



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORA:

Huaman Estrada Thania Milanny (ORCID: 0000-0002-7406-992X)

ASESOR:

Dr. Espinoza Cruz Manuel Alberto (ORCID: 0000-0001-8694-8844)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Mi trabajo de investigación se lo quiero dedicar a dios por su apoyo emocional y dándome las fuerzas necesarias y también a mi familia, en especial a mi abuela y mi mamá, ya que sin ellas esto no sería posible, siempre me dieron apoyo incondicional y me alentaron a seguir mi sueño, de igual manera a mis mascotas que en días tristes y soledad también me acompañaron a seguir mi meta.

Agradecimiento

Yo, agradezco a dios que siempre iluminó, me ayudo a superar todos los obstáculos que la vida puso en mi camino y darme sabiduría para tomar decisiones y que sean las correctas y así terminar mi carrera profesional.

Agradezco a mi familia, especialmente a mi mamá y mi abuela, que siempre estuvieron ahí apoyándome en todo, creyeron en mi a pesar de todo, ayudándome en los días y momentos más difíciles de mi vida y dándome su amor incondicional.

Al Dr. Manuel Alberto Espinoza Cruz, por su apoyo y asesoría en finales de mi carrera profesional al estar pendiente de mi desarrollo de tesis y hacer todo esto posible.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO TEÓRICO.....	13
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Diseño de investigación	19
3.2. Variables, operacionalización.....	20
3.3. Población y muestra.....	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	22
3.5. Métodos de análisis de datos.....	23
3.6. Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS	25
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES.....	32
VII. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	38

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Juicio de expertos</i>	22
Tabla 2. <i>Alfa de Cronbach</i>	23
Tabla 3. <i>Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach Análisis de fiabilidad</i>	24
Tabla 4. <i>Correlación entre elementos entre elementos</i>	24
Tabla 5. <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	25
Tabla 4. <i>Correlación de Planeamiento financiero y sostenibilidad Spearman</i>	26
Tabla 7. <i>Correlación de Spearman Planeamiento financiero y aspectos económicos</i>	27
Tabla 8. <i>Correlación de Spearman Planeamiento financiero y aspecto social</i>	28
Tabla 9. <i>Correlación de Spearman Planeamiento financiero y aspecto ambiental</i>	29
Tabla 10. <i>Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*Sostenibilidad (agrupado)</i>	40
Tabla 11. <i>Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto económico (agrupado)</i>	41
Tabla 12. <i>Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto social (agrupado)</i>	42
Tabla 13. <i>Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto ambiental (agrupado)</i>	43
Tabla 14. <i>La empresa se proyecta sus ventas a futuro</i>	44
Tabla 15. <i>Las ventas de la empresa son mayormente por el marketing</i>	45
Tabla 16. <i>Inventario mensual de la mercadería</i>	46
Tabla 17. <i>El tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas</i> ...	47
Tabla 18. <i>La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo</i>	48
Tabla 19. <i>Al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa</i>	49
Tabla 20. <i>En el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas</i>	50
Tabla 21. <i>La empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos</i>	51
Tabla 22. <i>La empresa realiza su estado de flujo efectivo cada mes</i>	52
Tabla 23. <i>Al contar con un estado de flujo de efectivo, la empresa genera rentabilidad para los socios</i>	53
Tabla 24. <i>Los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez</i>	54
Tabla 25. <i>Los clientes frecuentes recomiendan sus productos de venta</i>	55
Tabla 26. <i>La empresa cuenta con un sistema económico que les genere dinero</i>	56

Tabla 27. <i>Este sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo</i>	57
Tabla 28. <i>La empresa realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio.</i>	58
Tabla 29. <i>El servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas.</i>	59
Tabla 30. <i>La empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral.</i>	60
Tabla 31. <i>Se realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral.</i>	61
Tabla 32. <i>Los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten</i>	62
Tabla 33. <i>Cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo</i>	63
Tabla 34. <i>Cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo</i>	64
Tabla 35. <i>La empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado</i>	65
Tabla 36. <i>La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente</i>	66
Tabla 37. <i>Se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente</i>	67
Tabla 38. <i>La empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo</i>	68
Tabla 39. <i>Los productos que vende la empresa contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente</i>	69
Tabla 40. <i>Cuentan con un nivel de compromiso ecológico</i>	70
Tabla 41. <i>La empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente</i>	71

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de la investigación	20
Figura 2. Planeamiento financiero (agrupado)*Sostenibilidad (agrupado)	40
Figura 3. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto económico (agrupado)...	41
Figura 4. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto social (agrupado).....	42
Figura 5. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto ambiental (agrupado)	43
Figura 6. La empresa se proyecta sus ventas a futuro.....	44
Figura 7. Las ventas de la empresa son mayormente por el marketing	45
Figura 8. Inventario mensual de la mercadería	46
Figura 9. El tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas....	47
Figura 10. La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo	48
Figura 11. Al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa	49
Figura 6. En el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas.....	50
Figura 13. La empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos.	51
Figura 14. La empresa realiza su estado de flujo efectivo cada mes.	52
Figura 15. Al contar con un estado de flujo de efectivo, la empresa genera rentabilidad para los socios	53
Figura 16. Los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez	54
Figura 17. Los clientes frecuentes recomiendan sus productos de venta	55
Figura 17. : La empresa cuenta con un sistema económico que les genere dinero.	56
Figura 19. Este sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo.....	57
Figura 20. La empresa realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio	58
Figura 6. El servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas.	59
Figura 6. La empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral.	60
Figura 23. Se realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral.	61
Figura 23. Los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten.....	62
Figura 25. Cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo	63

Figura 26. Cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo	64
Figura 27. La empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado	65
Figura 28. La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente.....	66
Figura 29. Se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente.....	67
Figura 30. La empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo	68
Figura 31. Los productos que vende la empresa contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente	69
Figura 32. Cuentan con un nivel de compromiso ecológico.	70
Figura 33. La empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente.....	71

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre Planeamiento financiero y sostenibilidad en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019. La importancia del estudio radica en que las empresas comercializadoras de repuestos automotriz, presentan deficiencias en su sostenibilidad en el mercado por falta de un buen planeamiento financiero, algunas empresas se tienen a la obligación de cerrar su negocio porque no saben cómo sostenerlas en el rubro. La investigación se hizo con el concepto principal de Gitman y Zutter para la primera variable planeamiento financiero y para la segunda variable de sostenibilidad por Epstein y Roy, se usaron diferentes textos, que ayudan a complementar los conceptos teóricos de las dos variables en estudio; planeamiento financiero y sostenibilidad. Esta investigación es de tipo básica, nivel correlacional-descriptivo y diseño no experimental, ya que en esta investigación ni una variable ha sido manipulada, esta investigación tiene una población de 32 empresas en el rubro de comercialización de repuestos automotriz en el Distrito de La Victoria. Para poder recolectar los datos se utilizó la técnica de encuestas, que a su vez fue validado por 3 expertos jueces de la materia en finanzas, la encuesta se realizará a 32 empresas en venta de repuestos automotriz la Victoria, para poder medir la confiabilidad se utilizó o se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach y para la comprobación de la hipótesis se realizó mediante la prueba de Rho Spearman. Se concluye que el planeamiento financiero se relaciona con la sostenibilidad en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019. Con un coeficiente de correlación 0.910 y un valor significancia menor al 0.05.

Palabras clave: Planeamiento financiero, sostenibilidad, comercializadoras

Abstract

The objective of this research work is to determine the relationship between financial planning and sustainability in commercial automotive parts companies, district of Victoria, 2019. The importance of the study lies in the fact that automotive parts dealers have deficiencies in their sustainability in the market for lack of good financial planning, some companies have the obligation to close their business because they do not know how to sustain them in the field. The research was done with the main concept of Gitman and Zutter for the first financial planning variable and for the second sustainability variable by Epstein and Roy, different texts were used, which help to complement the theoretical concepts of the two variables under study; financial planning and sustainability. This research is basic, descriptive-coreational level and non-experimental design, since in this research neither a variable has been manipulated, this research has a population of 32 companies in the field of marketing of automotive parts in the district of Victoria. In order to collect the data, the survey technique was used, which in turn was validated by 3 expert judges in the field of finance, the survey will be carried out on 32 companies selling automotive parts Victoria, in order to measure the reliability it was used or the Cronbach's alpha coefficient was applied and for the verification of the hypothesis it was carried out using the Rho Spearman test. We conclude that financial planning is related to sustainability in commercial automotive spare parts, District la Victoria, 2019. With a correlation coefficient of 0.910 and a significance value of less than 0.05.

Keyword: Financial planning, sustainability, marketers

I. INTRODUCCIÓN

El planeamiento financiero está siendo aplicado internacionalmente por las organizaciones empresariales, en diferentes sectores comerciales. En tal sentido es importante definir que si no cuentan con un buen planeamiento financiero no podrán tener una buena sostenibilidad en el mercado laboral ya que eso es la visión de la empresa en los aspectos económicos, sociales y ambientales.

También en Perú es un país emergente donde se encuentran varias empresas comercializadoras de repuestos automotriz, en la cual los problemas de planeamiento financiero y sostenibilidad crecen, al no poder contar planes financieros a corto y largo plazo desconocen la capacidad que posee sostener buenos aspectos económicos, sociales y ambientales y así mismo, la esta investigación tiene como uno de sus objetivos establecer una relación entre el planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresa comercial de repuestos automotriz y así aumentar definiciones y conceptos que ayuden al ejercicio financiero de dichas empresas.

Considerando la problemática de la investigación se plantea como problema de investigación: ¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019? Los problemas específicos son los siguientes: ¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?, ¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspecto Social, en empresas comerciales de repuestos de automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?, ¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?

La presente investigación se justifica de forma práctica, mediante la información recolectada y procesada obtuvimos resultados para identificar la relación existente para buscar los resultados y la relación que existe en planeamiento financiero y sostenibilidad.

En el presente trabajo de investigación nos ayudará a poder obtener un buen conocimiento amplio sobre el planeamiento financiero y sostenibilidad, teniendo en

cuenta el desarrollo de la investigación, el uso de teorías, aplicaciones y definiciones básicas de empresas comerciales de repuestos automotriz, que no cuentan con una planeación financiera, por tal razón, sin la aplicación adecuada de la teoría, la empresa podría verse afectada en futuras operaciones.

En la presente investigación se tuvo como base metodológica a otras investigaciones que trataron las variables, y de ellas se tomó en cuenta los procedimientos, métodos, técnicas e instrumentos empleados y pre establecidos, por los fundamentos teóricos asegurarán la fiabilidad y la veracidad de este trabajo de investigación. Adicionalmente se justifica metodológicamente por la construcción de un instrumento para recolectar datos acerca de las variables en el contexto del sector automotriz.

Finalmente se planteó como hipótesis general: Existe relación entre el planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019. Y, como hipótesis específicas: existe relación entre el planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019; existe relación entre el planeamiento financiero y aspecto social, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019; existe relación entre el planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

El objetivo general de la investigación fue: determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019. De allí, se desprenden los objetivos específicos: determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019; determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspecto social, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019; determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Se puede ver que existen investigaciones al respecto del tema, empezando por la investigación de García y Mauricio (2015) titulada “Planeamiento financiero para la sostenibilidad en el tiempo de las empresas constructoras de la provincia de Huancayo, 2015”, cuyo propósito fue determinar si el planeamiento financiero influyó en la sostenibilidad en el tiempo y que puedan lograr sus objetivos en las empresas constructoras de Huancayo. Concluyen que para lograr la sostenibilidad en el tiempo la empresa requiere del planeamiento financiero, dado que les permite organizarse financieramente, controlar y conocer el financiamiento de corto y largo plazo, los proyectos de inversión, para programar sus actividades y realizar eficientemente su trabajo.

