientos de actividades de la empresa como EIRL. En el mismo, se establece en 5 el máximo de empleados para

pequeñas empresas dedicadas a la comercialización, y en 10 empleados para aquellas que se encuentran orientadas al sector de servicios.

Asimismo, la creación de la Cooperativa de Servicios de Pequeñas Empresas, en miras a tener acceso a préstamos y subvención financiera; así como el FOPE (Fondo Especial de la Pequeña Empresa).

- Ley 23407 publicada en mayo 1982, promulga la Ley General de Industrias, donde se determina aparte de otros aspectos, el límite de las ventas anuales de una pequeña empresa industrial; el cual no debe exceder los 720 sueldos mínimos vitales, en la provincia de Lima.

- Ley 24062 (enero 1985), Ley de la Pequeña Empresa Industrial, cuyo horizonte es llevar a cabo la regulación del Capítulo de Pequeña Empresa Industrial, que descansa en la Ley General de Industrias (Ley 23407).

Por otro lado, indica que cuando el FOPE financia es con las contribuciones de las pequeñas empresas industriales.

Ahora bien, a finales de la década de los ochenta, se establecieron nuevamente decisiones promocionales para el sector Pequeñas y medianas empresas, así como como el permiso de beneficios fiscales para el establecimiento de cargos laborales, la formación profesional y la compra de nuevas maquinarias y equipos.

- Decreto Legislativo N° 705 (noviembre 1991), Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas (MYPES), donde se delimita la normativa legal de las mismas, conceptualizándola de acuerdo a la dimensión referente a la cantidad de trabajadores y el total de ventas anual.

- En la época de los años 90, la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), emite las Resoluciones 897-94 y 259-95; faculta y regula la actividad de las EDPYMES (Entidades de Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa). Entonces, la SBS se refiere a las pequeñas empresas esenciales como emprendedores de la economía que disponen de activos

hasta por 20,000 dólares y/o ejecutan transacciones anuales no superiores a los 40,000 dólares; sin embargo, estas pequeñas empresas, hace referencia al número de unidad que disponen de activos hasta 30,000 dólares y/o ejecuten las ventas que no excedan los 750,000 dólares correspondiente al año.

- Ley 26904 (diciembre 1999), que declara de interés público la generación y difusión de estadísticas económicas sobre micro y pequeñas empresas. El Instituto Nacional de estadística e Informática (INEI), actúa como el organismo responsable través del COTIEPYME (Comisión Técnica Interinstitucional de Estadísticas de la Pequeña y Micro Empresa).

- Concluyendo, la Nación peruana emplean varias conceptualizaciones de micro y pequeña empresa; la operatividad del número de mano de obra y la totalidad de las ventas al año (D.L. 705 de 1991), y otra en relación al valor de los activos y de sus ventas al año (SBS, Resolución 259-95), la misma que aprueba el reglamento para el establecimiento de las EDPYMES (Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (Herrera, 2011).

### **2.2.7.3 Importancia de las Mypes.**

Las MYPE, se han convertido en elementos relevantes que impulsan la economía, ya que brindan empleo al 80% de la sociedad que se encuentra activa a nivel económico, e incluso que ocasionan alrededor del 40% del Producto Interno (PBI).

Igualmente, las MYPE otorgan una gran aportación a la generación de empleo, escenario que favorece en el alivio del alto índice de desempleo de la Nación; esto aunado a su contribución en las exportaciones (Sánchez, 2014).

Por su parte, Aspilcueta (s.f.) expone como beneficios de las mencionadas:

- Otorgan cuantiosos empleos.

- Reducen la penuria a través de ofertas laborales y la generación de ingresos.
- Motivan al emprendedor y el ámbito empresarial.
- Esenciales para el desarrollo de la economía.
- Maximizan la disposición del dinero.
- Benefician con impuestos al estado y al desarrollo económico.

#### **2.2.7.4 Formalización y Constitución.**

La Nación propicia la formalización de las MYPE mediante la simplificación de los variados procesos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, es necesario propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, excluyendo entonces todo procedimiento que sea complicado.

Resulta importante, hacer la aclaración de que en el caso de una microempresa no necesariamente debe formarse como persona Jurídica, ya que puede ser manejada de forma directa por su dueño como persona individual; pudiendo ser adoptada voluntariamente como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias establecidas en la Legislación. Por esto, en las situaciones donde las MYPE son conformadas como persona jurídica, lo llevan a cabo por medio de un documento pública, sin realizar el requerimiento de la exposición de la minuta (Aspilcueta, s.f.).

#### **2.2.7.5 Tipologías de las MYPES.**

Huamán (2009) clasifica las MYPES en tres categorías:

##### *1, MYPE de Acumulación.*

Ésta tipología posee la capacidad de producir ganancias a modo de mantener su patrimonio inicial, e invertir en el desarrollo de la empresa; poseen mayor cuantía de activos y ponen de manifiesto una mayor

capacidad de generación de puestos de trabajo compensado económicamente.

### *2. MYPE de Subsistencia.*

Se refieren a aquellas unidades económicas que no presentan la capacidad de arrojar utilidades, en menoscabo de su patrimonio, estando dirigidas a actividades que no solicitan de innovación substancial de materiales, o que tienen que llevar a cabo dicha modificación empleando tecnología primaria. Éstas organizaciones devengan un “flujo de caja vital”, aun cuando no impactan significativamente en la creación de trabajo adicional compensado.

### *3. Nuevos Emprendimientos.*

Se conocen como aquellas iniciativas empresariales creadas desde un punto de vista de oportunidad; en otras palabras, como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional destaca el hecho que los emprendimientos están dirigidos a la innovación, la creatividad y el cambio hacia un escenario económico más idóneo y aspirable; ya sea, a modo de comenzar un negocio, como también para optimizar e impulsar que las empresas sean más competitivas.

## **2.3. Hipótesis**

### ***2.3.1. Hipótesis General.***

Es probable, que la evolución y la importancia del comercio electrónico en las MYPES, dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados influyan y causen efectos considerables en la gestión económica y financiera.

### ***2.3.2. Hipótesis Específicas.***

- Es probable, que la influencia del comercio electrónico en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la

importación de discos grabados de audio, video y derivados sea notable.

- Es probable, que la incidencia que tiene la gestión económica y financiera se manifieste en el desarrollo sostenible de las MYPES.
- Es probable que la situación financiera actual de las MYPES tenga implicancia en el cumplimiento de sus obligaciones.

- Es probable, que la finalidad que tiene el comercio electrónico cause efectos en la gestión económica y financiera de las MYPES.

## 2.4. Variables de Estudio.

**Tabla 0.1**

*Cuadro de Operacionalización de variables*

	Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Independiente	Comercio electrónico	Toda transacción comercial, realizada ya sea por persona, naturales o jurídicas, a través de	Importación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento.</li> <li>• Cotizaciones.</li> <li>• Tipos de pago.</li> <li>• Tributos.</li> <li>• Gastos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera Ud. ¿Que posee los conocimientos básicos necesarios de cómo se realiza la importación de audios?</li> <li>• ¿Cómo empresa Ud. solicita cotizaciones vía correo electrónico para importar audios?</li> <li>• ¿Considera las cotizaciones un factor determinante para el favorecimiento de la gestión económica y financiera empresarial?</li> <li>• Enumere según su importancia el medio de pago que utiliza</li> <li>• ¿Cree usted, que afecta significativamente en la gestión económica y financiera de la empresa, el pago de tributos?</li> <li>• ¿Cree usted, que existe una disminución en los gastos a través del comercio electrónico, tomando en considerando los gastos en que incurre importar audios?</li> </ul>

		medios virtuales, en un mercado digital sin ningún de limitación geográfica.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios.</li> <li>• Ofertas de demanda.</li> <li>• Temporadas.</li> <li>• Proveedores.</li> <li>• Stock de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera usted que, puede manejar diversos precios al implementar el comercio electrónico?</li> <li>• ¿Cree usted que, al vender audios de importación le permite ofrecer audios acordes a la demanda?</li> <li>• ¿Usted cree que, los productos que comercializa tienen una caducidad en función al modelo?</li> <li>• ¿Cree usted que, cuenta con buenos proveedores que le garantice el stock de los productos?</li> <li>• ¿Cree usted, que su stock de productos, está acorde a los más solicitados por los compradores?</li> </ul>
Dependiente	Gestión económica y financiera		Situación económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas.</li> <li>• Ingresos producidos.</li> <li>• Presupuestos.</li> <li>• Solvencia económica.</li> <li>• Plazos de pagos.</li> <li>• Auditorías internas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera usted que, sus ventas se incrementan al usar el método de comercio electrónico?</li> <li>• ¿Usted cree que, sus ingresos supera los egresos, dando estabilidad económica y financiera?</li> <li>• ¿Cree usted que, el presupuesto establecido, se ajusta a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores?</li> <li>• ¿Considera usted, que una buena gestión en el uso del comercio electrónico le brinda solvencia económica?</li> <li>• ¿Cree usted, que la gestión económica y financiera utilizada por la empresa afecte positivamente los plazos de pagos?</li> <li>• ¿Cree usted, que sea pertinente realizar auditorías internas de manera regular para conocer el estado real de la gestión económica y financiera?</li> </ul>

			<p>Posicionamiento financiero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad.</li> <li>• Estrategias.</li> <li>• Ventajas.</li> <li>• Capacidad endeudamiento.</li> </ul>	de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera usted que, el comercio electrónico que le ofrece una buena rentabilidad económica?</li> <li>• ¿Cree usted que, está aplicando todas las estrategias necesarias para realizar una gestión económica y financiera acorde a los objetivos empresariales?</li> <li>• ¿Cree usted que, la implementación del comercio electrónico le brinda ventajas de posicionamiento ante la competencia?</li> <li>• ¿Considera usted que, posee una buena capacidad de endeudamiento que le ofrezca la oportunidad de expandirse comercialmente?</li> <li>• ¿Cuál es la relación entre el comercio electrónico y la gestión económica y financiera?</li> </ul>
--	--	--	-----------------------------------	--	----	---

**Nota:** Elaboración propia

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Ámbito de Estudio**

La presente investigación, de acuerdo al sector de la realidad o ámbito del estudio que se va a realizar, toma en cuenta las micro y pequeñas Empresas; específicamente, aquellas dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados, en la ciudad de Arequipa durante el año 2020.

### **3.2. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación al que corresponde el estudio es cuantitativo y de campo; partiendo del hecho que la recopilación de los datos relativos a las variables, se ejecutará de forma directa de la realidad de donde suceden los acontecimientos; sin existir ningún manejo o inspección de los mismos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

De igual manera, partiendo de Hernández, Fernández y Baptista, se trata de un estudio correlacional, debido a que el investigador busca tener conocimiento acerca del nivel de correlación o vinculación existente entre las variables o conceptos, ya sea en la muestra o en una situación en particular (2014).

### **3.3. Nivel de Investigación**

El presente tema de investigación, se realiza mediante el nivel descriptivo correlacional, es decir, se va a determinar la importancia y la evolución del comercio electrónico; además, que busca precisar los efectos que se ocasiona en la gestión económica y financiera de las MYPES, teniendo en cuenta el caso de las empresas dedicadas a la importación de discos grabados de audio/video y sus derivados. A este referente, el investigador tiene la finalidad de abocarse a realizar la conceptualización de las propiedades que resulten importantes de un conglomerado de

individuos, o en su defecto, de cualquier otro acontecimiento sometido a análisis o estudio; proporcionando la posibilidad de recabar información referida a las variables sujetas a investigación de forma tanto independiente como conjunta; y luego proceder a cuantificarla y desarrollar una descripción de su actuación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

### **3.4. Método de Investigación**

Tomando en cuenta que el Método Científico, el presente estudio está sustentado en el método investigativo de carácter cuantitativo, ya que el mismo se encuentra sustentado por datos numéricos o información, pudiéndose investigar un fenómeno y de esa manera, llegar a alcanzar una conclusión numérica (Amaya, 2020).

### **3.5. Diseño de Investigación**

El diseño metodológico de la investigación es no experimental; caracterizándose por partir de la premisa de que el investigador tendrá manejo sobre las variables de una forma natural, no ocasionando sobre éstas ninguna variación; en otros términos; a la vez, que el estudio investigativo será ejecutado sin manejar deliberadamente las variables, por el contrario, solamente se observarán los fenómenos en su contexto natural, para proceder posteriormente a su análisis.

Al mismo tiempo, se trata de un estudio transversal, ya que la información será recolectada por el investigador en un momento determinado, o sea, en un tiempo único; en otras palabras, la descripción de las variables, así como la interrelación que éstas poseen, se ejecutará en un momento dado.

### **3.6. Población y Muestra**

#### **3.6.1. Población**

El presente trabajo de investigación tomo como población 34 MYPES, dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados, de la ciudad de Arequipa, en el período 2020.

### 3.6.2. Muestra

En el presente estudio se utilizará la técnica de muestreo no probabilística por conveniencia. La misma estará representada por 17 Mypes con 04 empleados del departamento financiero.

*Tabla N° 2 Encuestados*

<b>MYPES</b>	<b>Empleados Financieros</b>
1	3
2	2
3	4
4	3
5	2
6	4
7	6
8	2
9	1
10	4
11	3
12	3
13	2
14	2
15	2
16	3
17	2

### **3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección De Datos**

#### **3.7.1. Técnicas.**

- Encuesta
- Observación
- Análisis Documental

#### **3.7.2. Instrumentos.**

- Cuestionario
- Ficha de observación
- Contenido documental

### **3.8. Procedimiento de Recolección de Datos**

El procedimiento para recabar la información en el presente estudio, estará representado por los siguientes pasos que se mencionan a continuación:

1. Se realizará una búsqueda exhaustiva de información bibliográfica referente al tema de investigación, llevando a cabo una búsqueda en diferentes fuentes primarias y secundarias de información.
2. Se procederá a formular el tema de la investigación, consecuentemente de la elaboración del Proyecto de Investigación, el cual será entregado a la Universidad a modo de solicitar su consentimiento aprobatorio.
3. Se ejecutará el esbozo y elaboración del instrumento de recolección de información que será aplicado a la cuantía poblacional de objeto de análisis; procediéndose a la validación del mismo por un experto; a través del empleo del método del test del Alpha de Crombach, a fin de medir el grado de eficacia del mismo, con relación a la

cuantificación de los indicadores de las variables sujetas a investigación.

4. Seguidamente de la aplicación del instrumento y recolectada la información de la muestra poblacional, se pasará a la fase de organización, codificación, análisis estadístico e interpretación de la misma. A modo de lograr lo expuesto, se utilizará la estadística descriptiva e inferencial, a través del Programa Estadístico para Ciencias Sociales SPSS, con la finalidad de reflejar los datos alcanzados en tablas, gráficas, etc.
5. A continuación, se llevará a cabo la discusión de los resultados que fueron logrados, a manera de plantear las conclusiones y recomendaciones de la investigación.
6. Para culminar, se procederá a la defensa del trabajo investigativo ante el Jurado dictaminador asignado por los miembros rectorales de la casa magna.

Ahora bien, todo instrumento eficiente de investigación, debe tener la característica fundamental de ser válido, confiable y objetivo; para lograr esto, se deben de realizar tres pasos fundamentales:

- a. Elaboración de un instrumento de recolección de datos, estando referido al cuestionario.
- b. Que dicho instrumento de recolección de datos, tenga validez; es decir, que efectivamente sirva para medir las variables sujetas a prueba, y no a otras cosas o resultados.
- c. Además, que dicho instrumento sea confiable para con los resultados; esto es, que los resultados que emitan sean coherentes, en las diversas ocasiones que se pueda someter dicho instrumento.

### **3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos**

Luego de recolectar la información, el siguiente paso a seguir es ordenar, catalogar, codificar y efectuar los procedimientos de los datos; con el fin de tener los resultados para su correspondiente análisis.

#### **3.9.1. Ordenamiento.**

Antes de procesar los datos, primero se debe proceder a ordenar la data en base a toda la información recabada a través del instrumento a evaluar; es decir la obtención de la data a través de las encuestas (cuestionarios). Para alcanzar este proceso se debe codificar en un libro, en la cual debe haber un desarrollo preliminar previo a los resultados obtenidos.

#### **3.9.2. Tratamiento de la Información.**

En primer lugar, se procedió a numerar las encuestas que fueron aplicadas de acuerdo a la muestra seleccionada; seguidamente se digitalizará los datos obtenidos en el Estadístico para Ciencias Sociales SPSS.

#### **3.9.3. Tablas y Gráficas.**

Luego de procesar los datos en el programa SPSS, nos arrojará resultados a través de gráficas y cuadros o tablas; que posteriormente fueron editados, sin alterar los resultados.

#### **3.9.4. Estudio de la Información.**

Una vez que se hayan obtenidos todos los datos de los resultados finales se incorporaron al trabajo de investigación para ser finalmente interpretados de acuerdo a los datos observados en cada una de las tablas y gráficos.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación de Resultados

**Tabla 1.**

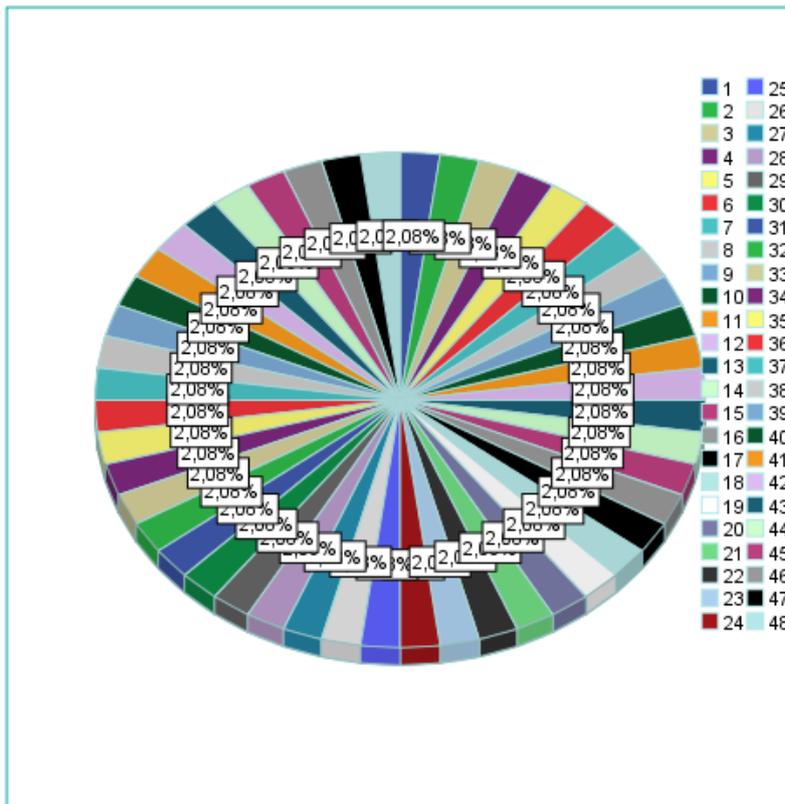
		Código de encuesta			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	1	2,1	2,1	2,1
	2	1	2,1	2,1	4,2
	3	1	2,1	2,1	6,3
	4	1	2,1	2,1	8,3
	5	1	2,1	2,1	10,4
	6	1	2,1	2,1	12,5
	7	1	2,1	2,1	14,6
	8	1	2,1	2,1	16,7
	9	1	2,1	2,1	18,8
	10	1	2,1	2,1	20,8
	11	1	2,1	2,1	22,9
	12	1	2,1	2,1	25,0
	13	1	2,1	2,1	27,1
	14	1	2,1	2,1	29,2
	15	1	2,1	2,1	31,3
	16	1	2,1	2,1	33,3
	17	1	2,1	2,1	35,4
	18	1	2,1	2,1	37,5
	19	1	2,1	2,1	39,6
	20	1	2,1	2,1	41,7
	21	1	2,1	2,1	43,8
	22	1	2,1	2,1	45,8
	23	1	2,1	2,1	47,9
	24	1	2,1	2,1	50,0
	25	1	2,1	2,1	52,1
	26	1	2,1	2,1	54,2
	27	1	2,1	2,1	56,3
	28	1	2,1	2,1	58,3

29	1	2,1	2,1	60,4
30	1	2,1	2,1	62,5
31	1	2,1	2,1	64,6
32	1	2,1	2,1	66,7
33	1	2,1	2,1	68,8
34	1	2,1	2,1	70,8
35	1	2,1	2,1	72,9
36	1	2,1	2,1	75,0
37	1	2,1	2,1	77,1
38	1	2,1	2,1	79,2
39	1	2,1	2,1	81,3
40	1	2,1	2,1	83,3
41	1	2,1	2,1	85,4
42	1	2,1	2,1	87,5
43	1	2,1	2,1	89,6
44	1	2,1	2,1	91,7
45	1	2,1	2,1	93,8
46	1	2,1	2,1	95,8
47	1	2,1	2,1	97,9
48	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

### Gráfica 1.

Código del encuestado



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

### Interpretación:

De acuerdo a la Tabla y Gráfica N° 1, correspondiente al código de los encuestados, observamos que cada unidad de análisis la cual corresponde a cada uno de los encuestados tienen un porcentaje de 1,7% para cada caso, del total.

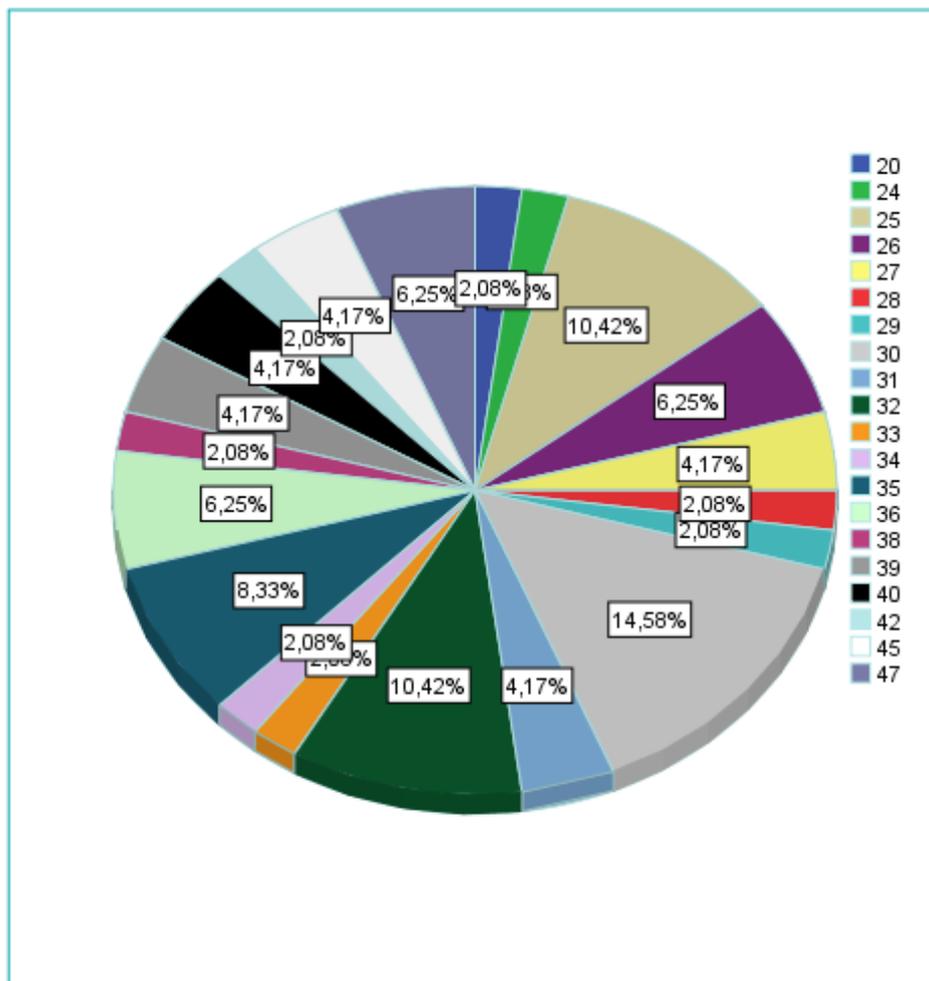
**Tabla 2.***Edad del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20	1	2,1	2,1	2,1
	24	1	2,1	2,1	4,2
	25	5	10,4	10,4	14,6
	26	3	6,3	6,3	20,8
	27	2	4,2	4,2	25,0
	28	1	2,1	2,1	27,1
	29	1	2,1	2,1	29,2
	30	7	14,6	14,6	43,8
	31	2	4,2	4,2	47,9
	32	5	10,4	10,4	58,3
	33	1	2,1	2,1	60,4
	34	1	2,1	2,1	62,5
	35	4	8,3	8,3	70,8
	36	3	6,3	6,3	77,1
	38	1	2,1	2,1	79,2
	39	2	4,2	4,2	83,3
	40	2	4,2	4,2	87,5
	42	1	2,1	2,1	89,6
	45	2	4,2	4,2	93,8
	47	3	6,3	6,3	100,0
Total		48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

## Gráfica 2.

Edad del encuestado



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

### Interpretación:

De acuerdo a la tabla y gráfico número 2, la cual corresponde a la edad de los encuestados o unidades de análisis apreciamos que: la frecuencia que más se repite de los encuestados a quienes hemos suministrado el instrumento de recolección de datos, con mayor participación con una frecuencia de uno, que representan siete (7) unidades de análisis, y corresponde a la edad de 30 años, lo que representa el 14,6%

del total, en segundo lugar se puede ver que hay dos (2) frecuencias con igual cantidad de encuestados, siendo para cada caso son cinco (5) unidades de análisis, distribuido en las edades de 25, y 32, representando el 10,4%, en tercer lugar tenemos una frecuencia, con cuatro (4) unidades de análisis, con 35 años de edad, correspondiente al 8,3% %, de cuarto tenemos una frecuencia de tres (3), con una frecuencia de tres (3) encuestados y que corresponde a las edades de 26, 36 y 47 años, los cuales representan el 6,3% del total de las unidades de análisis para cada caso, seguimos con una frecuencia de cinco (5), correspondiente dos (2) unidades de análisis cada uno, equivalente al 4,2% del total. Por último, tenemos que con una frecuencia de ocho (1) unidades de análisis corresponde a los participantes con edades de 20, 24, 28, 29, 33, 34, 38 y 42 años, todo esto representa un 2,1% del total de las unidades de análisis para cada caso.

**Tabla 3.**

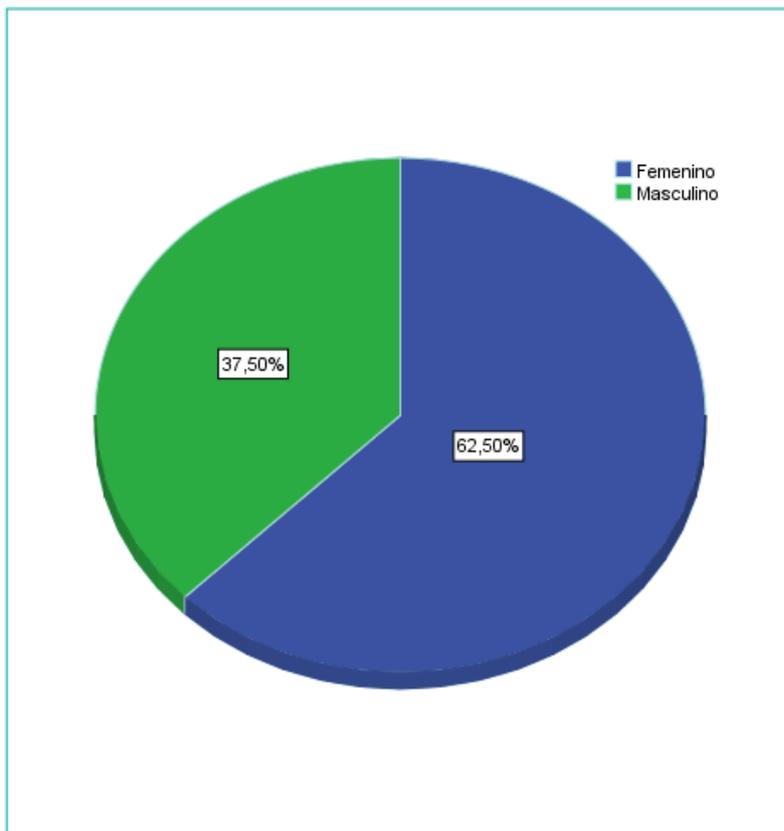
*Sexo del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	30	62,5	62,5	62,5
	Masculino	18	37,5	37,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 3.**

*Sexo del encuestado*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

En cuanto a lo observado en la tabla y en el gráfico N° 03, la cual hace referencia a sexo de los encuestados podemos evidenciar que 30 de encuestados corresponde al sexo femenino equivalente al 62,5%, con un; seguido por 18 participantes del sexo masculino equivalente al 37,5 % del total de encuestados.

**Tabla 4.**

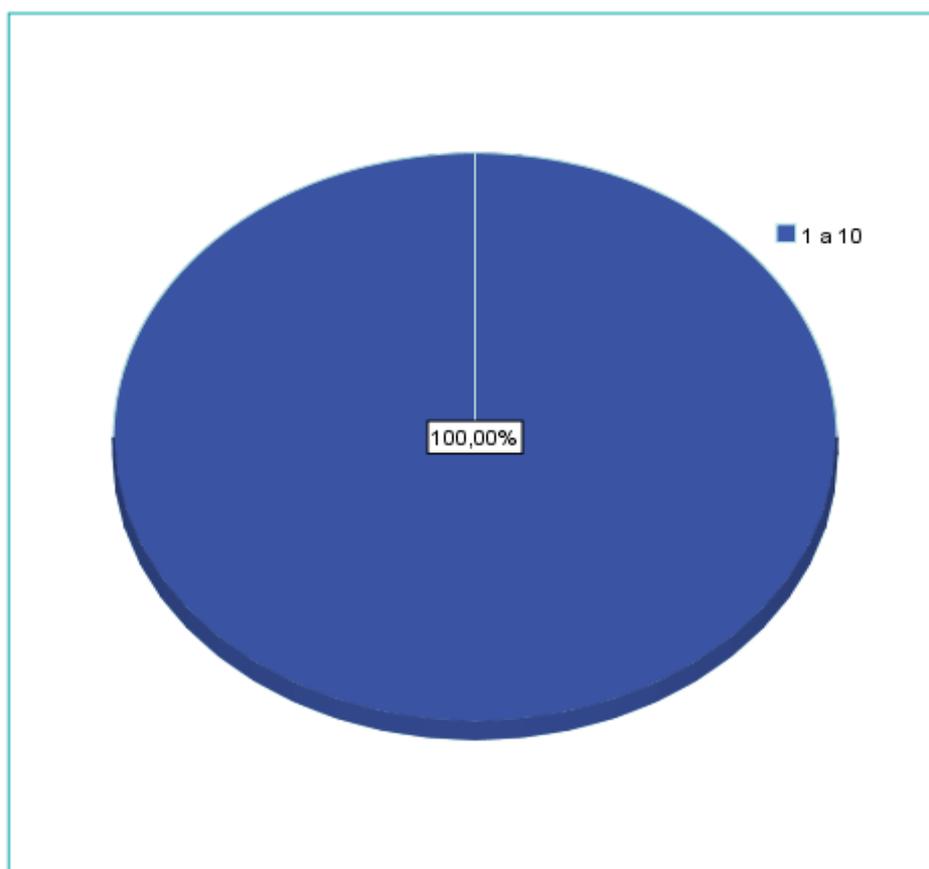
*¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 10	48	100,0	100,0	100,0

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 4.**

*¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

## **Interpretación**

En base a la primera pregunta del cuestionario: ¿Cuántos trabajadores cuenta la empresa?, se puede observar que en las empresas encuestadas el 100% tienen entre 1 a 10 trabajadores.