Cadenillas (2015) en su tesis titulada: “Planeamiento financiero y su relación en la situación económica y financiera de la empresa Comercial Sharito EIRL del distrito de Chepén, 2013”, se planteó como objetivo determinar si con una buena planificación financiera en dicha empresa se logra tener una buena administración de la aplicación y origen de sus recursos económicos y financieros. Concluye que el planeamiento financiero influyó directamente en una adecuada gestión de la situación económico financiera, lo mismo que le permitirá crecer en mantener montos adecuados para no afectar su liquidez y rentabilidad; que en el largo plazo le ofrece la posibilidad de expandirse.

Campos (2016), en su tesis titulada: “Planeamiento financiero y su relación en la rentabilidad de la empresa Servicios e Inversiones Rodal SRL.”, tuvo como objetivo determinar que la empresa pueda contar con un planeamiento financiero que se pueda proyectar su financiamiento y así puedan cancelar las deudas con terceros. La autora concluye el planeamiento financiero mejora su liquidez y rentabilidad; además de organizar los gastos de tal forma que puedan reducirse y en general se mejora el desempeño de la empresa.

Flores y Llacua (2013), en su tesis titulada: “Análisis desde la Sostenibilidad del programa del manejo de residuos sólidos del municipio de concepción, Junín, 2012”, su objetivo fue determinar el análisis social, económico y ambiental del programa de manejo de residuos sólidos del municipio de concepción y así pudo

determinar la sostenibilidad de sus tres dimensiones. Los autores concluyen que, los niveles de rentabilidad económica son relativos, puesto que la asignación del monto anual en la gestión de residuos no se reinvierte en mejoras, haciendo poco posible la sostenibilidad operativa del proyecto.

Aranda (2017) en su tesis “Auditoría de Gestión y la Sostenibilidad de la Asociación Casa de la mujer Catalina Mc Auley, San Martín de Porres, 2017”, su finalidad fue determinar si el desarrollo de la presente describía sus procesos, métodos, o formas que son necesarias para una auditoría de gestión, buscaba de esta manera poder llegar a la sostenibilidad de una asociación sin fines de lucro. Concluye que, la auditoría de gestión permite la organización de la empresa haciendo posible la sostenibilidad de la empresa.

Correa, Hernández y Gutiérrez (2019) en su tesis titulada: “La relación de los reportes de sostenibilidad y gobierno corporativo en el valor de las empresas” tuvo como objetivo determinar que los informes de sostenibilidad les permitían a las empresas mostrar su compromiso social y ambiental. Identificaron que existe una relación positiva entre el control continuo con la presentación de informes y la sostenibilidad de las empresas; por ende, lo consideran como un factor fundamental en las herramientas de planeamiento de la empresa.

Valdés (2017) en su tesis titulada: Estrategias de sostenibilidad en marketing de los fabricantes de gran consumo en España, su finalidad fue determinar las estrategias de sostenibilidad en marketing que llevan los fabricantes, dado el caso realizaron una revisión sistemática de la literatura sobre toda el área de marketing y sostenibilidad con la única finalidad de hallar las calificaciones, estrategias y motivaciones importantes sobre la literatura. El autor contribuye con la aplicación de estrategias de sostenibilidad en marketing en el trabajo de campo mejoran las ventas.

Bermeo (2010) en su tesis titulada “Diseño de un plan financiero para la empresa agrícola Quality plant, ubicada en el canton el Quinche, provincia de Pichincha, Ecuador”. De la Escuela Politécnica del Ejército fue determinar el desarrollo del planeamiento financiero en la empresa Quality Plant, con la única finalidad que hayan establecido estrategias que aumenten el rendimiento y

rentabilidad de la empresa. La empresa requiere de financiamiento para lograr sostenibilidad en sus operaciones, para ello ha requerido de planes de financiamiento, análisis financiero de los ejercicios, con la finalidad de conocer el estado económico financiero de la empresa.

Por ello, se da conocimiento de cada dimensión e indicadores del tema las cuales son: Gitman y Zutter (2012) mencionan que constituye un aspecto muy importante en la empresa ya que proporciona una guía y permitirá coordinar y controlar las actividades de una manera que se pueda lograr sus objetivos, y sus procesos más importantes de la planeación financiera son planeación de efectivo y planeación de utilidades (p. 117).

Rojas, Maya y Valencia (2017) mencionan que la planeación financiera personal es el conjunto de todas las actividades que se requieren para poder definir los objetivos, establecer planes de acción y poder satisfacer las necesidades financieras de individuos (p. 155).

Reyes (2003) mencionan que esto significa analizar los flujos financieros de la entidad y así poder hacer proyecciones de muchas decisiones de inversión y financiamiento (p. 3).

Gitman y Zutter (2012) mencionan que es el estado de entradas y salidas de efectivo de la empresa que ya fueron planeadas la cual lo usan para los gastos a corto plazo (p. 119).

Stanton, Etzel, y Walker (2007) señalan que esto es un cálculo de la venta que haya tenido la empresa y que se prepara por medio de un presupuesto y un específico programa de marketing (p. 167).

Toro, Mejía y Salazar (2004) mencionan que los pronósticos de venta nos ayudan a calcular de una manera más eficaz y muy confiable nuestras proyecciones de ventas, también nos permite ver nuestra demanda en el futuro (p. 25).

Muñoz (2004) menciona que los pronósticos de inventarios son un apoyo para la toma de decisiones y así tener una buena administración de inventario ya que a través de esto uno puede tener ventas seguras (p. 25).

Velázquez (2004) dice que el endeudamiento de las empresas son las inflaciones, experiencias optimistas de la bolsa y el sistema fiscal, esto aumenta los endeudamientos de las empresas (p. 215).

Pastor (2012) indica que es un modelo que ayuda a la toma de acciones de los gerentes para lograr los objetivos, viendo cuanto hay que vender en el tiempo que ellos decidan y lograr determinadas utilidades (p. 13).

Vargas (2007) menciona que se puede visualizar todo lo aportado por las operaciones y también el estado de utilidades retenidas para pagar lo que se declara (p. 112).

Vargas (2007) informa que forman parte principal de una fuente de ingresos de la empresa, por ello se procede de otros hechos que son ganancias y pérdidas netas y así obteniendo una rentabilidad a los socios (p. 114).

Epstein y Roy (2001) dan cuatro razones por las que la investigación sostenible es importante para evitar crear nuevos costos para los reguladores. Mejorar el vínculo entre su visión de marketing y social y los valores de la empresa que mantienen la sostenibilidad de forma eficaz.

Etzion y Ferraro (2010) afirman que la organización de GRI (Global Reporting Initiative) Iniciativa de Reporte Global, fue un éxito ya que definieron un lugar específico mundialmente que se tiene que realizar con criterios básicos de sostenibilidad económica, social y ambiental, manteniendo el origen de la sostenibilidad general.

Chávez (2018) indicó que es caracterizada por conseguir el incremento y su valor de la entidad, es por ello que la sostenibilidad tiene una relación directamente proporcional con los aspectos económicos ya que si esto aumenta mejora el desarrollo sostenible (p. 30).

Kotler (2012) menciona que son cosas que se ofrecen en el mercado para poder satisfacer la necesidad o un deseo de las personas, ya sea bienes físicos, propiedades, información e ideas (p. 325).

Romero y Moré (2013) afirmaron que el sistema económico es un conjunto de varias acciones donde se realiza comercios para generar dinero en las empresas

y también es para los problemas frecuentes ITACONE (es el nombre asignado por los autores en la cual ITA (mano) CONE (apoyo, amigo), a esto le llamaron una herramienta para la solución de problemas viables y aplicables.

Kotler (2012) menciona que los servicios es un acto que se ofrece a otro, cada vez las empresas, industrias lo utilizan con mucha más frecuencia, también se ve como un excelente servicio hacia los clientes (p. 356).

Lara (2002) menciona que servicios es un conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir, también es un producto intangible que involucra un pequeño esfuerzo de las personas o sea dicho mecánico.

Chávez (2018) indicó que el aspecto social es la comunidad que se organiza para la búsqueda de objetos que permitan a cada miembro mejorar su nivel de vida, en la empresa este papel se ha vuelto muy importante ya que causo un impacto hacia la vista de la sociedad y esto favorece al clima laboral y por lo tanto ayuda a la sostenibilidad de la empresa (p. 31).

Hernández y Nava (2012) afirman que hay entidades que no cuentan con buenas relaciones laborales y es porque no se implementan nuevas formas de relaciones que no concuerdan con la relación del trabajo (p. 334).

Vargas, Cabrera, y Rincón (1978) indicaron que los conflictos siempre están presentes y esto ocasiona a los trabajadores a no estar en un ambiente cómodo para poder desarrollar nuevas ideas, ante un conflicto es necesario tomar acciones necesarias y no estar ocultando, la prioridad es buscar las causas y trabajar directamente en el área de conflictos (p. 54).

Díaz (2003) indicó que una empresa sin el compromiso de los trabajadores y ni de uno mismo no podría tener buenos resultados a futuro, es decir no se sostendrían en el mercado, es por ello que las compañías buscan gente comprometidas en su trabajo. (p. 207)

Paneque, Kindelán y Copa (2015) mencionan que todas las acciones que el hombre toma están afectando al desarrollo de la biodiversidad en el planeta, haciendo presente el cambio climático, es por ellos que se determinó poder analizar

y realizar estudios de aspectos ambientales, para poder lograr una transformación socio ambiental, hacia el desarrollo sostenible en el contexto rural. (p. 66)

Guédez, Armas, Reyes y Galván (2003) mencionan que para poder enfrentar los problemas ambientales primero se encuentra los sistemas de gestión ambiental, el SGA permite a la empresa poder controlar los procesos más propensos a causar un daño al ambiente y así mejorando el rendimiento de sus procesos.

Pérez y Bejarano (2008) mencionan que el SGA basado en el ISO 14001 brinda una manera más detallada para desarrollar el programa ambiental, también es un factor clave porque permite que las empresas tomen conciencia y sean responsables de los objetivos del sistema, para así llegar al éxito (p. 92).

Espinosa y Bermúdez (2012) mencionan que las empresas agricultura les son la mayor causa que impacta al medio ambiente, ya que usan compuestos químicos y pueden causar daño a largo plazo (p. 223).

Fraj y Martínez (2005) mencionan que el medio ambiente se ve amenazado por la acción humana, lo único que se puede hacer es crear normas que puedan garantizar una protección al medio ambiente (p. 224).

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de investigación

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, al respecto Hernández, Fernández, y Baptista (2014) señalan que es secuencial probatorio y deductivo, también analiza la realidad objetiva; cada momento procede a la siguiente y no se puede evitar pasos; empieza de una idea que va acatándose y una vez delimitada, se realizan las encuestas a las empresas o personas a encuestar, se revisa la literatura y se construye un marco o una apariencia teórica, con el objetivo de medir las variables, planeamiento financiero y sostenibilidad y así llegar una solución posible (p. 4).

La presente investigación fue de tipo básica, puesto que pretendió ampliar el conocimiento de las variables y su relación por medio de la aplicación a la realidad. Maldonado (2015) indica que se caracteriza ya que busca la colocación de información o utilización de los conocimientos que se adquieren por cada variable que se plantee y no se modificara la definición real, llegando a determinar nivel de correlación que existe entre planeamiento financiero y sostenibilidad (p.38).

Respecto al diseño de esta investigación fue no experimental, porque se observaron las variables mas no fueron modificadas, ni buscando la causa que pueda afectar el uno al otro. Hernández et al. (2014) señalan que es una investigación en la cual no se hace manipulación en las definiciones de las variables, solo se observa el fenómeno tal como es naturalmente y analizarlos (p. 149).