**Tabla 5.**

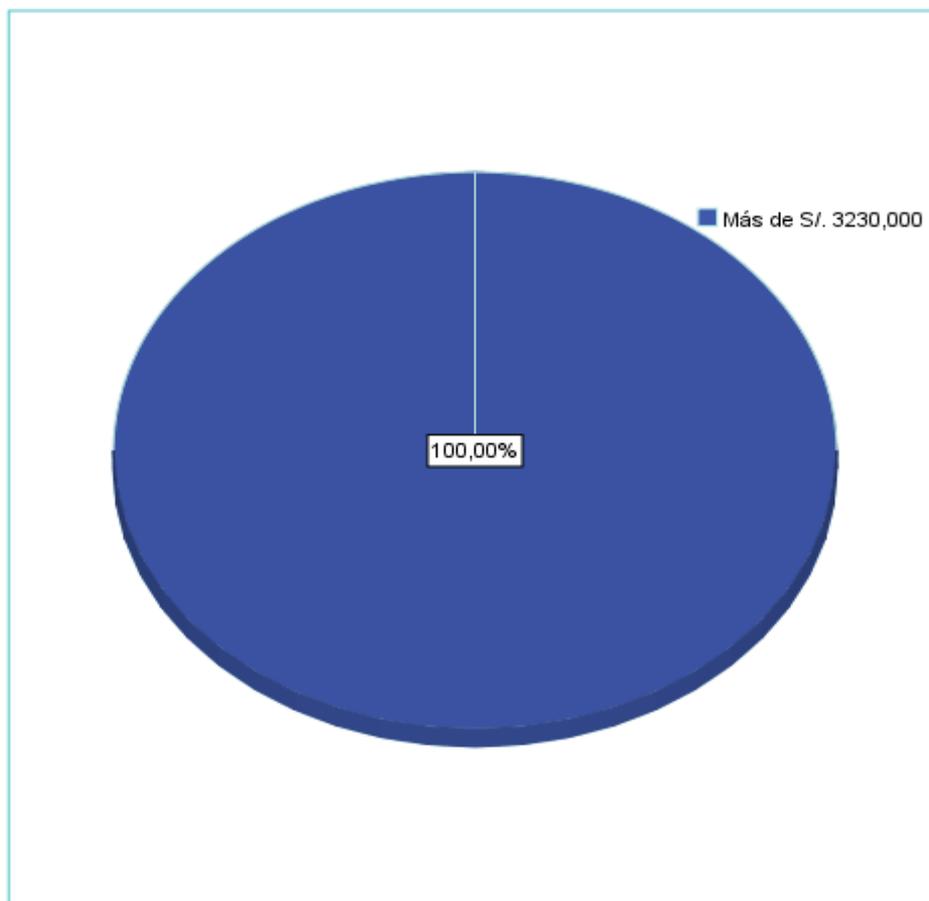
*¿Cuál es el monto promedio de sus ventas anuales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Más de S/. 3230,000	48	100,0	100,0	100,0

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 5.**

*¿Cuál es el monto promedio de sus ventas anuales?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Respecto a la pregunta de la tabla y figura N° 5: ¿Cuál es el monto promedio de sus ventas anuales?, se puede observar que el 100%, de las empresas encuestadas obtuvieron un ingreso anual por encima de los S/. 3230,00.

**Tabla 6.**

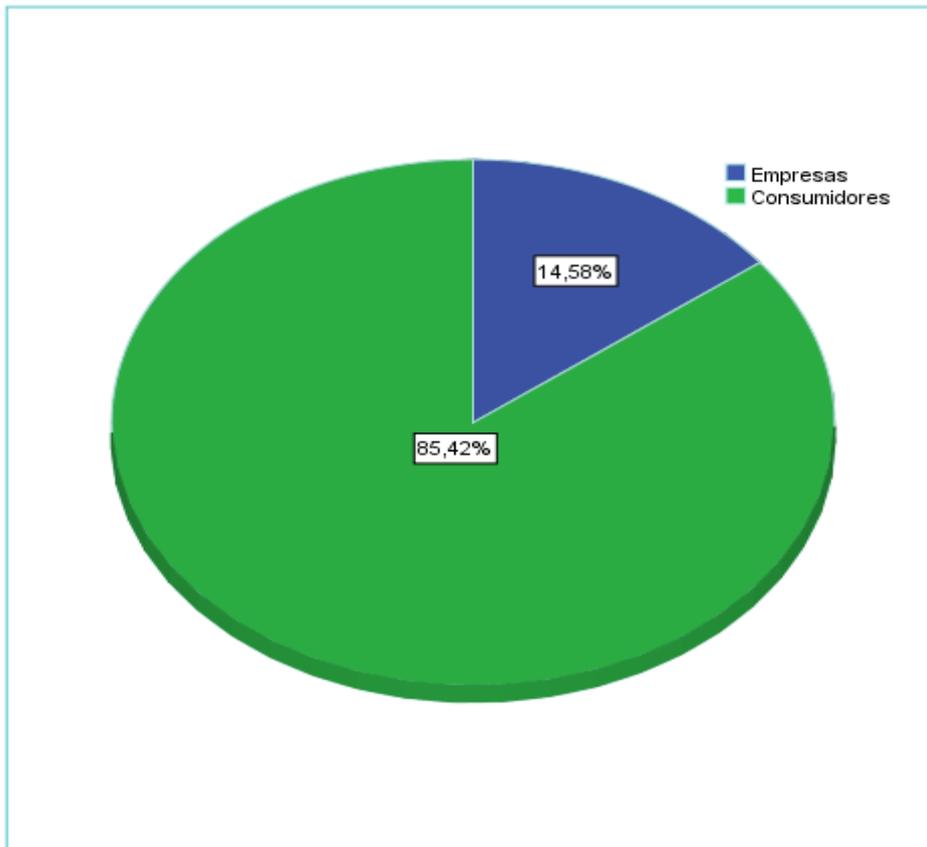
*Señale quienes son sus clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empresas	7	14,6	14,6	14,6
	Consumidores	41	85,4	85,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 6.**

*Señale quienes son sus clientes*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

En relación a las opciones presentadas representada a la tabla y gráfico N° 6: Señale quienes son sus clientes, se pudo evidenciar que en una gran mayoría sus clientes corresponden a consumidores, con un porcentaje de 85,4% del total de encuestados, y solo un 14,6% corresponde a empresas.

**Tabla 7.**

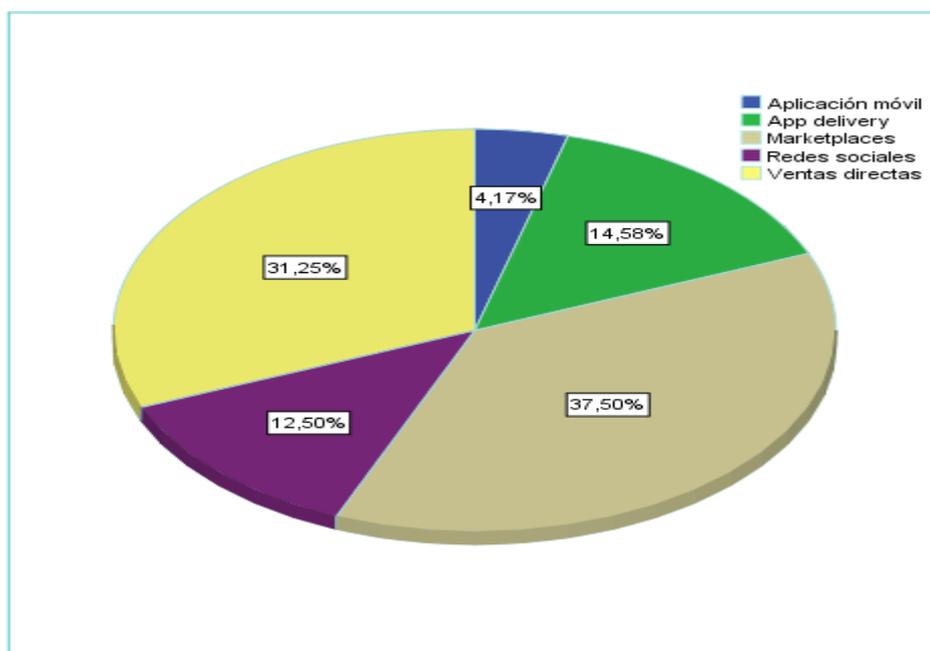
*Marque cual es el medio más utilizado para realizar sus operaciones de ventas:*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aplicación móvil	2	4,2	4,2	4,2
	App delivery	7	14,6	14,6	18,8
	Marketplaces	18	37,5	37,5	56,3
	Redes sociales	6	12,5	12,5	68,8
	Ventas directas	15	31,3	31,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 7.**

*Marque cual es el medio más utilizado para realizar sus operaciones de ventas:*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Observando la tabla y gráfico N° 7 Con respecto a la selección: Marque cual es el medio más utilizado para realizar sus operaciones de ventas, los resultados son los siguientes: el 37,5% de los encuestados indicaron “Marketplaces” como el medio más utilizado para sus ventas digitales, con una frecuencia de 18 encuestados del total de la muestra, indicando ese es el método de venta que predomina en la empresa, seguido por un 31,3%, que corresponde a las ventas directas, continuando con las aplicaciones de delivery que equivale al 14,6% del total de encuestados, luego están las ventas por redes sociales con un 12,5%, y por último están la ventas por las aplicaciones móviles con solo un 4,2% de total de encuestados.

**Tabla 8.**

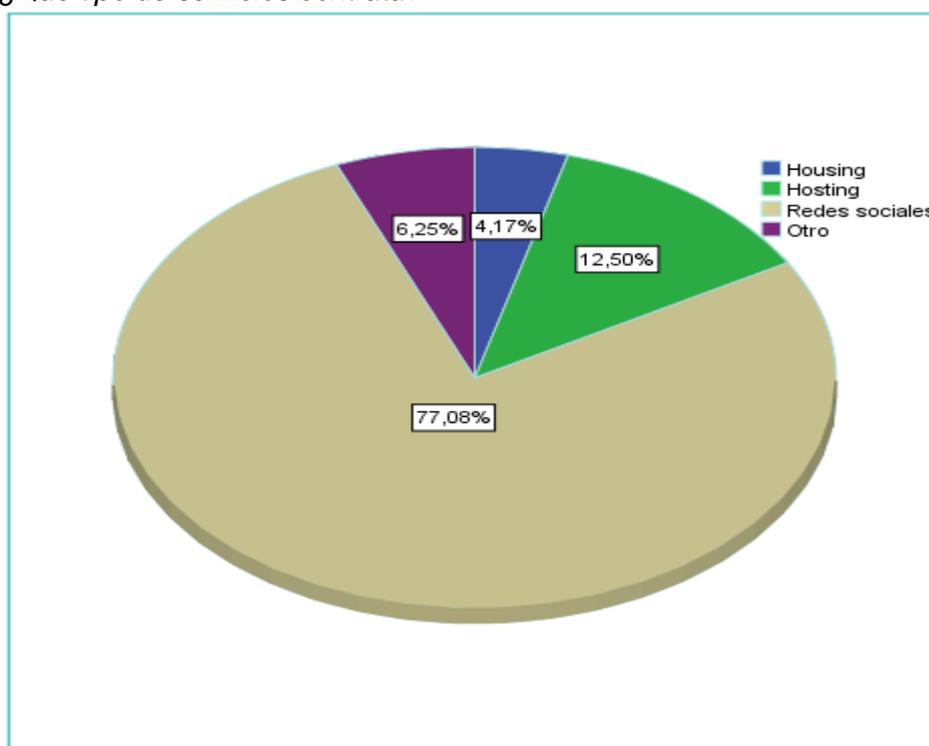
*¿Qué tipo de servicios contrata?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Housing	2	4,2	4,2	4,2
	Hosting	6	12,5	12,5	16,7
	Redes sociales	37	77,1	77,1	93,8
	Otro	3	6,3	6,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 8.**

*¿Qué tipo de servicios contrata?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Referente a la pregunta de la tabla y gráfico N° 8: ¿Qué tipo de servicios contrata? Se evidencia que: tenemos una amplia mayoría de participantes que indican a “Las redes sociales” son las más contratadas para realizar ventas, representando un 77,1%, correspondiente a 37 unidades de análisis de la muestra total; en segundo lugar tenemos una frecuencia de 06 encuestados quienes han respondido a la misma pregunta que la más contratada es Hosting equivalente al 12,5%; en tercer lugar tenemos que contratan otro tipo de servicios, con una frecuencia de 3 encuestados equivalente a un 6,3%, finalizando con los las contrataciones del servicio Housing quien solo tiene una frecuencia de dos encuestados que equivalen al 4,2%, del 100% de la muestra.

**Tabla 9.**

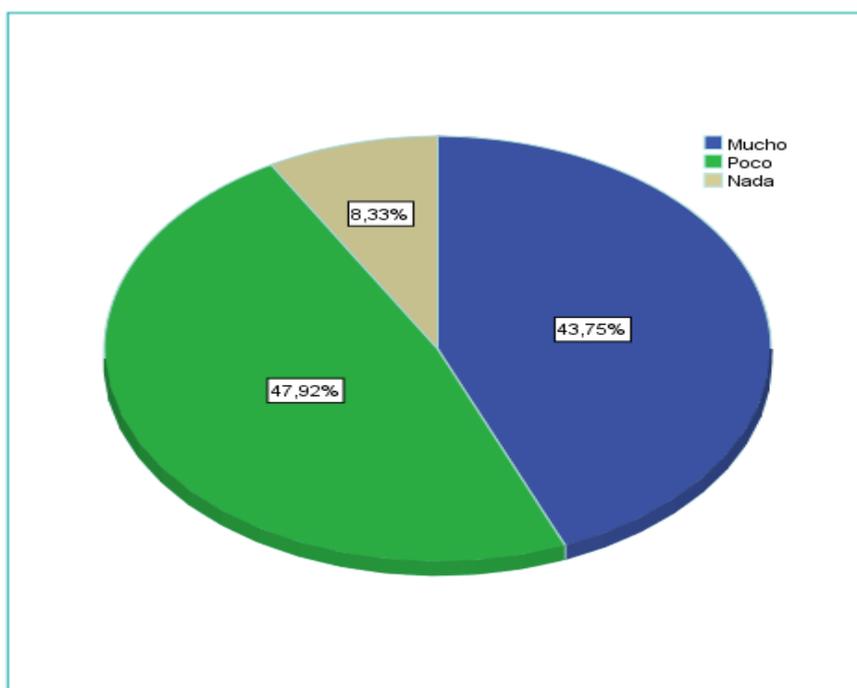
*Considera Ud. ¿Que posee los conocimientos básicos necesarios de cómo se realiza la importación de audios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	21	43,8	43,8	43,8
	Poco	23	47,9	47,9	91,7
	Nada	4	8,3	8,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 9.**

*Considera Ud. ¿Que posee los conocimientos básicos necesarios de cómo se realiza la importación de audios?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

## **Interpretación**

Continuando con la tabla y el gráfico N° 9, correspondiente a la pregunta: Considera Ud. ¿Que posee los conocimientos básicos necesarios de cómo se realiza la importación de audios? Al respecto, indican los encuestados que poseen “pocos” conocimiento relacionados con la importación de audios, donde tenemos una frecuencia de 23 personas para esta opción de respuesta, con un porcentaje equivalente al 47,9%; en segundo lugar tenemos la opción de “Mucho”, lo que quiere decir que tiene total conocimiento de la importación de audios, representando un porcentaje del 43,8%, y por último cuatro de los encuestados manifiestan no poseer conocimientos sobre la importación de audios representando el 8,3%.