La investigación fue de corte transversal, porque solo se buscó información de un periodo determinado en el momento. Hernández et al. (2014) señalan que los diseños transaccionales o transversales recolectan datos en un solo instante, en un término único (p. 176). La investigación también tuvo un nivel descriptivo y correlacional. Hernández et al. (2014) señalan que “tienen como fin relacionar propiedades y características de conceptos, variables, fenómenos o hechos en un argumento determinado” (p.180); así se plantea como diagrama de investigación.

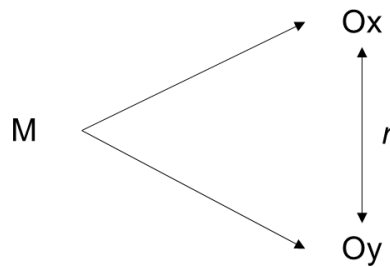


Figura 1. Diagrama de la investigación.

Dónde:

M: Muestra del estudio.

Ox: observación realizada a la variable planeamiento financiero

Oy: observación realizada a la variable sostenibilidad

r: relación entre las observaciones de las variables planeamiento financiero y sostenibilidad

3.2. Variables, operacionalización

Definición conceptual de variables

Variable 1: Planeamiento financiero

Aspecto muy importante en la empresa ya que proporciona una guía y permitirá coordinar y controlar las actividades de una manera que se pueda lograr sus objetivos y sus procesos más importantes de la planeación financiera son planeación de efectivo y planeación de utilidades (Gitman y Zutter, 2012).

Variable 2: Sostenibilidad

Señala cuatro razones principales por las que la educación sostenible es importante. No crea nuevos costos a través de los reguladores. La importancia de la influencia en la comunidad, los llamados grupos de interés (stakeholders). La sostenibilidad aporta valor económico y mejora la visión del mercado. Y está relacionado con las características sociales y el comportamiento de la empresa responsable de su sostenibilidad (Epstein y Roy, 2001).

Definición conceptual de variables

Variable 1: Planeamiento financiero

Organización de los flujos de efectivo de la empresa, tanto ingresos como egresos; serán medidos por medio de un instrumento en escala ordinal. Las dimensiones fueron: planeación de efectivo; planeación de utilidades.

Variable 2: Sostenibilidad

Actividades que buscan mantener la sostenibilidad de la empresa, para evitar gastos innecesarios en correcciones, o pago de multas por parte de entes reguladores; se mide por medio de un instrumento en escala ordinal. Las dimensiones fueron: aspectos económicos, aspecto social, aspecto ambiental.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población de este estudio estuvo constituida por 32 empresas del rubro de comercialización de repuestos automotriz en La Victoria. Hernández et al. (2014) señalan que “la localidad está vinculado de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 199).

3.3.2. Muestra

La presente investigación tuvo una muestra de 32 empresas. Según Hernández et al. (2014) afirman que es una parte del universo del poblado total, del cual se recolectan los datos y que debe ser característico de ésta. Por ello el proyecto de investigación tiene a 32 empresas en el rubro de comercialización de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019. Hernández et al. (2014) señalan que “las muestras probabilísticas forman un subgrupo de la ciudad en el que todos los elementos tienen la misma oportunidad de ser elegidos para las encuestas” (p.175).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), menciona que la técnica utilizada fue la encuesta esto quiere decir que se realiza a través de un instrumento que se pueda medir y sea confiable, en donde se obtuvo los datos para obtener la relación existente entre planeamiento financiero y sostenibilidad. La medición que se utilizó para la medición de la investigación fue escala de Likert con 4 valoraciones: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) Casi siempre, (4) Siempre. La primera variable consta de 10 ítems y la segunda 18 ítems.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario. Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que es un compuesto de preguntas con relación de una variable en la cual se medirá e interpretara con mayor facilidad los datos, de una o más variables que se van a medir en este caso obteniendo respuesta en base a planeamiento financiero y sostenibilidad. (p. 217).

3.4.3. Validez

Según Sampieri (2014) menciona que el objetivo de la validez es poder medir los datos del cuestionario que se recolecto, y así poder saber si las variables son medibles y formular una conclusión de validez. (p. 211) La validez del instrumento se realizó a través de expertos en metodología de investigación y expertos en finanzas de la Universidad César Vallejo – Lima Este

Tabla 1.

Juicio de expertos

Expertos	Grado	Especialista	Clasificación
Ponce Caceda, Juan Manuel	Magister	Finanzas	Aplicable
Collahua Enciso Jorge	Magister	Finanzas	Aplicable
Loo Ayne, Enrique	Doctor	Metodología	Aplicable

Elaboración propia

3.4.4. Confiabilidad.

Según Sampieri (2014) menciona que con la confiabilidad se puede obtener resultados muy radicales y a la vez consecuentes, también nos menciona que existe procesos y fórmulas que dan como resultado un coeficiente (p. 200)

Fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde:

K: es el número de ítems o preguntas

S_i^2 : Varianza de los ítems

S_T^2 : Sumatoria de la varianza de los ítems

Tabla 2.

Alfa de Cronbach

Tipo de coeficiente	Signo	Calificación
Coeficiente alto	>	9 es excelente
Coeficiente alto	>	8 es bueno
Coeficiente alto	>	7 es aceptable
Coeficiente alto	>	6 es cuestionable
Coeficiente alto	>	5 es pobre
Coeficiente alto	<	5 es inaceptable

Elaboración propia

3.5. Métodos de análisis de datos

Esta investigación se realizó a través de procedimientos teóricos, y así poder obtener e interpretar la investigación, ya sea a través de revistas, libros, tesis ya elaboradas y resúmenes, de igual manera se utilizó el programa SPSS versión 22, la cual ayudó con los procesos estadísticos y así poder realizar las conclusiones al finalizar el trabajo de tesis.

Tabla 3.*Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,874	,960	2

Tabla 4.*Correlación entre elementos entre elementos*

	Planeamiento Financiero	Sostenibilidad
Planeamiento Financiero	1,000	,924
Sostenibilidad	,924	1,000

3.6. Aspectos éticos

Esta investigación se realizó profesionalmente por el investigador que contiene la originalidad y la autenticidad, todo esto se obtuvo mediante una ética profesional siempre teniendo en cuenta los principios adquiridos, los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos que ya se mencionó anteriormente, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, la investigación cumple de manera responsable los criterios de: responsabilidad, rivalidad profesional, credibilidad y ecuanimidad.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Los instrumentos que se están utilizando están compuestos por 28 ítems con respecto a ambas variables investigadas con una muestra de 32 personas profesionales que se encuentran dentro de las empresas comerciales de repuestos automotriz, donde se usó el software estadístico del SPSS versión 22.

Tabla 5.

Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	1,000
		N de elementos	14
	Parte 2	Valor	1,000
		N de elementos	14
	N total de elementos		25
Correlación entre formularios			,924
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		,960
	Longitud desigual		,960
Coeficiente de dos mitades de Guttman			,874

Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 22.

Según los resultados que se obtuvieron en la Tabla 5 nos muestran que el coeficiente Alfa hallado en los 14 ítems de la variable “Planeamiento financiero” tiene como resultado 1,000 siendo un coeficiente mayor a 8; por ello, el instrumento es considerado confiable y valido. En la variable “Sostenibilidad” se observa en sus 14 ítems es 1,000 también siendo mayor a 8; también se considera válido y confiable.

Se puede mostrar el coeficiente de Spearman-Brown 0.960. También puede mostrar el coeficiente de Gutman 0.874. Este factor tiene valores en el rango de 0.81 a 1.00, lo que prueba que el equipo es muy confiable.

4.2. Prueba de Hipótesis

Tabla 6.

Correlación de Planeamiento financiero y sostenibilidad Spearman

			Planeamiento Financiero	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coeficiente de correlación	1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Sostenibilidad	Coeficiente de correlación	,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación entre planeamiento financiero y sostenibilidad en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Hipótesis Alternativa (Ha): Existe relación entre Planeamiento financiero y sostenibilidad en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Nivel de selección $\alpha = 0.05$, se omitió el nivel de confianza del 91% en 1 para determinar el nivel de significancia y se encontraron márgenes de error de 0.05 en los datos (estos datos se usaron para determinar la significancia: SIIG). Se necesita un valor significativo de 0.05 para mejorar las habilidades de pensamiento. Tienes un Sr. Si es menos de 0.05, no hay mierda. De lo contrario, será aceptado. De manera similar, si se encuentran hablantes de Spearman fuertes (bajos) fuertes, existe una relación contradictoria. Valor de asistencia (Sig. = 0,000 <0,05); No se permiten tonterías. Es decir, una relación indirecta. Asimismo, el valor obtenido (Rho = 0,910). Esta es una correlación directa entre las dos variables y

estadísticamente significativa. Afirma que la planificación financiera está relacionada con la sostenibilidad.

Tabla 7.

Correlación de Spearman del planeamiento financiero y aspectos económicos.

			Planeamiento Financiero	Aspectos Económicos
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coefficiente de correlación	1,000	,724**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Aspectos Económicos	Coefficiente de correlación	,724**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos económicos en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): Existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos económicos en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Seleccione el nivel crítico $\alpha = 0.05$ y reste 1 del nivel de confianza del 72% para obtener un nivel de resistencia de 0.05 para determinar el nivel crítico (use estos datos para determinar el nivel de significancia: GIS). Se requiere un valor promedio de 0.05 para probar la suposición. Sig. No se permiten tonterías porque el valor es inferior a 0,05. Si falla, será aceptado. De manera similar, el alto coeficiente de Rho Spearman (Rho) proporciona la relación opuesta. (Sig. = 0,000 <0,05); No se permiten tonterías. Es decir, la relación no es directa. También se obtuvo un valor (Rho = 0,724). Este es un vínculo directo entre dos parámetros

clave y estadísticos. Se dice que el plan financiero está vinculado al sector económico.

Tabla 8.

Correlación de Spearman Planeamiento financiero y aspecto social

			Planeamiento Financiero	Aspecto Social
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coefficiente de correlación	1,000	,835**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Aspecto Social	Coefficiente de correlación	,835**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos social en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): Existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos social en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Al seleccionar significancia $\alpha = 0.05$, se omite el nivel de confianza del 84% para determinar el nivel de significancia, y se obtiene un error medio de 0.05 como datos (estos datos son para determinar la significancia). Utilizado para: GIS.). Se requiere un valor medio de 0.05 para probar los supuestos. Si el valor Sig es inferior a 0,05, no es razonable rechazarlo. Si falla, se acepta. Asimismo, si se obtiene una conexión Spearman Rho (Rho) equilibrada, se obtiene lo contrario. (Sig. = 0,000 <0,05); No se permiten tonterías. En otras palabras, la relación no es directa. Se

obtuvo un valor ($Rho = 0,835$); esta es la relación directa entre los dos parámetros principales y el parámetro estadístico. Se enfatiza que la planificación financiera tiene algo que ver con las condiciones sociales..

Tabla 9.

Correlación de Spearman Planeamiento financiero y aspecto ambiental.

			Planeamiento Financiero	Aspecto Ambiental
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coefficiente de correlación	1,000	,873**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Aspecto Ambiental	Coefficiente de correlación	,873**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (H_0): No existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos ambiental en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Hipótesis Alterna (H_a): Existe relación entre Planeamiento financiero y aspectos ambiental en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Nivel de selección $\alpha = 0.05$, el nivel de confianza del 87% se eliminó en 1 para determinar el nivel de significancia, y se encontraron bordes de error de 0.05 en los datos (estos datos se usaron para determinar la importancia: SIIG). Se necesitaba un valor de 0,05 para mejorar las habilidades de pensamiento. El valor de Sig. Si es menor que 0.05, no se permiten tonterías. Está permitido no hacerlo. De manera similar, si existe una correlación positiva entre los coeficientes de correlación Rho

(Rho) de Spearman, existe una correlación negativa. Valor de asistencia (Sig. = 0.000 <0.05); No se permiten tonterías. Es decir, la relación es indirecta. Además, se obtuvo una puntuación (Rho = 0,873). Ésta es la relación directa entre los dos parámetros principales y las estadísticas. Se afirma que el sistema financiero está relacionado con las condiciones ambientales.

V. DISCUSIÓN

Después de procesar la información y poder haber obtenido los resultados, se puede realizar las siguientes discusiones correspondientes.

Se visualizó en el trabajo previo presentado por Garcia y Mauricio (2015), titulado: Planeamiento financiero para la sostenibilidad en el tiempo de las empresas constructoras de la provincia de Huancayo, 2015; su propósito fue determinar si el planeamiento financiero influyó en la sostenibilidad en el tiempo y que puedan lograr sus objetivos en las empresas constructoras de Huancayo. Por otro lado, que sus proyectos de inversión y financiamiento a corto plazo y largo plazo puedan tener una organización financiera.

Se visualizó en el trabajo previo presentado de Cadenillas (2015), titulado: Planeamiento financiero y su relación en la situación económica y financiera de la empresa Comercial Sharito EIRL del Distrito de Chepén, 2013. fue determinar si con una buena planificación financiera en dicha empresa se logra tener una buena administración de la aplicación y origen de sus recursos económicos y financieros, concluyendo que esta cuenta con buenos objetivos organizacionales, permitiendo lograr sus objetivos estratégicos que puedan definir su negocio a largo plazo.

Se visualizó en el trabajo previo presentado de Campos (2016), titulado: Planeamiento financiero y su relación en la rentabilidad de la empresa Servicios e Inversiones Rodal SRL. Fue determinar que la empresa pueda contar con un planeamiento financiero que se pueda proyectar su financiamiento y así puedan cancelar las deudas con terceros, concluyendo que hubo una mala gestión de sus activos y eso provoco que no pueda generar ingresos a la empresa.

Se visualizó en el trabajo previo presentado por Flores y Llacua (2013), titulado: Análisis desde la Sostenibilidad del programa del manejo de residuos sólidos del municipio de concepción, Junín, 2012 tuvo como propósito determinar el análisis social, económico y ambiental del programa de manejo de residuos sólidos del municipio de concepción y así pudo determinar la sostenibilidad de sus tres dimensiones, concluyendo que la municipalidad asigno recursos sostenibles anuales brindando montos para el medio ambiente, y generalmente los ingresos que genere la empresa serán utilizados para la mejora de los servicios.

VI. CONCLUSIONES

- 1- Se pudo determinar la relación entre planeamiento financiero y sostenibilidad en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito La Victoria, 2019 es ($r= 0,910$; $p=0,00$) la cual es muy alta, quiere decir que la variable 1 aumente, la variable 2 con mucha más razón aumentará, por esto mismo también se aplica si disminuye la variable 1, por ende, disminuirá la variable 2. Se demostró que si las empresas tienen una buena planificación financiera pueden sostenerse en el mercado laboral, ya que muchas de estas no cuentan con uno y se pierden a los pocos meses.
- 2- Se pudo determinar la relación entre planeamiento financiero y el aspecto económico en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito La Victoria, 2019, es ($r=0,724$; $p=0,00$) siendo muy analizada y corroborando que es directa por ser positiva alta debido a que cuando la variable 1 aumenta o disminuye las dimensiones de la variable 2. Entonces existe relación entre planeamiento financiero y aspecto económico; ya que esto ayudaría a las empresas a crecer en el ambiente económico, brindando marketing, teniendo ventas exitosas.
- 3- Se pudo determinar la relación entre planeamiento financiero y el aspecto social en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito La Victoria, 2019 es ($r=0,835$; $p=0,00$) fue directa, con esto se quiere decir que si la variable 1 aumenta o disminuye las dimensiones de la variable 2 también seguirán la misma trayectoria; entonces si la empresa no cuenta con un buen planeamiento financiero en el ámbito social o laboral no sabrían desarrollarse; ya que no sabrían cómo solucionar sus indiferencias y no habría un compromiso en la empresa.
- 4- Se pudo determinar la relación entre planeamiento financiero y el aspecto ambiental en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito La Victoria, 2019 fue directa ($r=0,873$; $p=0,00$), es decir que si la variable 1 aumenta o disminuye las dimensiones de la variable 2 recorrerán la misma trayectoria. Se comprobó que el planeamiento financiero y el aspecto ambiental tienen relación ya que si, la empresa no cuenta con un buen planeamiento financiero en el ámbito ambiental, muchas de ellas estarían de mal en peor, ya que esto no ayudaría al medio ambiente.

VII. RECOMENDACIONES

- 1- Se recomienda a las empresas de comercialización de repuestos automotriz del Distrito de La Victoria, 2019 de contar con un estado de flujo de efectivo, ya que la empresa no genera rentabilidad para los socios, los resultados de un total de 38% de la empresa encuestada, respondieron casi nunca, esto genera mucha preocupación para estas empresas ya que el flujo de efectivo es muy importante, ya sea para ver la liquidez de la empresa.
- 2- Se recomienda a las empresas de comercialización de repuestos automotriz del Distrito de La Victoria, 2019 de contar con un nivel de compromiso ecológico para la mejora del medio ambiente, los resultados de un total de 38% de la empresa encuestada, respondieron casi nunca, esto genera mucha preocupación para estas empresas ya que no te considera con un nivel de compromiso ecológico para la mejora del medio ambiente y esto es muy perjudicial para la tierra.
- 3- Se recomienda a las empresas de comercialización de repuestos automotriz del Distrito de La Victoria, 2019 tener productos que no contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente, los resultados de un total de 41% de la empresa encuestada, respondieron siempre, generando más preocupación en la humanidad ya que sus productos no serán confiables.
- 4- Se recomienda a las empresas de comercialización de repuestos automotriz del Distrito de La Victoria, 2019 tener un estado de resultado, ya que esto les permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos, ya sea a corto o largo plazo, los resultados de un total de 38% de la empresa encuestada, respondieron casi siempre tienen un estado de resultado, pero lo recomendable sería que fuese siempre para así tener un orden y unas estadísticas más concretas.

REFERENCIAS

- Aranda Barrientos, R. E. (2017). *Auditoría de gestión y la sostenibilidad de la Asociación Casa de la Mujer Catalina Mc Auley, Distrito San Martín de Porres. Año 2017.* (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11401>
- Bermeo, K. (2010). *Diseño de un plan financiero para la empresa agrícola Quality plant, ubicada en el cantón el Quinche, provincia de Pichincha, Ecuador.* Ecuador: Escuela Politécnica del Ejército. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/2619>
- Cadenilla, L. (2015). *Planeamiento financiero y su relación en la situación económica y financiera de la empresa Comercial Sharito EIRL del distrito de Chepén, 2013.* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo), Trujillo. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2112>
- Campos, M. (2016). *Planeamiento Financiero y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Servicios e Inversiones Rodal S.R.L. Año 2016.* (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9941>
- Chávez, J. (2018). *Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017.* (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo), Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/16383>
- Comas, R., Gómez, C., Mayorga, M., & Urrutia, J. (Noviembre de 2018). Los procesos de evaluación y acreditación en la educación universitaria. Particularidades en el contexto ecuatoriano. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1-26.
- Contreras, E. (julio-diciembre de 2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*(35), 152-181.

- Correa, D., Hernández, D., Gutiérrez, B., & Lopera, M. (2019). Aproximaciones sobre la incidencia de los reportes de sostenibilidad y gobierno corporativo en el valor de las empresas: evidencia desde Chile y Colombia. *Criterio Libre*, 17(30), 231-254. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/5811>
- Díaz, J. (julio-diciembre de 2003). El compromiso de la gerencia con los procesos de cambio organizacional. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 7(2), 206-225.
- Epstein, M., & Roy, M. (2001). Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers. *Long Range Planning*(34), 585-604.
- Espinosa, A., & Bermúdez, M. (marzo de 2012). La acuicultura y su impacto al medio ambiente. *Estudios Sociales*(2), 221-232.
- Etzion, D., & Ferraro, F. (October de 2010). The role of analogy in the Institutionalization of. *Organization Science*, 1092-1107.
- Flores, P., & Llacua, R. (2013). *Análisis desde la Sostenibilidad del programa del manejo de residuos sólidos del municipio de concepción, Junín, 2012*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú). Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3006>
- Fraj, E., & Martínez, E. (2005). El nivel de conocimiento medioambiental como factor moderador de la relación entre la actitud y el comportamiento ecológico. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(1), 223-243.
- García, T., & Mauricio, G. (2015). *Planeamiento financiero para la sostenibilidad en el tiempo de las empresas constructoras de la provincia de Huancayo, 2015*. Huancayo. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3301>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

- Guédez, C., Armas, D., Reyes, R., & Galván, L. (septiembre de 2003). Los sistemas de gestión ambiental en la industria petrolera internacional. *Interciencia*, 28(9), 528-533.
- Hernández, C. A., & Nava, Y. (septiembre-diciembre de 2012). Subcontratación: relación laboral encubierta. *Telos*, 14(3), 333-345.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Decimocuarta edición.
- Lara, R. (abril de 2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*(19), 0.
- Muñoz, D. (2004). Un enfoque bayesiano para incorporar pronósticos de la demanda en experimentos por simulación para la administración de inventarios. *Revista Facultad de Ingeniería*, 12(1), 25-31.
- Paneque, L., Kindelán, L., & Copa, J. (enero-marzo de 2015). Identificación de aspectos ambientales en la comunidad La Victoria, Santiago de Cuba. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 24(1), 65-71.
- Pastor, J. (2012). Costo-Volumen-Utilidad. *Veritas Libertas Liberabit vos*, 1-19.
- Pérez, R., & Bejarano, A. (Enero-Abril de 2008). Sistema de gestión ambiental: Serie ISO 14000. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(62), 89-105.
- Reyes, Y. (2003). Planeación Financiera. *Negocios Economía - Ingeniería Comercial, Pontificia UCV - Chile*, 1-7.
- Rojas, M., Maya, L., & Valencia, M. (Julio - Diciembre de 2017). Definición de un modelo para la planeación financiera personal. *Ingenierías Universidad de Medellín*, 16(31), 155-171.
- Romero, J., & Moré, R. (2013). Sistema de solución creativa para problemas recurrentes – Itacone. *Ingeniería y Competitividad*, 15(1), 21-35.