**Tabla 10.**

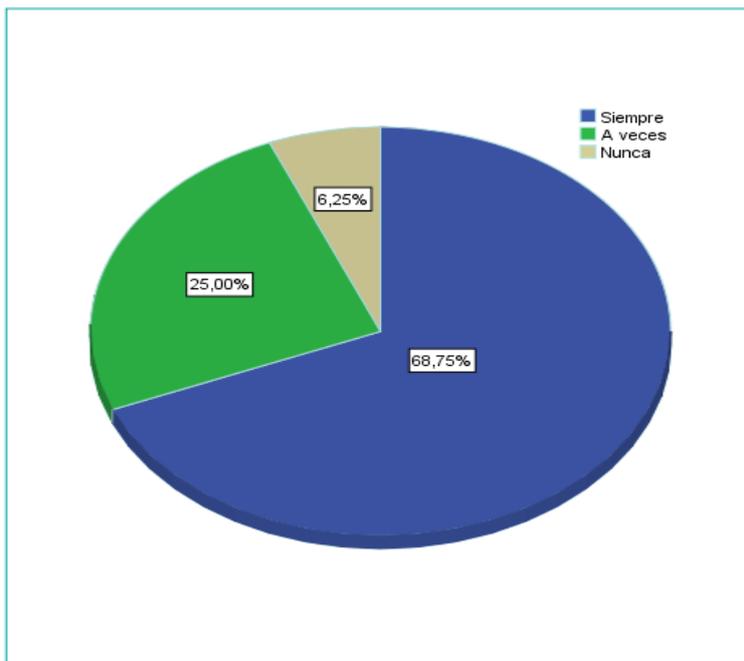
*¿Cómo empresa Ud. solicita cotizaciones vía correo electrónico para importar audios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	33	68,8	68,8	68,8
	A veces	12	25,0	25,0	93,8
	Nunca	3	6,3	6,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 10.**

*¿Cómo empresa Ud. solicita cotizaciones vía correo electrónico para importar audios?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

### **Interpretación:**

En la tabla y gráfico N° 10 que representa nuestro cuestionario precisa ¿Cómo empresa Ud. solicita cotizaciones vía correo electrónico para importar audios?, se puede observar que: con un 68,8% y 33 encuestados de un total de la muestra de 48, indicaron que cuando ingresa personal “Siempre” solicitan cotizaciones vía correo electrónico; seguido por quienes manifiestan que “A veces”, equivalente a un 25% y frecuencia de 12 participantes; finalmente 3 unidades de análisis equivalente al 3% manifestaron que “Nunca” han solicitado una cotización por medio del correo electrónico.

**Tabla 11.**

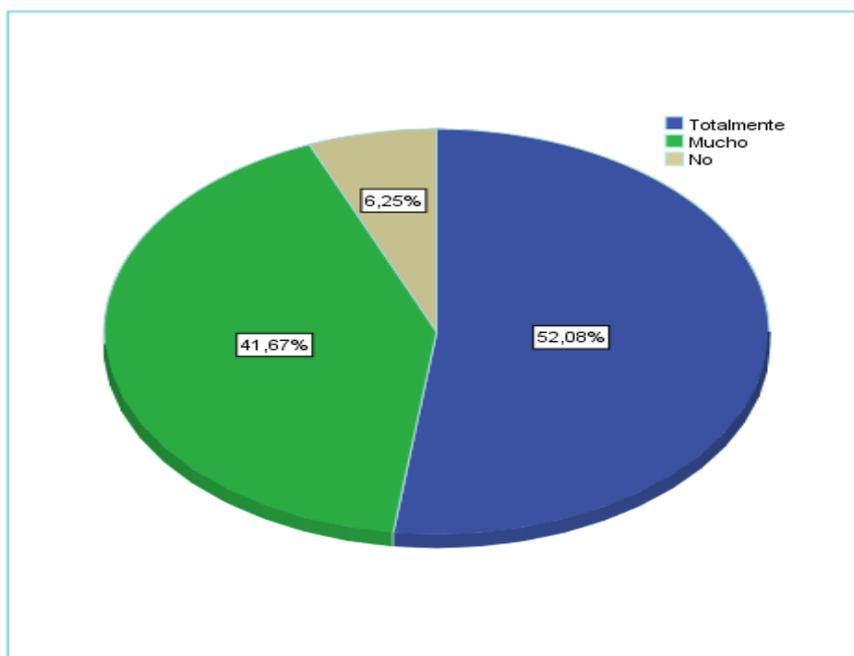
*¿Considera las cotizaciones un factor determinante para el favorecimiento de la gestión económica y financiera empresarial?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente	25	52,1	52,1	52,1
	Mucho	20	41,7	41,7	93,8
	No	3	6,3	6,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 11.**

*¿Considera las cotizaciones un factor determinante para el favorecimiento de la gestión económica y financiera empresarial?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

### **Interpretación:**

Siguiendo con la tabla y gráfico N° 11, correspondiente a: ¿Considera las cotizaciones un factor determinante para el favorecimiento de la gestión económica y financiera empresarial?, el 52,1%, equivalente a una frecuencia de 25 encuestados de un total de 48, indicaron que es totalmente determinante solicitar cotizaciones a favor de la gestión económica y financiera, seguido por un 41,7% equivalente a 20 encuestados han manifestado que “Mucho” haciendo referencia a las cotizaciones favoreciendo así la gestión financiera y en tercer lugar un 3% equivalente a una frecuencia de 3 encuestado, quienes respondieron que “No” existe un favorecimiento a la gestión financiera el solicitar cotizaciones.

**Tabla 12.**

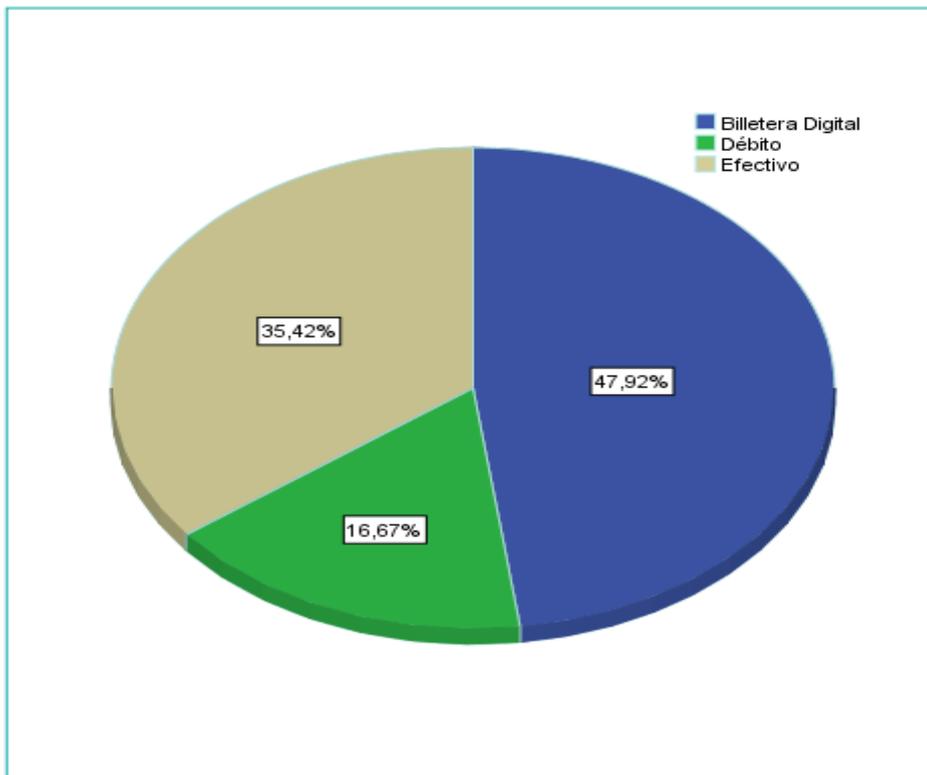
*Enumere según su importancia el medio de pago que utiliza*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Billetera Digital	23	47,9	47,9	47,9
	Débito	8	16,7	16,7	64,6
	Efectivo	17	35,4	35,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 12.**

*Enumere según su importancia el medio de pago que utiliza*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Interpretación:**

Seguidamente en la siguiente selección de la tabla y la figura N° 11 que dice: Enumere según su importancia el medio de pago que utiliza, se puede observar que el mayor porcentaje con un 47,9% y 38 unidades de análisis de un total de muestra de 48, respondieron que el medio de pago más utilizado es la billetera digital, posteriormente, seguido por un 35,4% y 17 participantes respondieron que el método de pago más empleado es el efectivo; y finalmente un 16,7% representada con una frecuencia de 8 unidades de análisis, manifestaron que el mayor método de pago empleado es la tarjeta de débito.

**Tabla 13.**

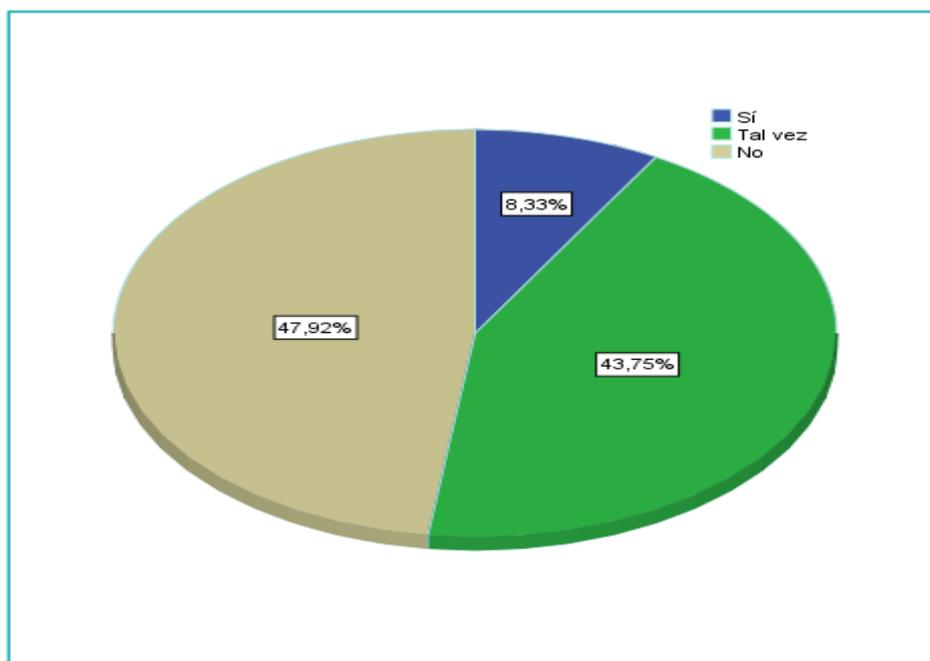
*¿Cree usted, que afecta significativamente en la gestión económica y financiera de la empresa, el pago de tributos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	8,3	8,3	8,3
	Tal vez	21	43,8	43,8	52,1
	No	23	47,9	47,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 13.**

*¿Cree usted, que afecta significativamente en la gestión económica y financiera de la empresa, el pago de tributos?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

## **Interpretación**

Continuando con la tabla y el gráfico N° 13 cuya pregunta es: ¿Cree usted, que afecta significativamente en la gestión económica y financiera de la empresa, el pago de tributos? Se puede ver el resultado siguiente: En primer lugar se obtuvo un 47,9% que corresponde a una frecuencia de 23 encuestados de un total de 48 de la muestra que respondió que “No” afecta de manera significativa el pago de tributos; en segundo lugar, tenemos que el 43,8% que representa a 21 encuestados indica que “Tal vez” afecte el pago de tributos la gestión económica y financiera de la empresa; y en tercer lugar sólo respondió el 8,3% que corresponde a 4 encuestados indica que “Sí” afecta significativamente la gestión económica y financiera el pago de tributos.

**Tabla 14.**

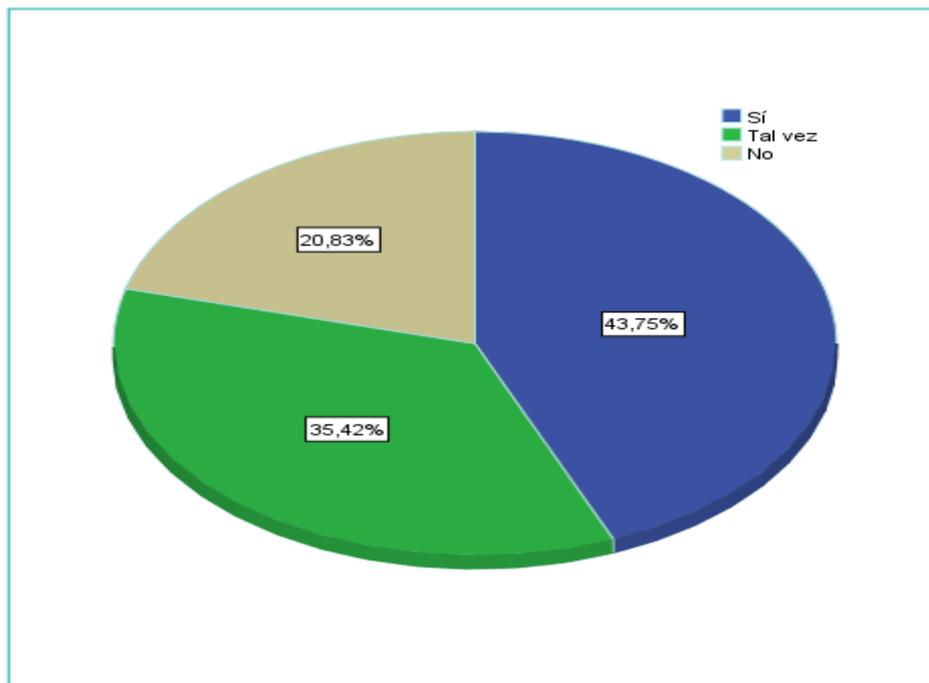
*¿Cree usted, que existe una disminución en los gastos a través del comercio electrónico, tomando en considerando los gastos en que incurre importar audios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	21	43,8	43,8	43,8
	Tal vez	17	35,4	35,4	79,2
	No	10	20,8	20,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 14.**

*¿Cree usted, que existe una disminución en los gastos a través del comercio electrónico, tomando en considerando los gastos en que incurre importar audios?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Siguiendo con la tabla y gráfico N° 14: ¿Cree usted, que existe una disminución en los gastos a través del comercio electrónico, tomando en consideración los gastos en que incurre importar audios?, se puede apreciar que: Iniciando con un 43,8% que indico “Si” se reducen los gastos a través del comercio electrónico; el cual corresponde a una frecuencia de 21 encuestados de un total de 48 de la muestra; en segundo lugar tenemos una frecuencia de 17 encuestados que representan un 35,4% quienes han manifestado que “Tal vez” han disminuido los gastos a través del comercio electrónico; y en tercer lugar sólo un encuestado que representa el 20,8% de toda la muestra indica que “No” incide el comercio electrónico en la disminución de los gastos.

**Tabla 15.**

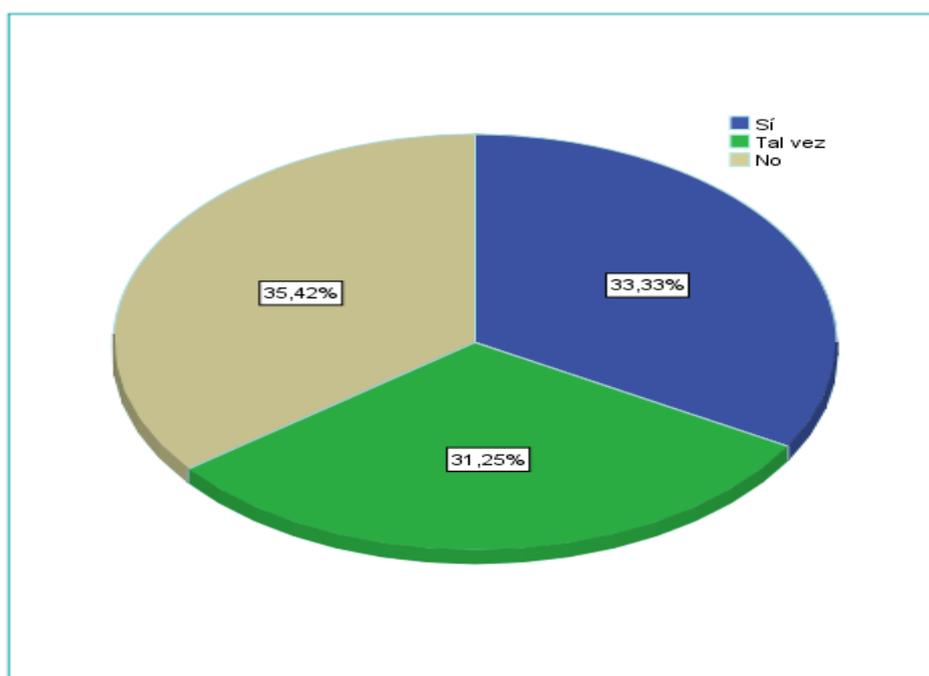
*¿Considera usted que, puede manejar diversos precios al implementar el comercio electrónico?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	16	33,3	33,3	33,3
	Tal vez	15	31,3	31,3	64,6
	No	17	35,4	35,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

#### **Gráfica 15.**

*¿Considera usted que, puede manejar diversos precios al implementar el comercio electrónico?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Referente a la pregunta de la tabla y gráfico 15: ¿Considera usted que, puede manejar diversos precios al implementar el comercio electrónico?, se observa que los resultados se encuentra muy parejos iniciando: En primer lugar, que representa el 35,4% constituido por 17 encuestados de un total de 48, que han indicado “Sí” se puede manejar diversos precios con la implementación del comercio electrónico; mientras que el 33,3% es decir 16 encuestados piensan que “Tal vez” se puede manejar los precios con la implementación del comercio electrónico y finalmente con el 31,3%, manifiestan que no existe variación en los precios.

**Tabla 16.**

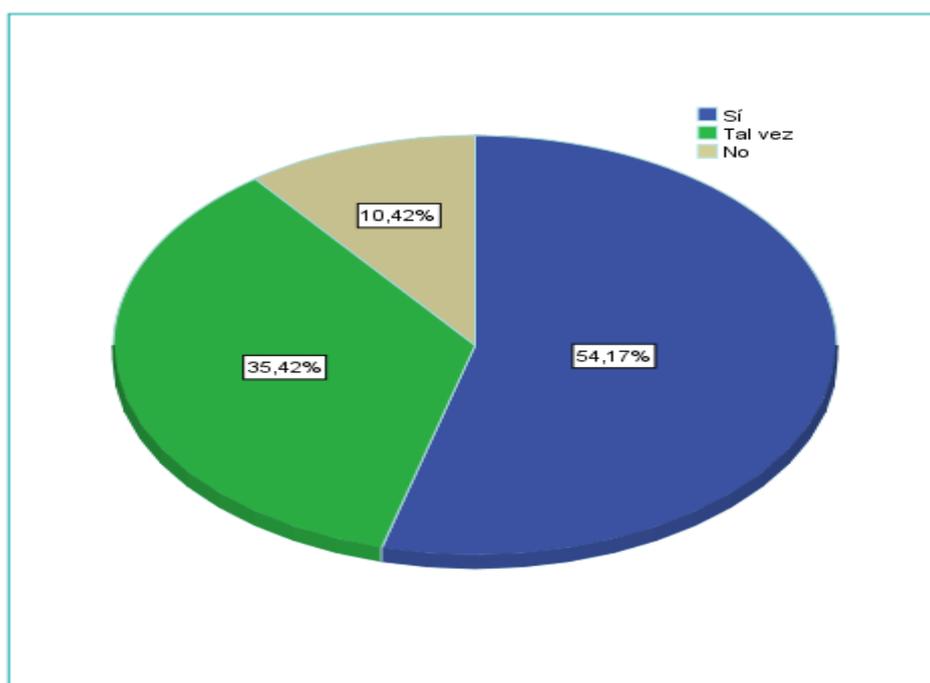
¿Cree usted que, al vender audios de importación le permite ofrecer audios acordes a la demanda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	26	54,2	54,2	54,2
	Tal vez	17	35,4	35,4	89,6
	No	5	10,4	10,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

#### Gráfica 16.

¿Cree usted que, al vender audios de importación le permite ofrecer audios acordes a la demanda?



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

#### Interpretación:

Con respecto a la Tabla y gráfico N°16 correspondiente a la pregunta del cuestionario ¿Cree usted que, al vender audios de importación le permite ofrecer audios acordes a la demanda?, se aprecia que hay un 54,2% con una frecuencia de 26 encuestados del total de la muestra, quienes opinan que “Sí” oferta según a la demanda gracias a la importación de los audios; obteniendo porcentaje de 35,4% y cantidad de 17 encuestados en la opción “Tal vez”, su oferta de audios se ajusta a la demanda gracias a la importación; y en tercer lugar 5 encuestados que representa un 10,4 % indica “No” ofrece audios acordes a la demanda los audios importados.

**Tabla 17.**

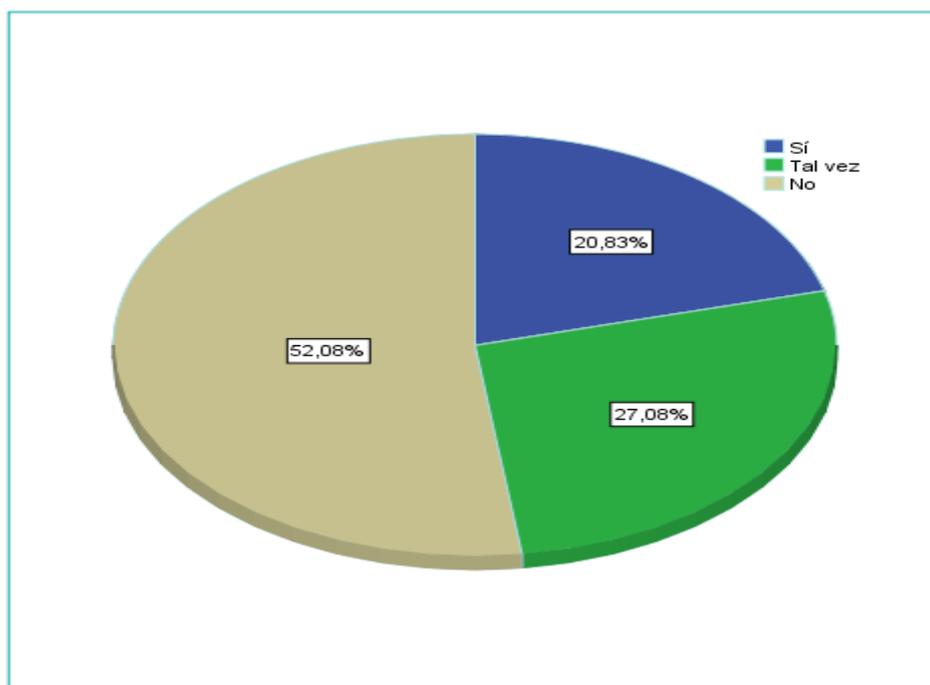
*¿Usted cree que, los productos que comercializa tienen una caducidad en función al modelo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	10	20,8	20,8	20,8
	Tal vez	13	27,1	27,1	47,9
	No	25	52,1	52,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

#### **Gráfica 17.**

*¿Usted cree que, los productos que comercializa tienen una caducidad en función al modelo?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

#### **Interpretación:**

Siguiendo con la interpretación de los resultados, ahora tomamos en cuenta la pregunta ¿Usted cree que, los productos que comercializa tienen una caducidad en función al modelo?, al respecto, indican los encuestados que “No” caducan los modelos que comercializa, donde tenemos una frecuencia de 25 encuestados para esta opción de respuesta, con un porcentaje equivalente al 52,1%; en segundo lugar tenemos la opción de respuesta “Tal vez” pueden caducar los medios de audios, con una frecuencia de 13 encuestados que constituye un porcentaje del 27,1%; y finalmente tenemos a 10 encuestados quien ha contestado que “Sí” caducan los modelos que comercializan, representando un 20,8%.

**Tabla 18.**

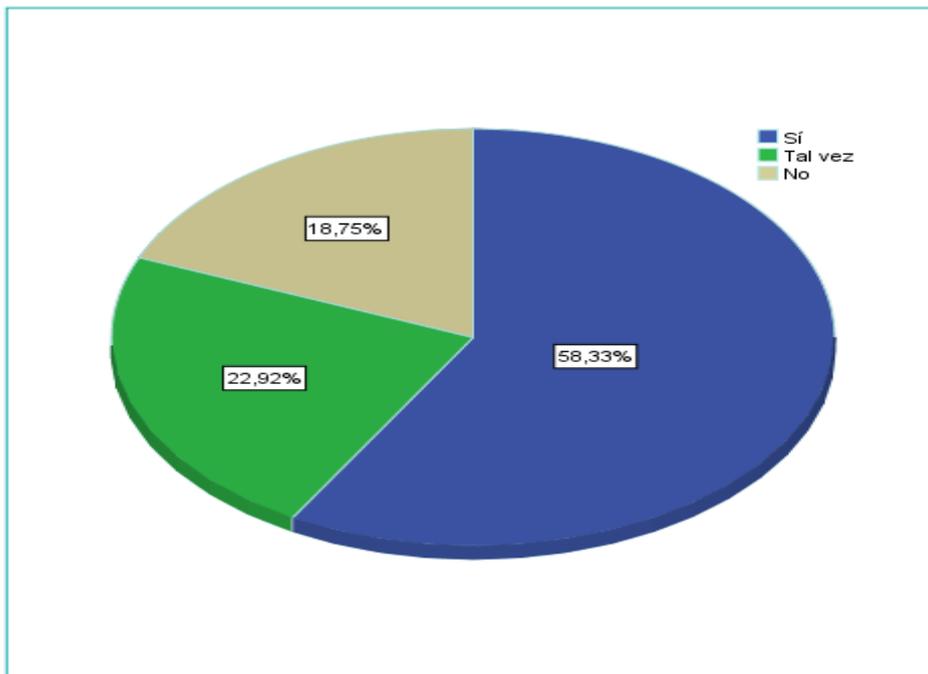
*¿Cree usted que, cuenta con buenos proveedores que le garantice el stock de los productos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	28	58,3	58,3	58,3
	Tal vez	11	22,9	22,9	81,3
	No	9	18,8	18,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

**Gráfica 18.**

*¿Cree usted que, cuenta con buenos proveedores que le garantice el stock de los productos?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Respecto a la tabla y gráfico N° 18 cuya pregunta es: ¿Cree usted que, cuenta con buenos proveedores que le garantice el stock de los productos? Se obtuvo el resultado siguiente: Un 58,3% equivalente a una frecuencia de 28 encuestados de un total de muestra de 48, opina que “Sí” cuenta con buenos proveedores que le garantiza el stock; luego el 22,9% que representa a 11 encuestados indica que “Tal vez” sus proveedores les garantiza el stock; y finalmente sólo 9 encuestados que representan el 18,8% indican que “No” cuentan con buenos proveedores por lo que representa un problema para su stock.

**Tabla 19.**

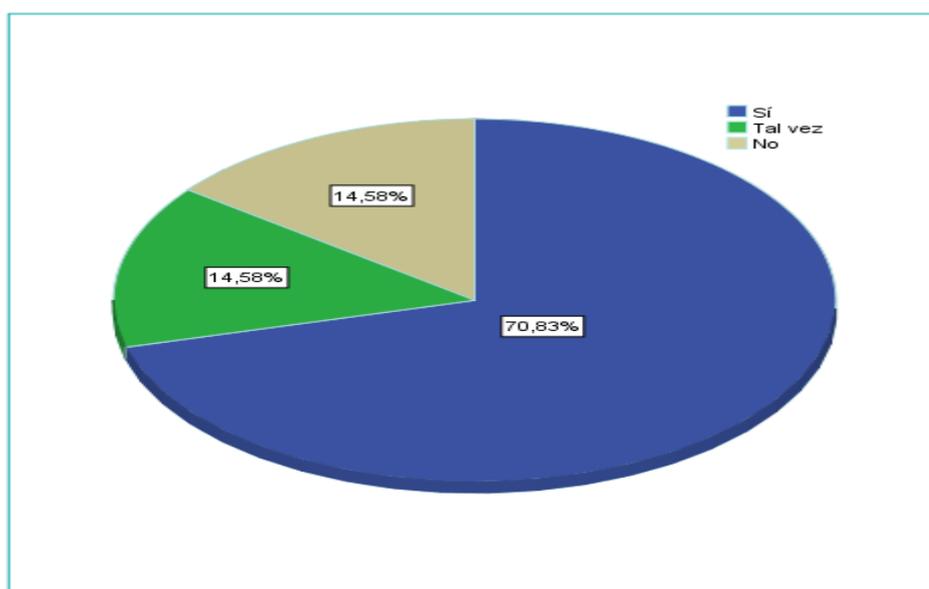
¿Cree usted, que su stock de productos, está acorde a los más solicitados por los compradores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	34	70,8	70,8	70,8
	Tal vez	7	14,6	14,6	85,4
	No	7	14,6	14,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017

#### Gráfica 19.

¿Cree usted, que su stock de productos, está acorde a los más solicitados por los compradores?



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Continuando con la pregunta de la tabla y gráfica N° 19 ¿Cree usted, que su stock de productos, está acorde a los más solicitados por los compradores? Se puede ver el resultado siguiente: En primer lugar se obtuvo un contundente 70,8% que corresponde a una frecuencia de 34 encuestados de un total de 48 de la muestra que respondió que “Sí” cuenta con un stock de productos acorde a los compradores; por un 14,6% que representa a 7 encuestados indica que “Tal Vez” cuenta con un stock acorde a los solicitados, y finalmente con un porcentaje igual al anterior de 14,6%, representada por 7 encuestados respondieron que sus productos “No” están acorde a los solicitados por los compradores.

**Tabla 20.**

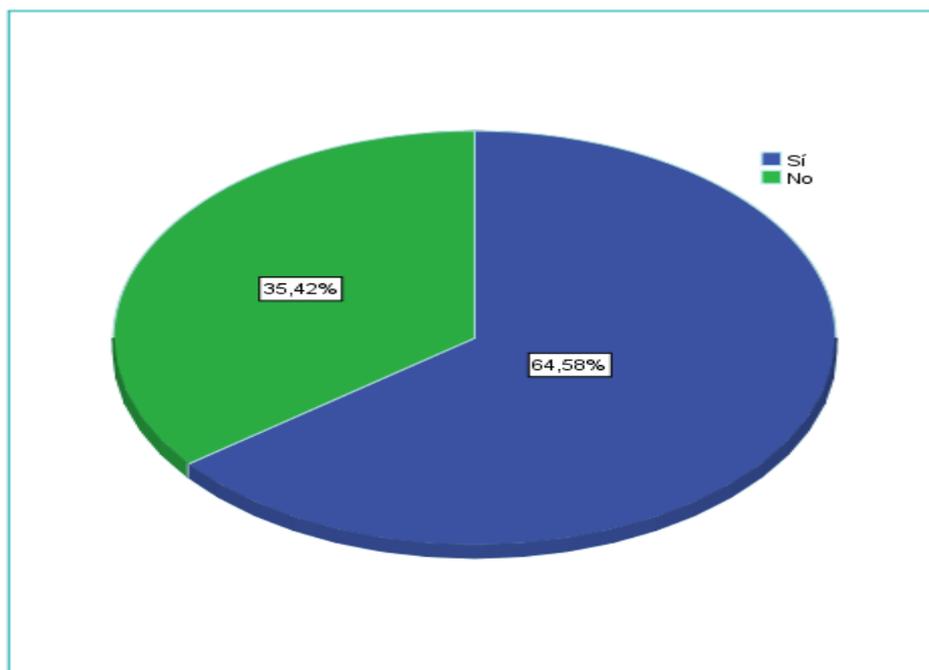
¿Considera usted que, sus ventas se incrementan al usar el método de comercio electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	31	64,6	64,6	64,6
	No	17	35,4	35,4	100,0
Total		48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

### Gráfica 20.

¿Considera usted que, sus ventas se incrementan al usar el método de comercio electrónico?



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

### Interpretación:

Referente a la pregunta de la tabla y gráfico N° 20: ¿Considera usted que, sus ventas se incrementan al usar el método de comercio electrónico? Se observa que: La mayoría de los participantes, manifiestan que “Sí” se incrementan las ventas al usar el comercio electrónico, representando un 64,6%, con una recurrencia de 31 unidades de análisis de un total de 48; en segundo lugar, tenemos una frecuencia de 17 encuestados quienes han respondido a la misma pregunta que “No” se han incrementado sus ventas con la implementación del comercio electrónico, equivalente al 35,4%.