- Saavedra, M., & Espíndola, G. (julio-diciembre de 2016). El uso de la planeación financiera en las PYME de ti de México. *Ciencias administrativas*(8), 16-31.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14th edition ed.). D.F., MEXICO: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Toro, E., Mejía, D., & Salazar, H. (diciembre de 2004). Pronóstico de ventas usando redde Neuronales. *Scientia Et Technica*, X(26), 25-30.
- Valdés, S. (2017). *Estrategias de sostenibilidad en marketing de los fabricantes de gran consumo en España*. (Tesis de Doctor en Filosofía, Universitat de Barcelona), España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10803/458241>
- Vargas, A., Cabrera, H., & Rincón, P. (1978). Estilos de solución de conflictos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 10(1), 53-69.
- Vargas, R. (2007). Estado de flujo de efectivo. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, VIII(14), 111-136.
- Velázquez, F. (2004). Elementos explicativos del endeudamiento de las empresas. *Análisis Económico*(40), 215-244.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores
<p>General</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?</p> <p>Específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspecto Social, en empresas comerciales de repuestos de automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019?</p>	<p>General</p> <p>Determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Específicos</p> <p>Determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspecto social, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Determinar el nivel de relación entre el planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p>	<p>General</p> <p>Existe relación entre el planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Específicas</p> <p>Existe relación entre el planeamiento financiero y aspectos económicos, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Existe relación entre el planeamiento financiero y aspecto social, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p> <p>Existe relación entre el planeamiento financiero y aspecto ambiental, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de la Victoria, 2019.</p>	<p>Variable 1: Planeamiento financiero</p> <p><u>Dimensiones e indicadores:</u></p> <p>D1: Planeación del efectivo Pronóstico de ventas. Pronóstico de inventarios Pronóstico de endeudamiento.</p> <p>D2: Planeación de utilidades Estado de resultado Estado de flujo de efectivo Productos Sistema económico</p> <p>Variable 2: Sostenibilidad</p> <p><u>Dimensiones e indicadores:</u></p> <p>D1: Aspecto económico Servicios</p> <p>D2: Aspecto Social Relaciones laborales Solución de conflicto Compromiso Sistemas de gestión ambiental.</p> <p>D3: Aspecto Ambiental Nivel de impacto en el medio ambiente. Nivel de compromiso ecológico.</p>

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Planeamiento financiero	Menciona que constituye un aspecto muy importante en la empresa ya que proporciona una guía y permitirá coordinar y controlar las actividades de una manera que se pueda lograr sus objetivos y sus procesos más importantes de la planeación financiera son planeación de efectivo y planeación de utilidades (Gitman y Zutter, principios de administración financiera, 2012)	Planeación de efectivo	Pronóstico de ventas.	1,2	
			Pronóstico de inventarios	3,4	
			Pronóstico de endeudamiento	5,6	
		Planeación de utilidades	Estado de resultado	7,8	
			Estado de flujo de efectivo	9,10	
			Productos	11,12	
Sistema económico	13,14				
Sostenibilidad	Indicó cuatro razones principales del por qué es importante el estudio de la sostenibilidad: para no incurrir en nuevos costos por entidades regulatorias; la importancia de los impactos con la comunidad, denominada los stakeholders (interesados); el ser sostenible crea valor económico, mejorando su visión en el mercado; y la relación con los aspectos sociales y morales que da la compañía que administra responsablemente su sostenibilidad. Epstein y Roy (2001)	Aspectos Económico	Servicios	15,16	*Ordinal. *Escala de Likert 1 - Nunca 2 - Casi nunca 3 - Casi siempre 4 - Siempre
			Relaciones laborales	17,18	
		Aspecto Social	Solución de conflicto	19,20	
			Compromiso	21,22	
		Aspecto Ambiental	Sistemas de gestión ambiental	23,24	
			Nivel de impacto en el medio ambiente	25,26	
			Nivel de compromiso ecológico	27,28	

Anexo 3. Resultados de tablas cruzadas

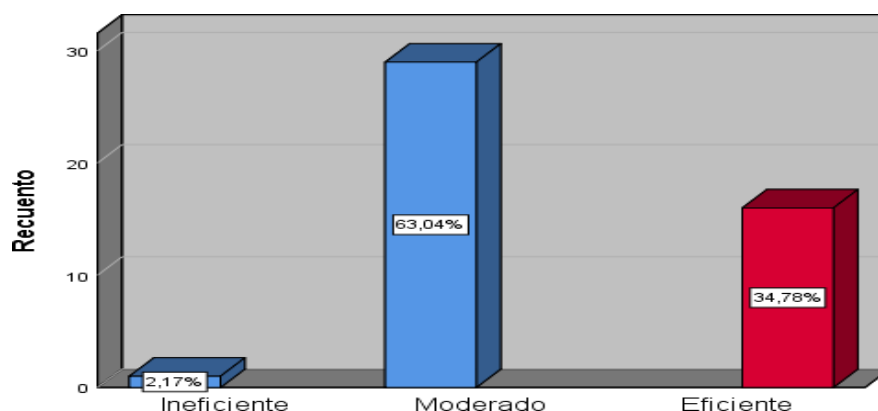


Figura 2. Planeamiento financiero (agrupado)*Sostenibilidad (agrupado)

Tabla 10.

*Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*Sostenibilidad (agrupado)*

			Sostenibilidad (agrupado)		Total
			Moderado	Eficiente	
Planeamiento financiero (agrupado)	Ineficiente	Recuento	1	0	1
		% del total	2,2%	0,0%	2,2%
	Moderado	Recuento	29	0	29
		% del total	63,0%	0,0%	63,0%
	Eficiente	Recuento	0	16	16
		% del total	0,0%	34,8%	34,8%
Total		Recuento	30	16	46
		% del total	65,2%	34,8%	100,0%

Del total de 23 empresas de comercialización de repuestos automotriz, el 2,2% tienen un ineficiente planeamiento financiero, así como una sostenibilidad moderada. Asimismo, se observa que del 63% de empresas que presentan un moderado planeamiento financiero el 63% presenta una sostenibilidad moderada. Por otro lado, del total de 34,8% de empresas que presenta un planeamiento financiero eficiente, el 34,8% presenta una sostenibilidad eficiente.

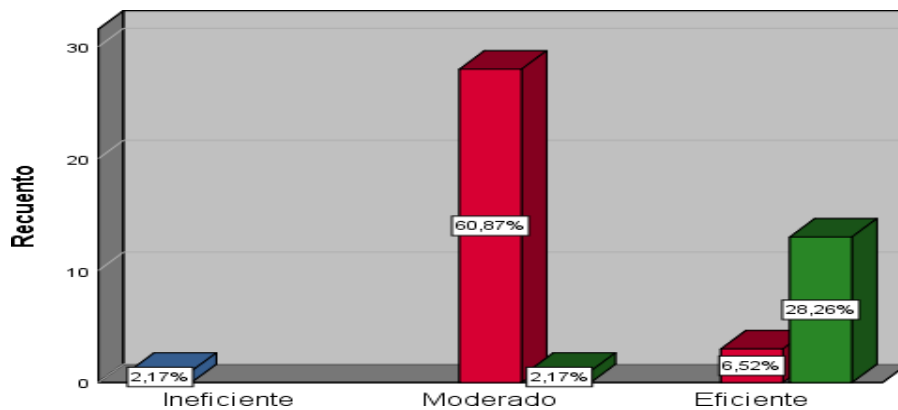


Figura 3. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto económico (agrupado)

Tabla 11.

*Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto económico (agrupado)*

		Aspecto económico (agrupado)			Total	
		Ineficiente	Moderado	Eficiente		
Planeamiento financiero (agrupado)	Ineficiente	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%
	Moderado	Recuento	0	28	1	29
		% del total	0,0%	60,9%	2,2%	63,0%
	Eficiente	Recuento	0	3	13	16
		% del total	0,0%	6,5%	28,3%	34,8%
	Total	Recuento	1	31	14	46
		% del total	2,2%	67,4%	30,4%	100,0%

Del total de 23 empresas de comercialización de repuestos automotriz, el 2,2% tienen un ineficiente planeamiento financiero, así como sus aspectos económicos de manera moderados. Asimismo, se observa que del 63% de empresas que presentan un moderado planeamiento financiero el 60,9% presenta aspectos económicos moderados y 2,2% sus aspectos económicos eficientes. Por otro lado, del total de 34,8% de empresas que presenta un planeamiento financiero eficiente, el 6,5% presenta un planeamiento financiero moderado y el 28,3% presenta sus aspectos económicos de manera eficiente.

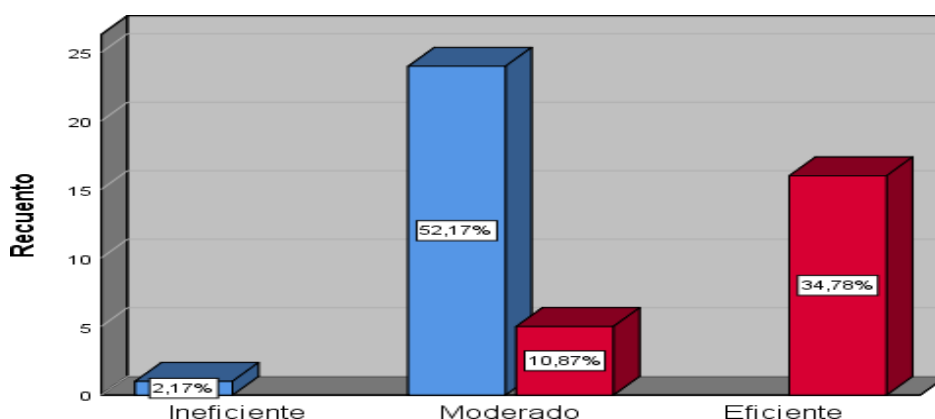


Figura 4. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto social (agrupado)

Tabla 12.

*Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto social (agrupado)*

		Aspecto social (agrupado)		Total	
		Moderado	Eficiente		
Planeamiento financiero (agrupado)	Ineficiente	Recuento	1	0	1
		% del total	2,2%	0,0%	2,2%
	Moderado	Recuento	24	5	29
		% del total	52,2%	10,9%	63,0%
	Eficiente	Recuento	0	16	16
		% del total	0,0%	34,8%	34,8%
Total	Recuento	25	21	46	
	% del total	54,3%	45,7%	100,0%	

Del total de 23 empresas de comercialización de repuestos automotriz, el 2,2% tienen un ineficiente planeamiento financiero, así como la formulación de aspecto social de manera moderado. Asimismo, se observa que del 63% de empresas que presentan un moderado aspecto social el 52,2% presenta un planeamiento financiero y 10,9% su aspecto social eficiente. Por otro lado, del total de 34,8% de empresas que presenta un planeamiento financiero eficiente, el 34,8% presenta un planeamiento financiero de manera eficiente.

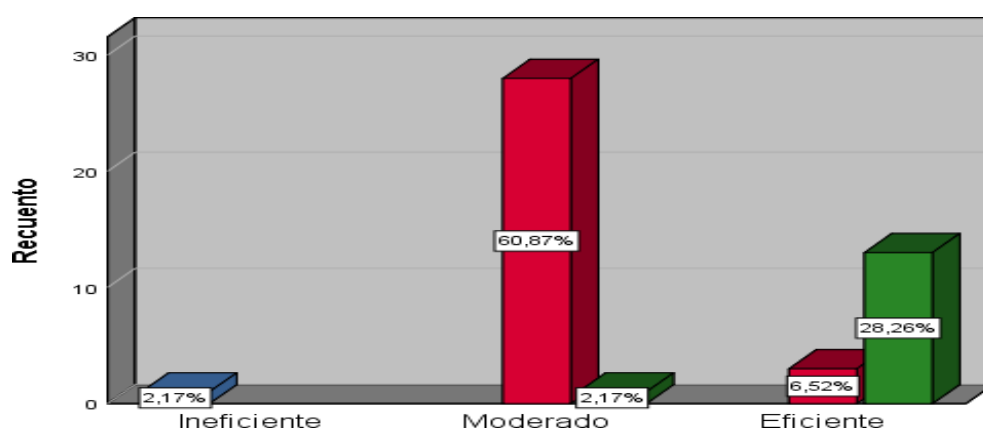


Figura 5. Planeamiento financiero (agrupado)*Aspecto ambiental (agrupado)

Tabla 13.

*Tabla cruzada planeamiento financiero (agrupado)*aspecto ambiental (agrupado)*

		Aspecto ambiental (agrupado)			Total	
		Ineficiente	Moderado	Eficiente		
Planeamiento financiero (agrupado)	Ineficiente	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%
	Moderado	Recuento	0	28	1	29
		% del total	0,0%	60,9%	2,2%	63,0%
	Eficiente	Recuento	0	3	13	16
		% del total	0,0%	6,5%	28,3%	34,8%
Total	Recuento	1	31	14	46	
	% del total	2,2%	67,4%	30,4%	100,0%	

Del total de 23 empresas de comercialización de repuestos automotriz, el 2,2% tienen un ineficiente planeamiento financiero, así como la formulación de aspecto ambiental de manera moderado. Asimismo, se observa que del 63% de empresas que presentan un moderado aspecto ambiental el 60,9% presenta un planeamiento financiero y 2,2% su aspecto ambiental eficiente. Por otro lado, del total de 34,8% de empresas que presenta un planeamiento financiero eficiente, el 28,3% presenta un planeamiento financiero de manera eficiente.