**Tabla 21.**

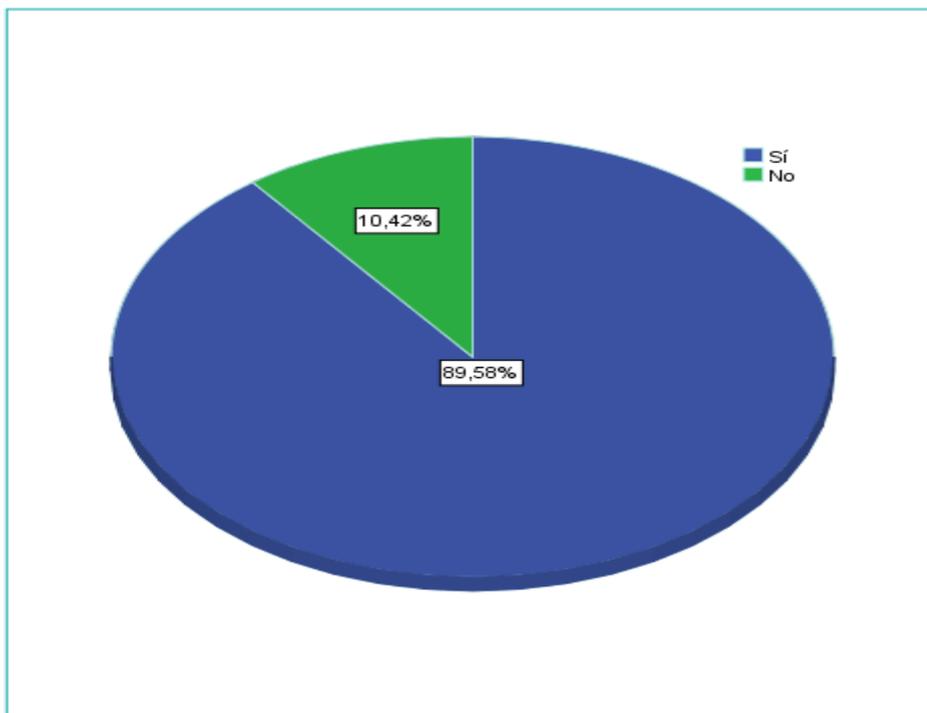
*¿Usted cree que, sus ingresos supera los egresos, dando estabilidad económica y financiera?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	43	89,6	89,6	89,6
	No	5	10,4	10,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 21.**

*¿Usted cree que, sus ingresos supera los egresos, dando estabilidad económica y financiera?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Referente a la pregunta de la tabla y gráfico N° 21: ¿Usted cree que, sus ingresos supera los egresos, dando estabilidad económica y financiera?, Se evidencia: que quienes manifiestan que “Sí” son superados los ingresos de los egresos resultando positivo para la estabilidad económica, representando un 89,6%, con una recurrencia de 43 participantes del total de la muestra que son 48; seguidos por 5 encuestados quienes han respondido a la misma pregunta que “No” son superados los ingresos de los egresos resultado desfavorable para la estabilidad económica, representado por el 10,4%.

**Tabla 22.**

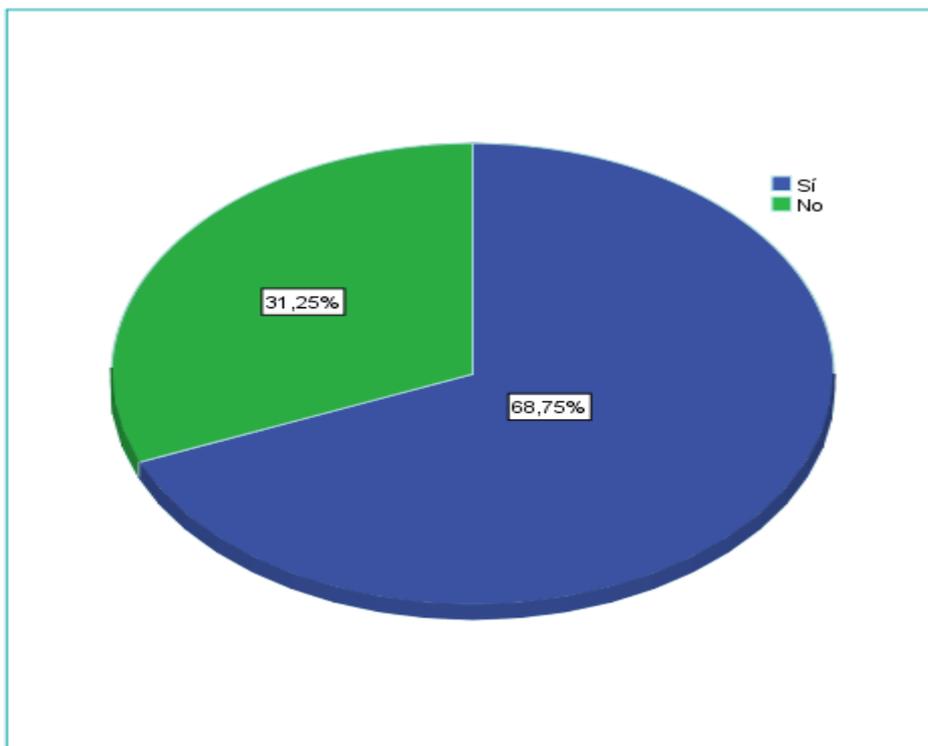
*¿Cree usted que, el presupuesto establecido, se ajusta a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	33	68,8	68,8	68,8
	No	15	31,3	31,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 22.**

*¿Cree usted que, el presupuesto establecido, se ajusta a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

Seguidamente respecto a la pregunta de la tabla y gráfico N° 22: ¿Cree usted que, el presupuesto establecido, se ajusta a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores?, el resultado muestra lo siguiente: En primer lugar tenemos la opción de respuesta “Sí”, ajustan los presupuesto a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores, equivalente al 68,8%, con una participación de 33 unidades de análisis del total de la muestra que son 48; seguido 15 personas encuestadas, quienes han manifestado que “No” ajustan sus presupuesto a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores, que equivalen al 31,3%; del total de encuestados.

**Tabla 23.**

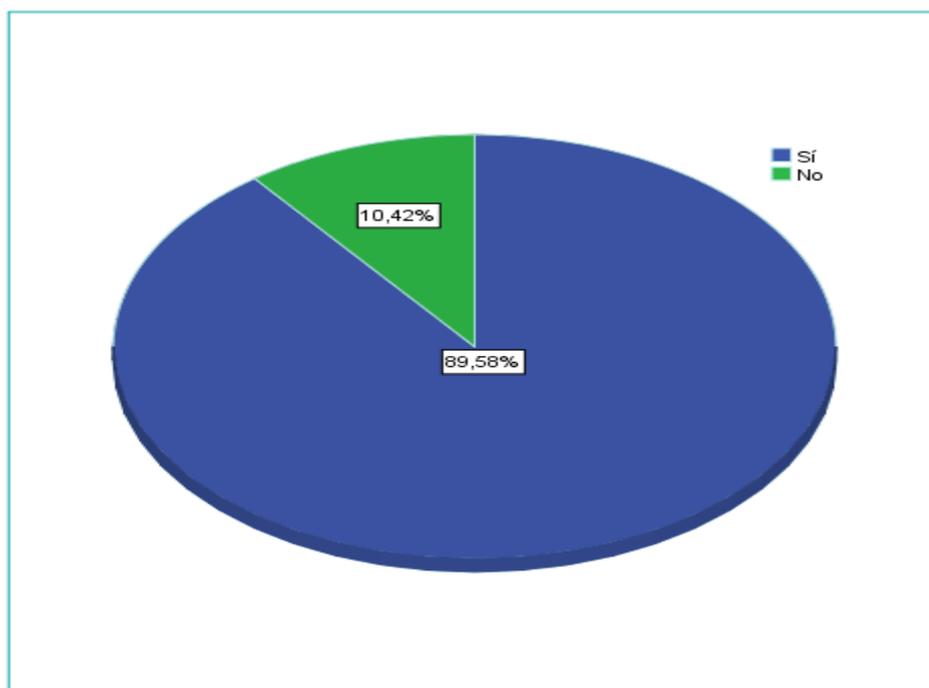
*¿Considera usted, que una buena gestión en el uso del comercio electrónico le brinda solvencia económica?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	43	89,6	89,6	89,6
	No	5	10,4	10,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 23.**

*¿Considera usted, que una buena gestión en el uso del comercio electrónico le brinda solvencia económica?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

En relación a la pregunta de la tabla y el gráfico 23: ¿Considera usted, que una buena gestión en el uso del comercio electrónico le brinda solvencia económica?, se tiene los siguientes resultados: En primer lugar tenemos la opción de respuesta "SI", se cuenta con buena solvencia económica la gestión correspondiente al comercio electrónico, lo equivale al 89,6%, con una cantidad de 43 participantes; luego tenemos en segundo lugar una frecuencia de 5 personas encuestadas quienes han manifestado que "No" influye la buena gestión de comercio electrónico en la solvencia económica, esto equivale al 10,4% del total.

**Tabla 24.**

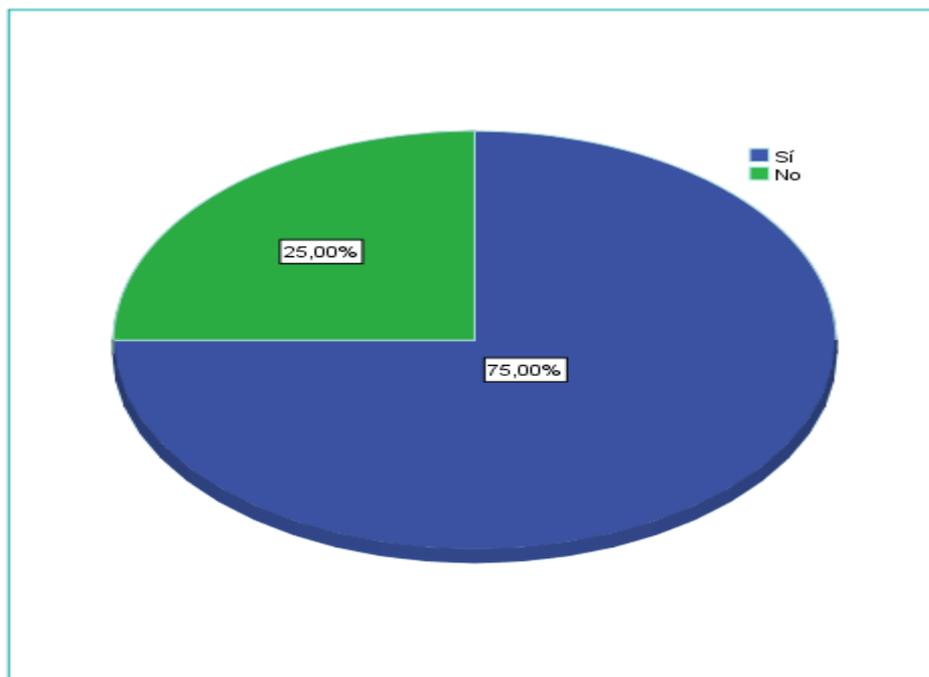
*¿Cree usted, que la gestión económica y financiera utilizada por la empresa interfiere positivamente en los plazos de pagos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	36	75,0	75,0	75,0
	No	12	25,0	25,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 24.**

*¿Cree usted, que la gestión económica y financiera utilizada por la empresa interfiere positivamente en los plazos de pagos?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

### **Interpretación:**

Respecto a la pregunta a la pregunta de la tabla y gráfico N° 24: ¿Cree usted, que la gestión económica y financiera utilizada por la empresa interfiere positivamente en los plazos de pagos?, se aprecia lo siguiente: iniciamos por quienes indicaron que “Sí” existe una intervención positiva por parte de la gestión económica y financiera para cumplir efectivamente con el plazo de los pagos, que equivale al 75,0%, con una frecuencia de 36 encuestados del total de la muestra que son 48; en segundo lugar se tiene una frecuencia de 12 personas encuestadas quienes han manifestado que “No” incide satisfactoriamente la gestión económica y financiera de la empresa en el cumplimiento de los pagos, que equivale a un porcentaje del 25,0%.

**Tabla 25.**

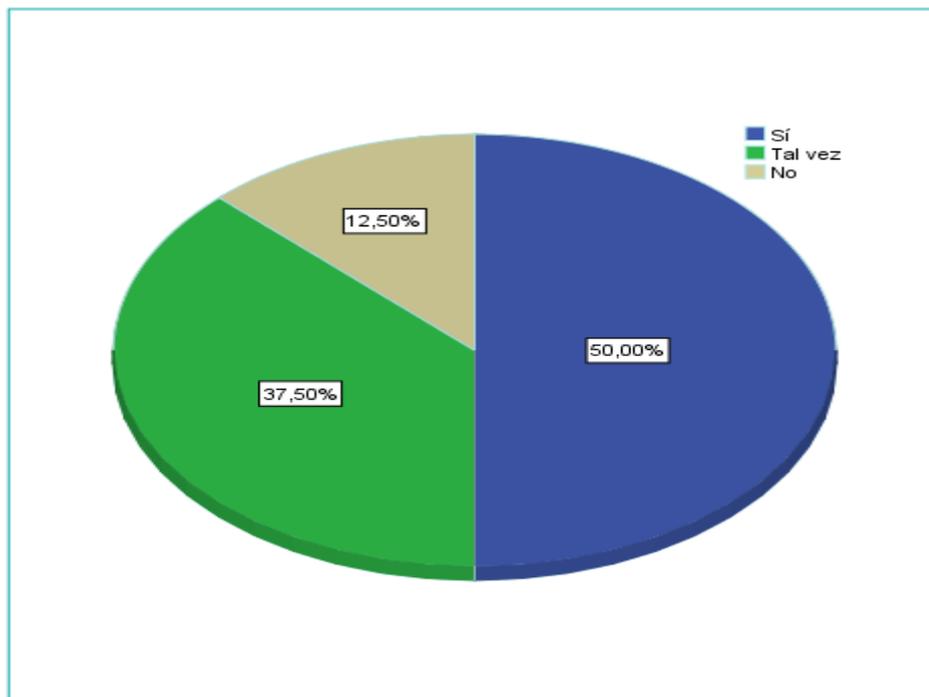
*¿Cree usted, que sea pertinente realizar auditorías internas de manera regular para conocer el estado real de la gestión económica y financiera?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	24	50,0	50,0	50,0
	Tal vez	18	37,5	37,5	87,5
	No	6	12,5	12,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 25.**

*¿Cree usted, que sea pertinente realizar auditorías internas de manera regular para conocer el estado real de la gestión económica y financiera?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Interpretación:**

En base a la interrogante de la tabla y gráfico N° 25: ¿Cree usted, que sea pertinente realizar auditorías internas de manera regular para conocer el estado real de la gestión económica y financiera?, se puede observar que: “Sí”, es pertinente llevar a cabo una auditoría constante a nivel interno, con una participación equivalente al 50,0%, con una participación de 24 unidades de análisis; seguido de 18 encuestados que indicaron que “Tal Vez” se deban realizar auditorías internas periódicamente, con un porcentaje del 37,5%; y finalmente la opción de respuesta que “No” consideran necesaria las auditorías internas constantemente, con una frecuencia de 6 encuestados equivalente a un 12,5%.

**Tabla 26.**

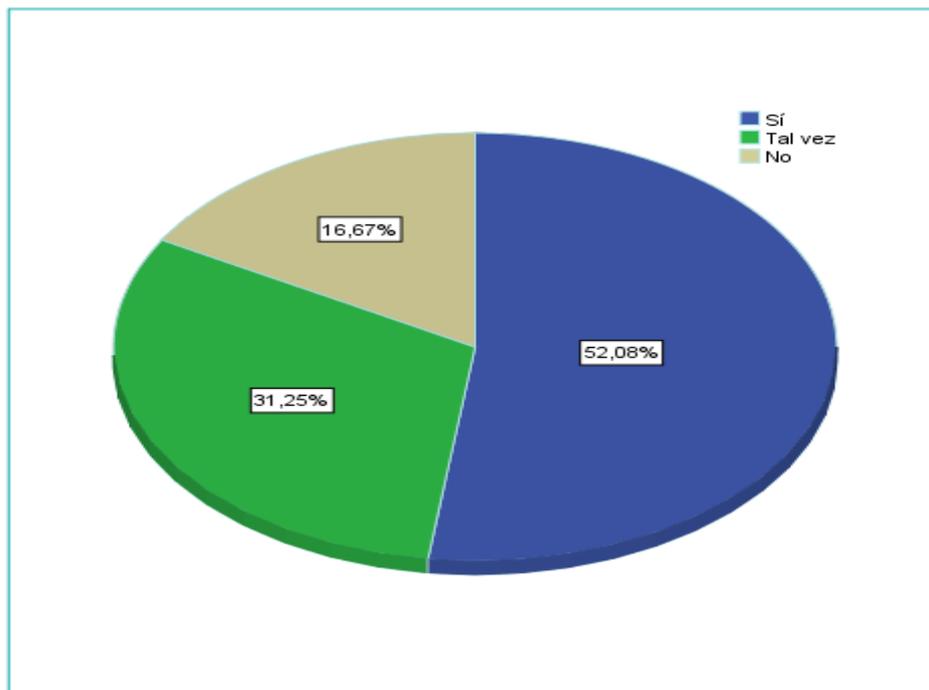
*¿Cree usted que, existe una relación entre el comercio electrónico y la gestión económica y financiera?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	25	52,1	52,1	52,1
	Tal vez	15	31,3	31,3	83,3
	No	8	16,7	16,7	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

**Gráfica 26.**

*¿Cree usted que, existe una relación entre el comercio electrónico y la gestión económica y financiera?*



Nota. Unidades de análisis con respecto determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2017.

### Interpretación:

Finalmente, en la tabla y gráfico N° 26 correspondiente a la pregunta: ¿Cree usted que, existe una relación entre el comercio electrónico y la gestión económica y financiera?, el resultado muestra lo siguiente: En primer lugar tenemos la opción de respuesta “Si”, existe una relación directa entre el comercio electrónico y la gestión financiera, equivalente al 52,1%, con una frecuencia de 25 encuestados del total de la muestra que son 48; en segundo lugar tenemos una frecuencia de 15 personas encuestadas, quienes han manifestado que “Tal vez” exista una relación entre la gestión económica y financiar y el comercio electrónico, que equivale al 31,3%; por último en tercer lugar tenemos la opción de respuesta que “No”, existe una relación entre la gestión económica y financiera con el comercio electrónico con una frecuencia de 8 encuestados equivalente a un 16,7%.

## 4.2. Correlación entre gestión por competencias y clima organizacional.

**Tabla 2.**

*Coefficiente de correlación de Pearson.*

Código de encuestado	X= Comercio Electrónico	Y= Gestión Económica y Financiera	XY	X2	Y2
1	19	8	152	361	64
2	19	8	152	361	64
3	19	7	133	361	49
4	19	6	114	361	36
5	19	6	114	361	36
6	16	9	144	256	81
7	16	9	144	256	81
8	16	9	144	256	81
9	16	9	144	256	81
10	22	10	220	484	100
11	22	10	220	484	100
12	22	10	220	484	100

13	22	11	242	484	121
14	22	11	242	484	121
15	25	7	175	625	49
16	25	7	175	625	49
17	25	7	175	625	49
18	25	7	175	625	49
19	14	8	112	196	64
20	14	8	112	196	64
21	14	8	112	196	64
22	14	8	112	196	64
23	14	8	112	196	64
24	14	8	112	196	64
25	26	12	312	676	144
26	26	12	312	676	144
27	24	6	144	576	36
28	21	7	147	441	49
29	21	7	147	441	49
30	21	7	147	441	49
31	21	7	147	441	49
32	19	8	152	361	64
33	19	8	152	361	64
34	19	8	152	361	64
35	17	7	119	289	49
36	17	7	119	289	49
37	17	7	119	289	49
38	20	9	180	400	81
39	20	9	180	400	81
40	26	6	156	676	36
41	26	6	156	676	36
42	23	7	161	529	49
43	23	7	161	529	49
44	18	6	108	324	36
45	18	6	108	324	36
46	18	6	108	324	36
47	21	12	252	441	144
48	21	12	252	441	144
Totales	859	346	7748	19631	3282

Nota. Elaboración propia.

$$r = \frac{(n) (\sum xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{[(n) \sum x^2 - (\sum x)^2][(n) \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

$$r = \frac{(48)(7748) - (859) (346)}{\sqrt{[(48)19631 - (859)^2][(48) 3282 - (346)^2]}}$$

$$r = 0.1387$$

**Tabla 38.**

*Índice de correlación entre el comercio electrónico y la gestión financiera y económica.*

Correlación de Pearson	
Índice*	0.526
Nivel de correlación	Media

Nota. Elaboración propia

Del índice de correlación calculado según la Prueba de Pearson de 0.526 se infiere que al ser positivo las variables comercio electrónico y gestión de económica y financiera, con un desarrollo de correlación directa y según el valor calculado es media; esto significa que si se promueve con más frecuencia el comercio electrónico inferiría positivamente en la gestión económica y financiera.

### **4.3. Discusión de los resultados**

En la discusión de los resultados se busca dar una descripción objetiva y clara de los enfoques tomados como antecedentes y establecer así la vinculación entre las investigaciones; en nuestro trabajo de investigación se obtuvo como resultado que la implementación del comercio electrónica, trae beneficios en la gestión económica y financiera, asegurando a la empresa una estabilidad económica, al obtener mayores ingresos en relación a los egresos, brinda grandes oportunidades al poder importar productos, según la demanda por parte de los consumidores, reduce los precios el uso de los mecanismos tecnológicos, ampliando a su vez las opciones de pago por parte de los clientes, de la misma manera, Puetate (2013), llevaron a cabo un trabajo de investigación cuya finalidad era establecer el nivel de aceptación de la tienda virtual, partiendo de la escasez de conocimiento de comercio electrónico y su repercusión en el crecimiento comercial de las Pymes, en el cual obtuvieron como resultado que las Pymes, en un porcentaje de 57.60% se encuentran en actitud óptima ante la aplicación e-commerce, de igual manera, un 62.35% del universo poblacional analizado como mercado potencial de las Pymes desean adquirir vía web; resultando un TIR 29,89% y un VAN \$1286,73, en un flujo efectivo calculado en 4 períodos, a una tasa referencial del 12,70%; siendo atribuible el término de comercio electrónico en las Pymes, afirmar que a través del empleo del comercio electrónico, se obtienen beneficios al lograr incrementar los ingresos de una forma sencilla empleando el computador y el recurso monetario para inversión; por lo que gestionan sus importaciones a costos menores y lo mercantilizan internamente en la nación, de igual manera, Pérez (2016), en sus trabajo de investigación tenía como objetivo, llevar a cabo una propuesta de estrategia de negocios que autorice a las organizaciones del mencionado municipio, aplicar el comercio electrónico a modo de elevar las metas comerciales, obteniendo como resultado que la importancia de modelos de comercio electrónico para las MYPES del Municipio de Nezahualcóyotl, radica en emplear el ciberespacio

para vender artículos y/o mercadería, abarcando así nuevos mercados a nivel local, regional y nacional, por ende estar actualizados en el mundo digital, publicitar los productos por medio de nuevas redes de venta; optimizando a su vez la expansión publicitaria y optar por el mercado especializado en el cual se aspira participar. De igual manera, con el modelo propuesto se busca que los comercios progresen, aumenten sus ingresos a través de nuevas oportunidades de negocio, sin desatender la modalidad del comercio habitual que usan actualmente; así mismo, Goenaga, Medina, & Pedrozo (2017), en el estudio de investigación que realizaron, se propusieron realizar un análisis de la comercialización electrónica como instrumento para la elevación de la actividad comercial y financiera de las Pymes conformantes del departamento de Magdalena, obteniendo como resultado que, el comercio electrónico se ha adoptado como un instrumento tecnológico promotor del crecimiento de las finanzas de una organización en un ámbito local e internacional, visualizando a su vez que, para desarrollar el comercio electrónico, es necesario el apoyo del sistema educativo, logrando que esté brinde una preparación acorde a exigencias de la demanda informática, introducirse en el E-commerce para determinar cuáles son los bienes o servicios con mayor atracción para el universo colombiano; por otro lado, Damacén (2005), en su trabajo se planteó como objetivo conocer de las ventajas del comercio electrónico en las negociaciones comerciales y su repercusión en la gestión empresarial de las Pymes en la nación peruana, cuyos resultados arrojaron que, para el momento que fue llevado a cabo dicho trabajo el sistema no se encontraba habilitado para el Perú, por lo que las compras por internet debían llevarse a cabo a través de depósitos en cuentas corrientes; siendo a veces prohibidos los costes cuando se efectúan transferencias, haciendo necesario una carta de crédito cuando los montos de la importación son muy elevados, el importador deposita una cantidad de dinero 30% al exportador para que prepare sus órdenes de compra, una vez enviado y llegado al país de destino, en este caso Perú; el banco escogido se encarga de liberar el

dinero al exportador 70%, llegando así al fin del contrato; Pinto (2019), se propusieron en su trabajo de investigación, realizar una evaluación y análisis del contexto económico y financiero, así como la afectación del mismo en el proceso apropiado de toma de decisiones en la mencionada empresa, durante los años 2016-2017, se concluyó que la organización no lleva a cabo el estudio de los estados financieros, posiblemente por la carencia de conocimiento acerca del contexto financiero de la organización por parte del nivel administrativo y de gerencia, resultando pertinente realizar un estudio oportuno de la situación financiera como herramienta en la toma de decisiones; además de que los niveles jerárquicos conozcan y analicen los datos económicos y financieros de la organización logrando saber detalladamente los movimientos globales de la organización en cada lapso de tiempo, se considera importantes aplicar políticas de gestión económica y financiera, a modo de optimizar el contexto económico situacional de la organización; por otro lado, Frey & Loaiza (2018), llevaron a cabo un trabajo de investigación con el objetivo de tener conocimiento de la conexión existente entre la percepción y la adopción del comercio electrónico en el nivel gerencial, dueños y nivel administrativo de las Mypes del distrito de Oxapampa, obteniendo como resultado que, existe una vinculación entre la percepción del valor estratégico del comercio electrónico y su acogimiento para la plana gerencial, administrativa y los dueños de las MYPES del distrito de Oxapampa, de igual manera se apreció una ausencia de información de las MYPES de Oxapampa acerca del comercio electrónico y las ventajas que aporta para el desarrollo y crecimiento de las empresas y la capacidad de fabricación es independiente a la acción de iniciar la comercialización vía internet; por su parte, Barrios (2019), en su estudio se propúso, establecer que la Gestión financiera optimiza la toma de decisiones gerenciales dentro del ámbito el traslado del cargamento, situado en el distrito de Paucarpata, en la provincia de Arequipa, para lo cual sus resultados arrojaron que, las Gerencias del mercado objeto de estudio no captan información financiera

apropiada, con el objeto de valorar y tener conocimiento del contexto situacional financiero de las empresas, escenario que mejora el proceso de decisiones gerenciales, la gestión financiera brinda la viabilidad al nivel gerencial para obtener datos principales como una valoración de la solvencia, utilidad y gestión de medios económicos, de igual manera se observo que la gestión de los registros económicos incide positivamente acerca de la toma de decisión del nivel gerencial en las mencionadas empresas; de igual manera, Cabrera (2018), se planteó conocer la capacidad profesional orientada a la gestión financiera frente a la competencia para seguir un fin de las Mypes comercializadoras de calzado en el Cercado de Arequipa, en el transcurso del año 2017, obteniendo como resultado que, existe un 63% de relación entre las variables analizadas, determinando que una adecuada gestión económica repercute favorablemente en la competitividad de las Mypes, y si la organización cuenta con una óptima manipulación de la contabilidad, puede tomar decisiones oportunas, y buen manejo en los niveles de inventarios, entradas y salidas, de igual manera sugieren que las empresas comerciales de zapatos cuenten con una gestión financiera con aplicación a las Mypes, tomando en cuenta una planificación financiera al año, y un control de entradas y salidas de liquidez que le otorgue la posibilidad de poseer idea acerca de su liquidez, y un procedimiento contable apropiado para conservar el control de sus operaciones financieras, finalmente, Ramos (2019) en su estudio de investigación se propuso, realizar un análisis de la conexión existente entre la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes del mercado ferretero perteneciente al cercado de Arequipa, durante el año 2018, obteniendo como resultado que, existe una relación entre las variables estudiadas, y ambas repercuten en la competitividad, con una conexión positiva entre la gestión empresarial y la calidad de servicio, debido a que los empresarios manifiestan interés por conservar a sus clientes fidelizados; corroborando que la empresa y la competitividad se interconectan, generando efectos en la organización.



## CONCLUSIONES

Partiendo del objetivo de la investigación, se pudo determinar que el comercio electrónico, repercute de manera positiva en las transacciones y ventas, sobre todo a llegar a más clientes lo que permite posicionarse en el mercado, obteniendo la posibilidad de ofertar mejores precios a sus consumidores al traer productos de importación, cuyos costos son relativos a los ingresos generados por los mismo.

De igual manera, se evidenció que una buena gestión financiera y económica es determinante para el funcionamiento efectivo de las MYPES, logrando intervenir significativamente en la toma de decisiones, logrando los objetivos organizacionales de las mismas, y por ente, desarrollarse de manera sostenible.

El comercio electrónico ha posibilitado incrementar las ventas, con la intervención de una buena gestión económica y financiera, logrando que los ingresos superen los egresos, lo que permite a las MYPES dar fiel cumplimiento a los pagos concernientes a sus obligaciones empresariales, ya que cuenta con una buena liquidez.

El beneficio de contar con amplias plataformas web, así como a su vez, disponer de medios de pago más cómodos para los consumidores, son algunos de las finalidades más significativos que ofrece la implementación del comercio electrónico a todas la MYPES, proporcionando efectos positivos en el referente de la gestión financiera y económica, permitiendo que la MYPES amplíen sus oportunidades de negocios de manera clara y efectiva.

## RECOMENDACIONES

Para aprovechar al máximo la relación existente entre comercio electrónico y la gestión económica y financiera, se recomienda que todo el personal que integre las MYPES, realicen una capacitación por parte de todo el personal, principalmente para adquirir mayores conocimientos sobre los referentes y saber los nuevos avances que les permita así obtener mayores ventajas de la vinculación existente entre ambas.

Es importante, que se los directivos de la Mypes planteen metas de ventas por parte del personal que tiene a su cargo el comercio electrónico y de esta manera tener mayor control de las ventas, catálogos, ofertas competitivas, todo como parte de una buena gestión económica y financiera.

Para que las empresas obtengan un margen de rentabilidad mayor, es preciso mejorar el sistema de ventas, establecer evaluaciones de productividad, calificando a su vez la efectividad de las de las competencias, mejorando de igual manera mejorar la atención al cliente, una vez logrado no tendrá complicaciones para dar cumplimiento al pago de sus obligaciones.