Anexo 4. Resultados en tabla de frecuencia por ítem

Tabla 14.

La empresa se proyecta sus ventas a futuro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	34,4
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

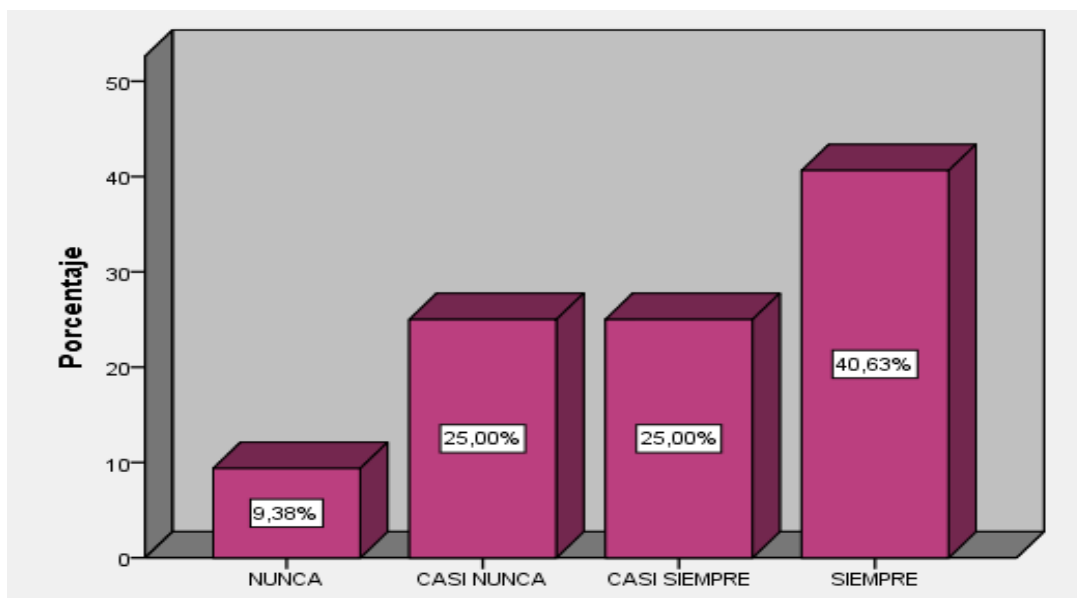


Figura 6. La empresa se proyecta sus ventas a futuro.

Interpretación: Se puede determinar que el 40,63% de los encuestados siempre se proyecta en sus ventas a futuro, por ello podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre se proyecta en sus ventas a futuro.

Tabla 15.

Las ventas de la empresa son mayormente por el marketing.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	31,3
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

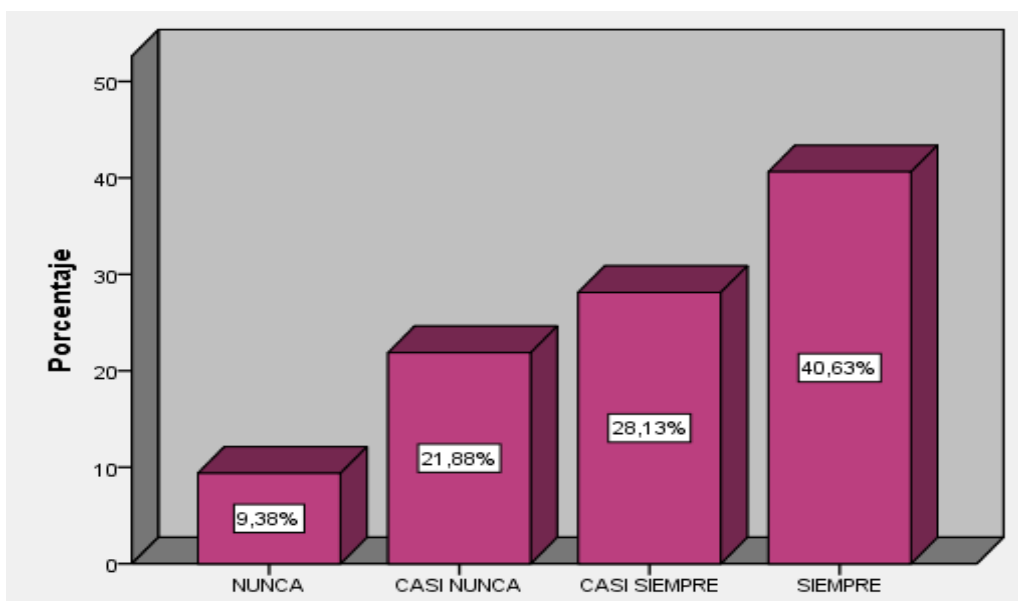


Figura 7. Las ventas de la empresa son mayormente por el marketing.

Interpretación: Se puede deducir que el 40,63% de los encuestados siempre realizan ventas mayormente por el marketing, por ello podemos interpretar que, la mayoría de los encuestados siempre realizan ventas mayormente por el marketing.

Tabla 46.

Inventario mensual de la mercadería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	12,5	12,5	12,5
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	37,5
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

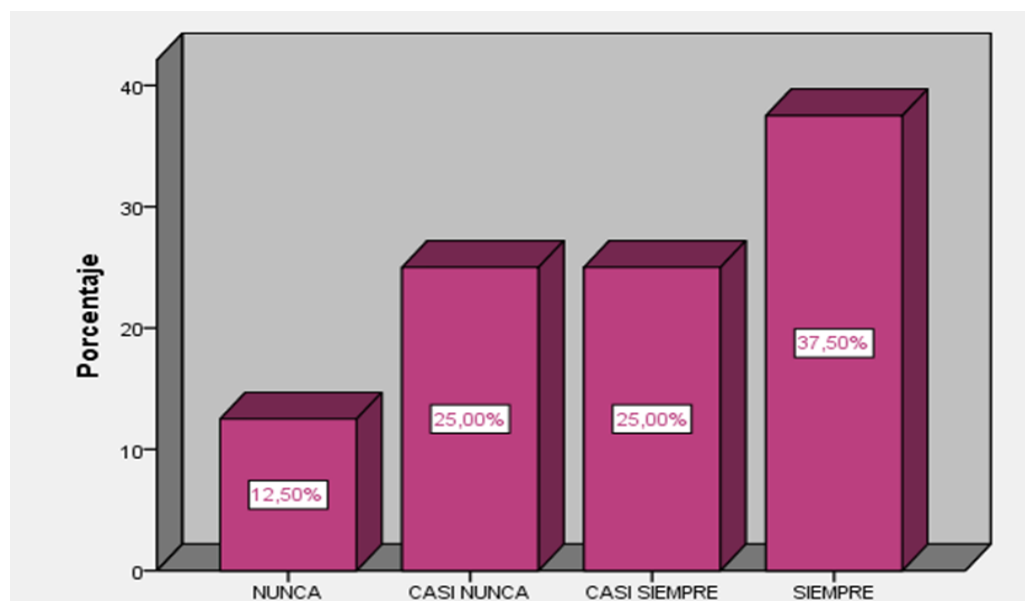


Figura 8. Inventario mensual de la mercadería

Interpretación: Se puede deducir que el 37,50% de los encuestados dicen que siempre se realiza inventario de la mercadería todos los meses, por ello podemos interpretar que, la mayoría de los encuestados siempre se realiza inventario de la mercadería todos los meses.

Tabla 47.

El tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

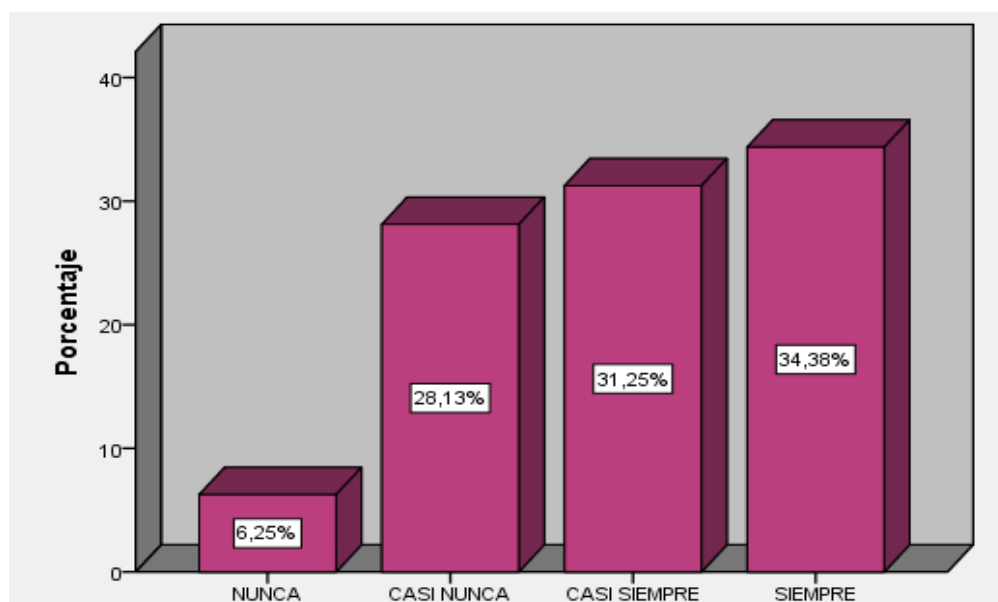


Figura 9. El tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas

Interpretación: Se puede deducir que el 34,38% de los encuestados dicen que siempre el tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas, por ello podemos interpretar que, la mayoría de los encuestados siempre tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas ya que les permite tener un stock seguro.

Tabla 18.

La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	34,4
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

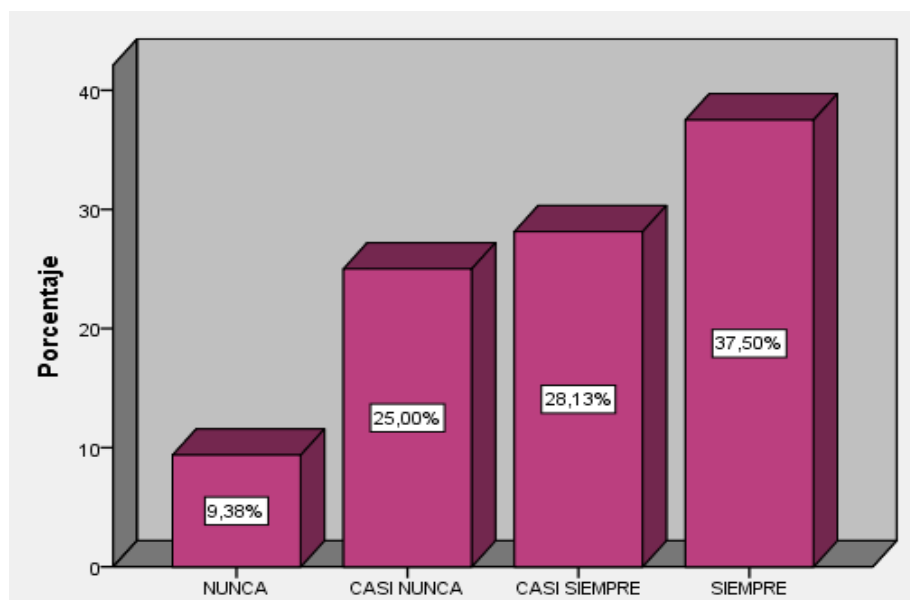


Figura 10. La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo

Interpretación: Se puede deducir que el 37,50% de los encuestados dicen que siempre la empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo, por ello podemos interpretar que, la mayoría de los encuestados siempre La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo ya sea por sus compras de mercaderías pequeñas.