El personal a cargo del comercio electrónico, debe evaluar la funcionalidad todas las herramientas que ofrece el mismo, tomando en cuenta que no se trata solo de publicar en venta algún producto, es pertinente, hacer seguimiento, potenciar y renovar diseños de publicación constantemente, y sobre todo genera un ambiente de seguridad por parte de los consumidores, para que puedan llevar a cabo transacciones digitales mediante garantías.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aliaga, D., & Flores, W. (2017). (Tesis para optar al Título Profesional de Licenciado en International Bssiness. *Influencia del E-commerce en el desempeño de las Mypes del secto textil peruano en el emporio comercial de Gamarra*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2884/1/2017\\_Aliaga\\_Influencia-del-ecommerce.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2884/1/2017_Aliaga_Influencia-del-ecommerce.pdf)
- Amaya, M. (2020). *Tendenzias.com*. Recuperado el 06 de mayo de 2021, de Qué es el método cuantitativo, características y diferencias con el cualitativo: <https://tendenzias.com/life/que-es-el-metodo-cuantitativo/>
- Anteportamlatinam, J. (junio de 2014). (Trabajo de fin de grado en Administración y Dirección de Empresas). *Relevancia del E-Commerce para la empresa actual*. Soria, España: Unievrstidad de Valladolid. Recuperado el 28 de abril de 2021
- Aspilcueta, J. (s.f.). *Monografias.com*. Recuperado el 09 de 01 de 2021, de MYPES en el Perú: <https://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Barrios, E. (2019). (Trabajo de Grado para optar al Título Profesional de Contador Público). *Gestión Financiera para mejorar la toma de decisiones gerenciales en el sector Transporte de carga del distrito de Paucarpata, Arequipa 2018*. Arequipa, Perú: Universidad Tecnológica del Perú.
- Cabrera, C. (2018). (Trabajo de Grado para optar al Título Profesional de Contador Público). *Influencia de la gestión financiera en la competitividad de las Mypes comercializadoras de calzado en el mercado de Arequipa, 2017*. Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7109/COcachc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Coloma, A. (28 de abril de 2021). *Cute 766*. Recuperado el 28 de abril de 2021, de La importancia del Comercio electrónico: <https://cute766.info/la-importancia-del-comercio-electronico/>
- Correa, D. (2007). *Aprende en Línea*. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de Foro No. 5- Comercio Electrónico: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/?redirect=0>
- Damacén, D. (2005). (Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial). *El Comercio electrónico en las negociaciones de las Pymes en el Perú*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 24 de abril de 2021, de [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2713/Damacen\\_sd.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2713/Damacen_sd.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Facua. (2011). Recuperado el 28 de abril de 2021, de Comercio Electrónico y firma digital: <https://www.facua.org/es/guia.php?Id=143&capitulo=1264>
- Frey, M., & Loaliza, M. (2018). (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración). *Adopción de comercio electrónico: Un estudio empírico de las Mypes de Oxapampa*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 28 de abril de 2021, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623810/Loayza\\_GM.pdf?sequence=12&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623810/Loayza_GM.pdf?sequence=12&isAllowed=y)
- García, A. (s.f.). *Monografias.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2021, de Actualización del manual de procedimientos de la gestión económico-financiera de la Universidad de Matanzas: <https://www.monografias.com/trabajos-pdf5/manual-procedimientos-gestion-economico-financiera/manual-procedimientos-gestion-economico-financiera.shtml>
- García, V. E. (2016). *Comercio electrónico como una estrategia de negocios en el Municipio de Nezahualcóyotl para las micro y pequeñas Empresas*. México: Instituto Politécnico Nacional.

- Goenaga, A., Medina, G., & Pedrozo, S. (2017). (Trabajo de grado para optar el Título de Comercio Internacional). *Comercio electrónico en las Pymes del departamento del Magdalena*. Santa Marta, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado el 28 de abril de 2021, de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5963/1/2018\\_comercio\\_electronico\\_pymes.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5963/1/2018_comercio_electronico_pymes.pdf)
- Hérmendez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill. Recuperado el 12 de 01 de 2021
- Herrera, B. (2011). Análisis estructural de las MYPES Y PYMES. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 18(35), 69-89. Obtenido de Análisis Estructural de las MYPES y PYMES: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/3706/2970/0>
- Instituto Economía Digital ESIC [ICEMD]. (2014). Recuperado el 28 de abril de 2021, de Comercio electrónico B2B en las PYMES españolas: <http://blogs.icemd.com/blog-comercio-electronico-b2b-en-las-pymes-espanolas/las-5-diferencias-entre-b2c-y-b2b-tipos-de-e-commerce/>
- Labelgroup. (2018). *labelgroup.com*. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de Ventajas del E-Commerce para las empresas: <https://www.labelgrup.com/ventajas-del-ecommerce-las-empresas>
- López, C. (04 de febrero de 2021). Recuperado el 28 de abril de 2021, de ¿Qué es el E-commerce?: <https://es.ccm.net/contents/201-introduccion-al-comercio-electronico-e-commerce>
- López, J. (2021). *Economipedia*. Recuperado el 07 de 01 de 2021, de Operación financiera: <https://economipedia.com/definiciones/operacion-financiera.html>
- Malca, Ó. (2001). *Universidad del Pacífico*. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de Comercio Electrónico: <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/76/AE40.pdf?sequence>

- Mark-Consulting. (2014). Recuperado el 03 de mayo de 2021, de E- Marketing/E-Commerce: <http://markcom.com.ve/e-marketinge-commerce>
- Neilson, J. (s.f.). *Comercio electrónico*. Recuperado el 28 de abril de 2021, de <https://www.monografias.com/trabajos12/monogrr/monogrr.shtml>
- Pérez, J., & Merino, M. (2008). *Definición.de*. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de Concepto de Gestión: <https://definicion.de/gestion/>
- Pérez, V. (2016). (Tesis para obtener el grado de Maestro en Administración). *Comercio electrónico como una estrategia de negocios en el municipio de Nezahualcóyotl para las micros y pequeñas empresas*. Ciudad de México, México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado el 24 de abril de 2021, de <https://docplayer.es/48317542-Instituto-politecnico-nacional.html>
- Pinto, E. (2019). (Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público). *La gestión económica y financiera para una adecuada toma de decisiones de la empresa Ttikaka Trout Perú S.C.R.L, períodos 2016-2017*. Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano- Puno. Recuperado el 26 de abril de 2021, de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11492/Pinto\\_Palacios\\_Esther.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11492/Pinto_Palacios_Esther.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Procesos de gestión gerencial*. (s.f.). Obtenido de <https://procesosdegestiongerencial.wordpress.com/3-2-gestion-de-los-departamentos/>
- Puetate, G. C. (2013). *El comercio Electrónico y las MYPES en la Ciudad de Tulcán*. Tulcán, Ecuador: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Ramos, E., & Huerta, L. (04 de 2019). (Trabajo de Grado para optar al Título Profesional de Negocios Internacionales). *La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018*. Arequipa: Perú. Obtenido de [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2575/1/Ediluz%20Ramos\\_Leidy%20Huerta\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2575/1/Ediluz%20Ramos_Leidy%20Huerta_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf)

- Rodríguez, C. (25 de agosto de 2015). *Marketing Digital*. Recuperado el 28 de abril de 2021, de Modelos de Negocio y ventajas del E-Comerce: <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/modelos-negocio-ventajas-del-e-comerce/>
- Sánchez, B. (2014). Recuperado el 09 de 01 de 2021, de Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/5433/4665/>
- Silva, R. (2009). Beneficios del Comercio electrónico. *Revista Redalyc*(24), 151-164. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>
- Soplín, D. E. (2005). *El comercio en las negociaciones de las PYMES en el Perú*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Torres, J. (2012). *Calaméo*. Recuperado el 28 de abril de 2021, de Comercio Electrónico: <https://es.calameo.com/read/00454956317e09ebbe731>
- Urbina, H. (2011). (Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración). *El comercio electrónico como medio para el desarrollo de las exportaciones e importaciones en las empresas del medio*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado el 28 de abril de 2021, de [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3748/urbina\\_r.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3748/urbina_r.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Valdez, R. (2019). (Trabajo de Grado para optar al Título Profesional de Contador Público). *Gestión Financiera y su incidencia en el desarrollo sostenible de la empresa Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A Arequipa 2013-2017*. Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Videla, C. (2007). Recuperado el 04 de 01 de 2021, de Problemas sobre Estados Financieros: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120350/FINANZAS%25202007%2520->

%2520Problemas%2520sobre%2520Estados%2520Financieros.pdf%3Bsequence%3D1

Visa Inc. (2021). *Guía práctica para el desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en América Latina*. Recuperado el 03 de mayo de 2021, de ¿Qué es E-Commerce o Comercio Electrónico?: [https://www.visaempresarial.com/cl-santander/noticias/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico\\_197](https://www.visaempresarial.com/cl-santander/noticias/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico_197)

Westreicher, G. (2021). *Economipedia*. Recuperado el 04 de mayo de 2021, de Gestión financiera: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-financiera.html>

## **ANEXOS**

## Anexo 1.

### Matriz de consistencia

IMPORTANCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS EFECTOS EN LA GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LAS MYPES DEDICADAS A LA IMPORTACIÓN DE AUDIO, AREQUIPA 2020.							
Problemas de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones e indicadores	Metodología		
<p><u>Problema General</u></p> <p>¿Qué importancia tiene el comercio electrónico y cómo afecta la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020?</p>	<p><u>Objetivo General:</u></p> <p>Determinar la importancia que tiene el comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020.</p>	<p><u>Hipótesis general:</u></p> <p>Es probable que, la evolución y la importancia del comercio electrónico en las MYPES, dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados influyan y cause efectos considerables en la gestión económica y financiera.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p>	<p>COMERCIO ELECTRÓNICO</p>	<p><u>IMPORTACIÓN</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento.</li> <li>- Cotizaciones</li> <li>- Tipos de pago</li> <li>- Tributos</li> <li>- Gastos</li> </ul>		
<p><u>Problemas Específicos</u></p> <p>¿De qué manera influye el comercio electrónico en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados?</p>	<p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <p>Determinar la influencia del comercio electrónico en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados.</p>	<p><u>Hipótesis Específicas</u></p> <p>Es probable, que el comercio electrónico influya en el posicionamiento financiero de las MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados sea notable.</p>			<p><u>COMERCIALIZACIÓN</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios</li> <li>- Ofertas de demanda</li> <li>- Temporadas</li> <li>- Proveedores</li> <li>- Stock de productos</li> </ul>		<p><u>Población y muestra</u></p> <p>Estará enmarcada en 3 MYPES dedicadas a la importación de discos grabados de audio, video y derivados</p>
<p>¿Cómo incide la gestión económica y financiera en el desarrollo sostenible de las MYPES?</p>	<p>Determinar la incidencia que tiene la gestión económica y financiera para el desarrollo sostenible de las MYPES.</p>	<p>Es probable, que la gestión económica y financiera incida positivamente en el desarrollo sostenible de las MYPES.</p>			<p><u>SITUACIÓN ECONÓMICA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventas</li> <li>- Ingresos producidos</li> <li>- Presupuestos</li> <li>- Solvencia económica</li> <li>- Utilidad empresarial</li> <li>- Plazos de pagos</li> <li>- Auditorías internas</li> </ul>		<p><u>Diseño de investigación</u></p> <p>No experimental, con un corte transversal.</p>
<p>¿Cuál es la situación financiera actual de las MYPES que se encuentran en el cumplimiento de sus obligaciones?</p>	<p>Describir la situación financiera actual de las MYPES en el cumplimiento de sus obligaciones.</p>	<p>Es probable, que la situación financiera actual de las MYPES tenga implicancia en el cumplimiento de sus obligaciones.</p>			<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p>	<p>GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA</p>	<p><u>POSICIONAMIENTO FINANCIERO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rentabilidad</li> <li>- Estrategias</li> <li>- Ventajas</li> <li>- Capacidad de endeudamiento</li> </ul>
<p>¿Con que fin, el comercio electrónico causa efectos en la gestión económica y financiera de las MYPES?</p>	<p>Evaluar la finalidad del comercio electrónico y los efectos que causa en la gestión económica y financiera de las MYPES.</p>	<p>Es probable, que la finalidad que tiene el comercio electrónico cause efectos en la gestión económica y financiera de las MYPES.</p>					

Nota. Elaboración propia.

## Anexo 2. Cuestionario

**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario ha sido elaborado con la finalidad de recabar información que sirva de sustento para la realización del trabajo de investigación titulado “**Importancia del comercio electrónico y los efectos en la gestión económica y financiera de las Mypes dedicadas a la importación de audio, Arequipa 2020**”, con el cual se espera obtener el Título de Contador Público. Por esta razón, le pedimos su participación en dicho estudio, respondiendo las preguntas que se disponen a continuación de manera voluntaria, objetiva y transparente; aclarándole que su participación no tendrá ningún costo y que tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento; sin ninguna penalidad. Además, posee la libertad de no contestar alguna pregunta en particular, ya que tiene la libertad de aceptar o no participar en la investigación.

### NOMBRE DEL ENCUESTADO (Opcional)

.....

**EDAD:** ..... Años                      **Sexo:**              (M)               (F)

**Año de inicio de actividades:** .....

**Grado de instrucción:** .....

**Cargo en la empresa:** .....

PARA CADA PREGUNTA MARQUE EN EL CUADRO CON UNA ASPA, SEGÚN SEA SU ELECCIÓN

#### Preguntas filtro

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?  
1 a 10                       11 a 50                       51 a más
2. ¿Cuál es el monto promedio de sus ventas anuales?  
 Hasta S/. 570,000  
 Hasta S/. 3230,000  
 Más de S/. 3230,000
3. Señale quienes son sus clientes  
 Empresas  
 Consumidores u/o usuarios finales  
 Otro. Especifique .....
4. Marque cuales son los medios por los cuales realiza sus operaciones de ventas:  
 Aplicación móvil

- Página web
- Tienda virtual
- Correo electrónico
- Llamadas electrónicas
- App delivery
- Marketplaces
- Redes sociales.

Especifique .....

- No utilizo ninguno de estos medio electrónico

5. ¿Qué tipo de servicios contrata?

- Housing (aloja sus servidores en un proveedor de servicios. Ejm: Telefónica Negocios, Claro Pyme, etc)
- Hosting (aloja sus aplicaciones en servidores de un tercero. Ejm: Telefónica Negocios, Claro Pyme, etc)
- Servicios en la nube (Alibaba, Amazon, Google, IBM, etc.)
- Servicios en redes sociales para empresas [¿cuáles?]
- Otro [Especificar]

#### IMPORTACIÓN

6. Considera Ud. ¿Que posee los conocimientos básicos necesarios de cómo se realiza la importación de audios?

Mucho  Poco  Nada

7. ¿Cómo empresa Ud. solicita cotizaciones vía correo electrónico para importar audios?

Siempre  En ocasiones  Nunca

8. ¿Considera las cotizaciones un factor determinante para el favorecimiento de la gestión económica y financiera empresarial?

Totalmente  Mucho  Nada

9. Enumere según su importancia el medio de pago que utiliza

- Billetera digital (como el Yape, Plin, Tunki, Ligo, etc.)
- Tarjetas de débito
- Tarjetas de crédito

Efectivo

10. ¿Cree usted, que afecta significativamente en la gestión económica y financiera de la empresa, el pago de tributos?

Si  Tal vez  No

11. ¿Cree usted, que existe una disminución en los gastos a través del comercio electrónico, tomando en consideración los gastos en que incurre importar audios?

Si  Tal vez  No

**COMERCIALIZACIÓN**

12. ¿Considera usted que, puede manejar diversos precios al implementar el comercio electrónico?

Si  Tal vez  No

13. ¿Cree usted que, al vender audios de importación le permite ofrecer audios acordes a la demanda?

Si  Tal vez  No

14. ¿Usted cree que, los productos que comercializa tienen una caducidad en función al modelo?

Si  Tal vez  No

15. ¿Cree usted que, cuenta con buenos proveedores que le garantice el stock de los productos?

Si  Tal vez  No

16. ¿Cree usted, que su stock de productos, está acorde a los más solicitados por los compradores?

Si  Tal vez  No

**SITUACIÓN ECONÓMICA**

17. ¿Considera usted que, sus ventas se incrementan al usar el método de comercio electrónico?

Sí  No

18. ¿Usted cree que, sus ingresos supera los egresos, dando estabilidad económica y financiera?

Sí  No

19. ¿Cree usted que, el presupuesto establecido, se ajusta a los posibles cambios de precios por parte de los proveedores?

Sí  No

20. ¿Considera usted, que una buena gestión en el uso del comercio electrónico le brinda solvencia económica?

Sí  No

21. ¿Cree usted, que la gestión económica y financiera utilizada por la empresa interfiere positivamente en los plazos de pagos?

Sí  No

22. ¿Cree usted, que sea pertinente realizar auditorías internas de manera regular para conocer el estado real de la gestión económica y financiera?

Si  Tal vez  No

**¡Muchas gracias!!!**