Tabla 49.

Al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	31,3
	CASI SIEMPRE	11	34,4	34,4	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

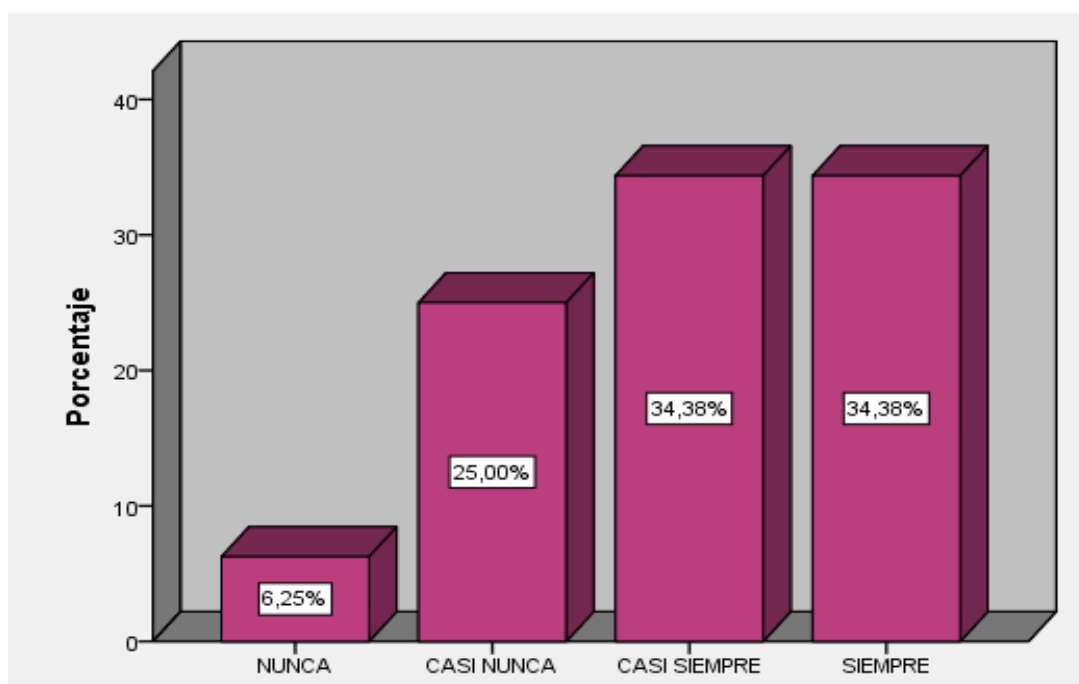


Figura 11. Al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa.

Interpretación: Se determinó que el 34,38% de los encuestados casi siempre y siempre al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi siempre y siempre al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa.

Tabla 50.

En el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	10	31,3	31,3	37,5
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	68,8
	SIEMPRE	10	31,3	31,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

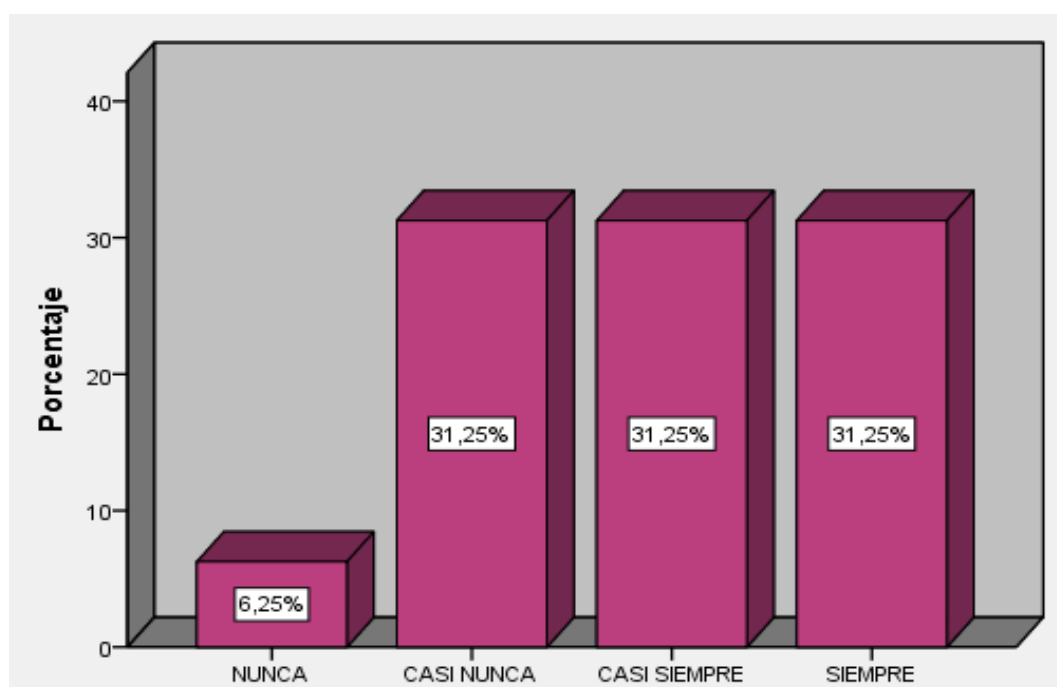


Figura 12. En el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas.

Interpretación: Se determinó que el 31,25% de los encuestados casi nunca, casi siempre y siempre en el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi nunca, casi siempre y siempre en el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas.

Tabla 51.

La empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	28,1
	CASI SIEMPRE	12	37,5	37,5	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

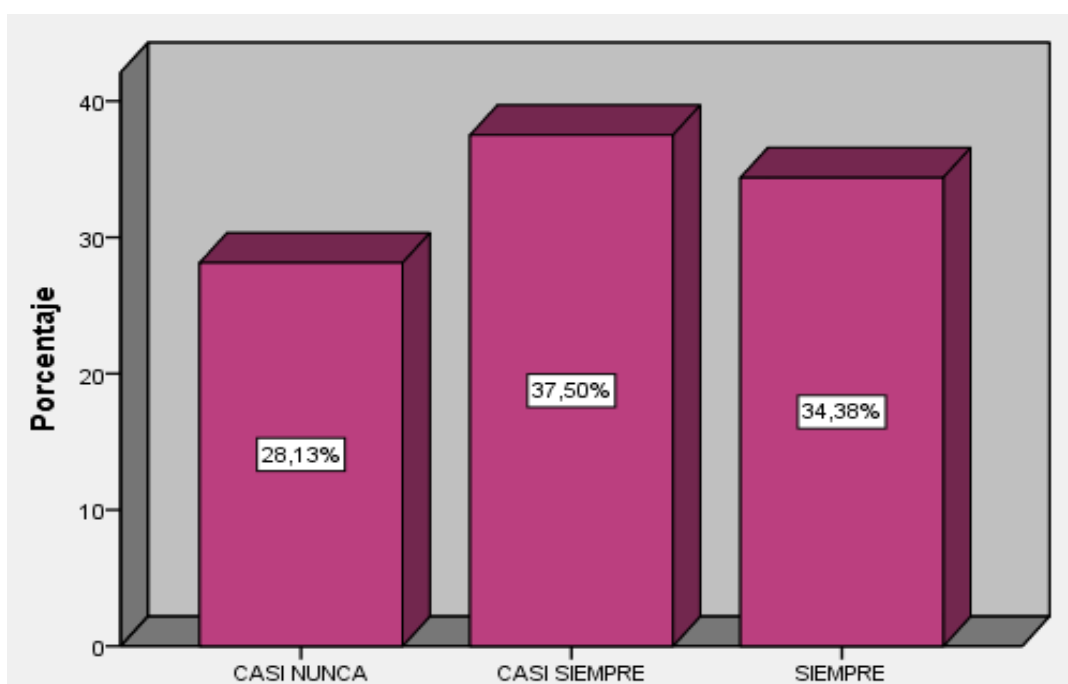


Figura 13. La empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos.

Interpretación: Se determinó que el 37,5% de los encuestados casi siempre la empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi siempre la empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos.

Tabla 52.

La empresa realiza su estado de flujo efectivo cada mes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

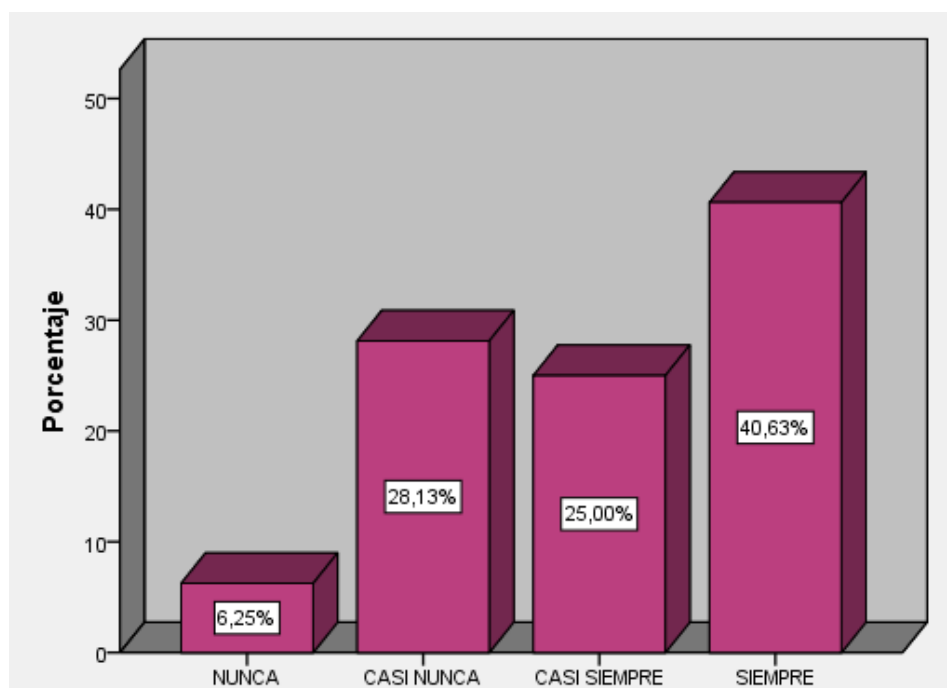


Figura 14. La empresa realiza su estado de flujo efectivo cada mes.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados siempre realizan su estado de flujo efectivo cada mes, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre realizan su estado de flujo efectivo cada mes.

Tabla 53.

Al contar con un estado de flujo de efectivo, la empresa genera rentabilidad para los socios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	12	37,5	37,5	37,5
	CASI SIEMPRE	11	34,4	34,4	71,9
	SIEMPRE	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

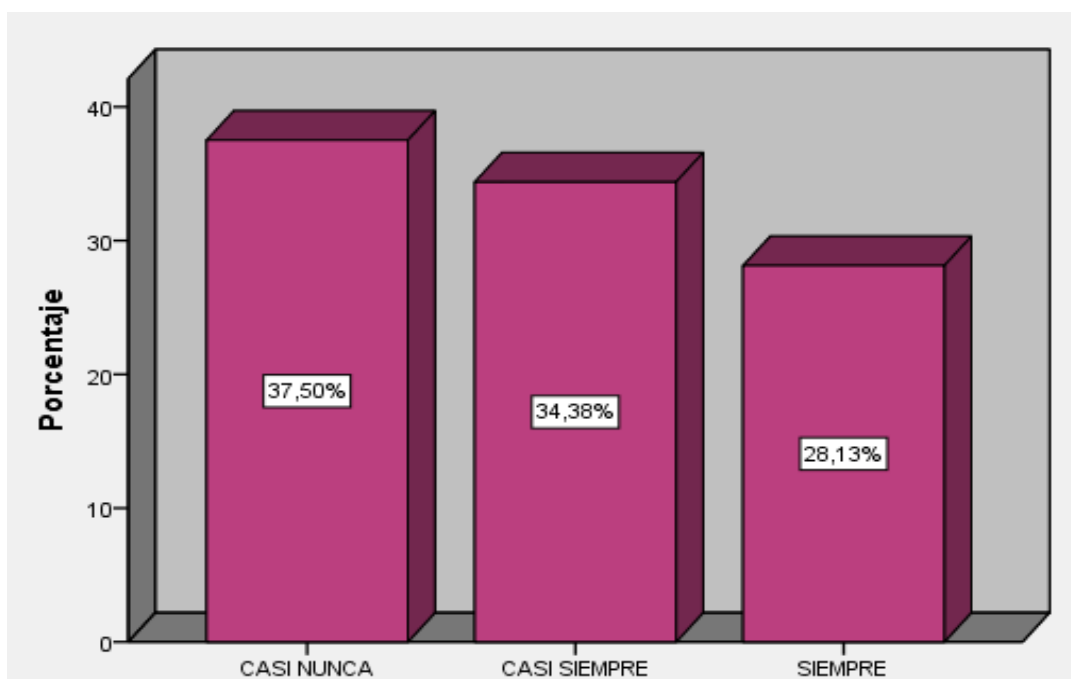


Figura 15. Al contar con un estado de flujo de efectivo, la empresa genera rentabilidad para los socios.

Interpretación: Se determinó que el 37,50% de los encuestados casi nunca cuenta con un estado de flujo de efectivo, por ello la empresa casi nunca genera rentabilidad para los socios, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi nunca cuenta con un estado de flujo de efectivo, por ello la empresa casi nunca genera rentabilidad para los socios.

Tabla 54.

Los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

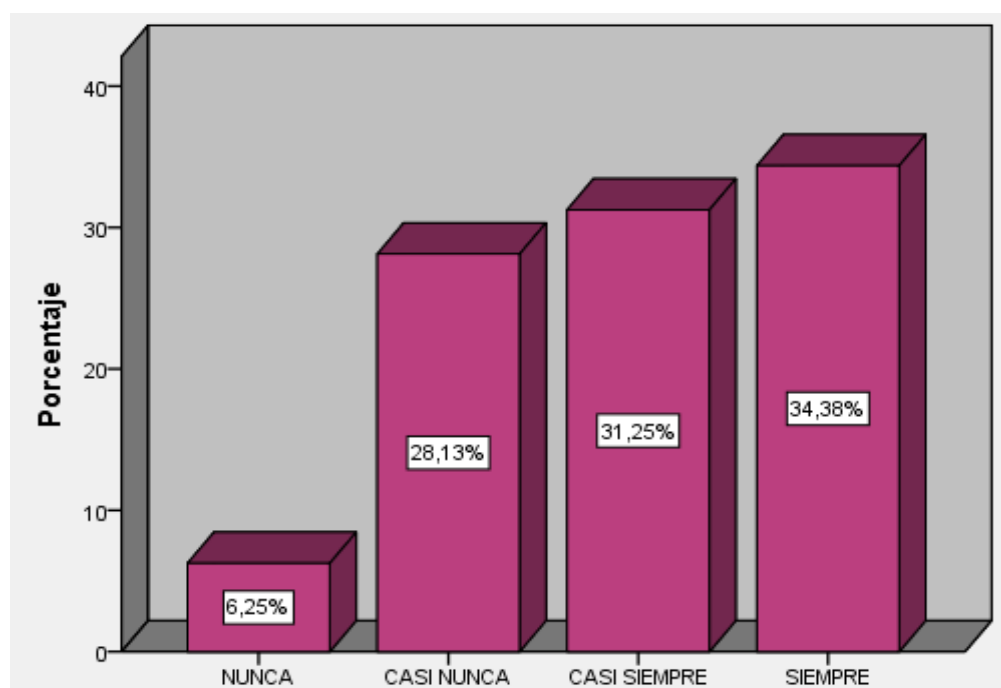


Figura 16. Los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez

Interpretación: Se determina que el 34,38% de los encuestados respondió que siempre los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez.

Tabla 55.

Los clientes frecuentes recomiendan sus productos de venta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	31,3
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

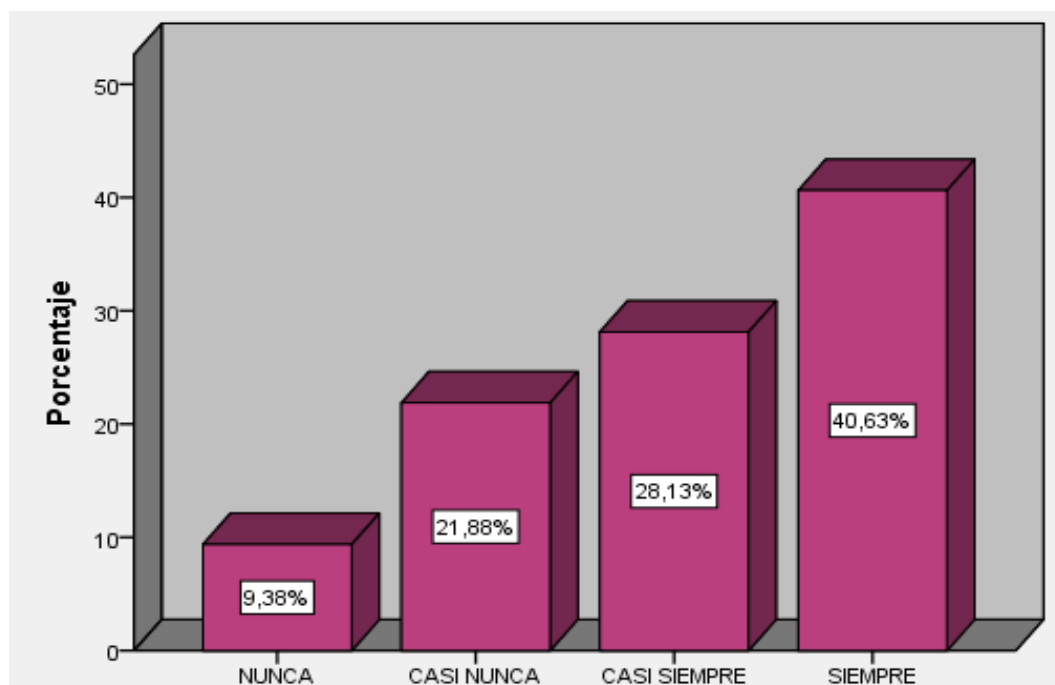


Figura 17. Los clientes frecuentes recomiendan sus productos de venta.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados siempre cuentan con clientes frecuentes y estos recomiendan sus productos de venta, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre cuentan con clientes frecuentes y estos recomiendan sus productos de venta.

Tabla 56.

La empresa cuenta con un sistema económico que les genere dinero.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	31,3
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

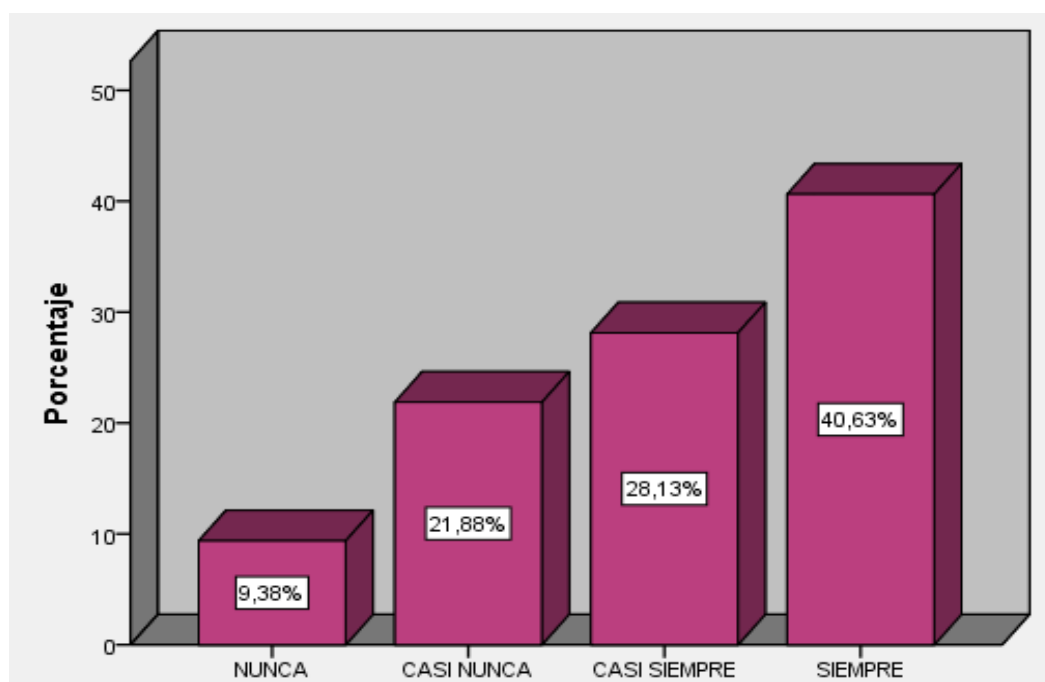


Figura 18. : La empresa cuenta con un sistema económico que les genere dinero.

Interpretación: Se determina que el 31,25% de los encuestados casi siempre realiza estrategias conociendo adecuadamente las normas tributarias, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi siempre realiza estrategias conociendo adecuadamente las normas tributarias.

Tabla 57.

Este sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	12,5	12,5	12,5
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	37,5
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

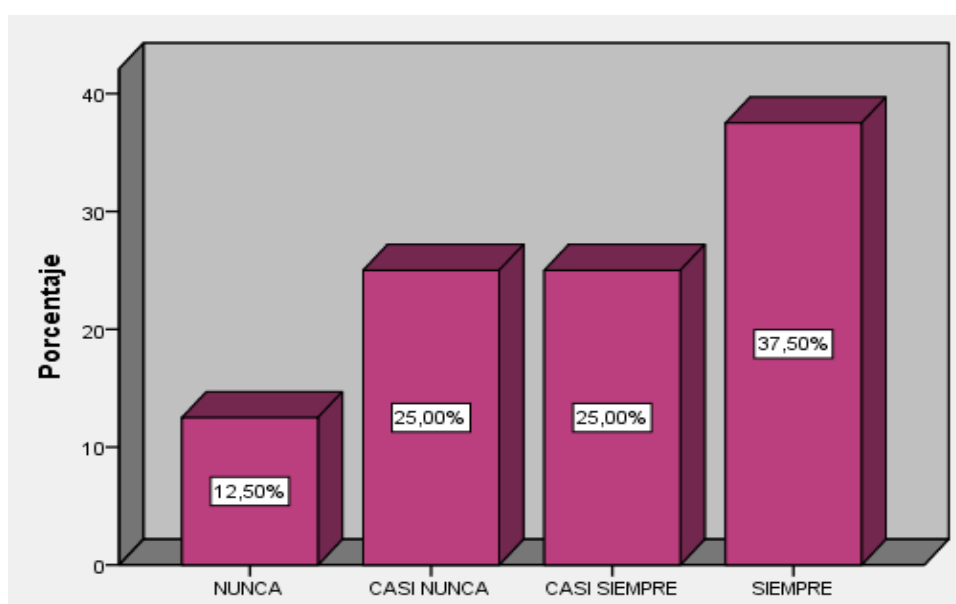


Figura 19. Este sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo.

Interpretación: Se determina que el 37,50% de los encuestados siempre su sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre su sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo.

Tabla 58.

La empresa realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

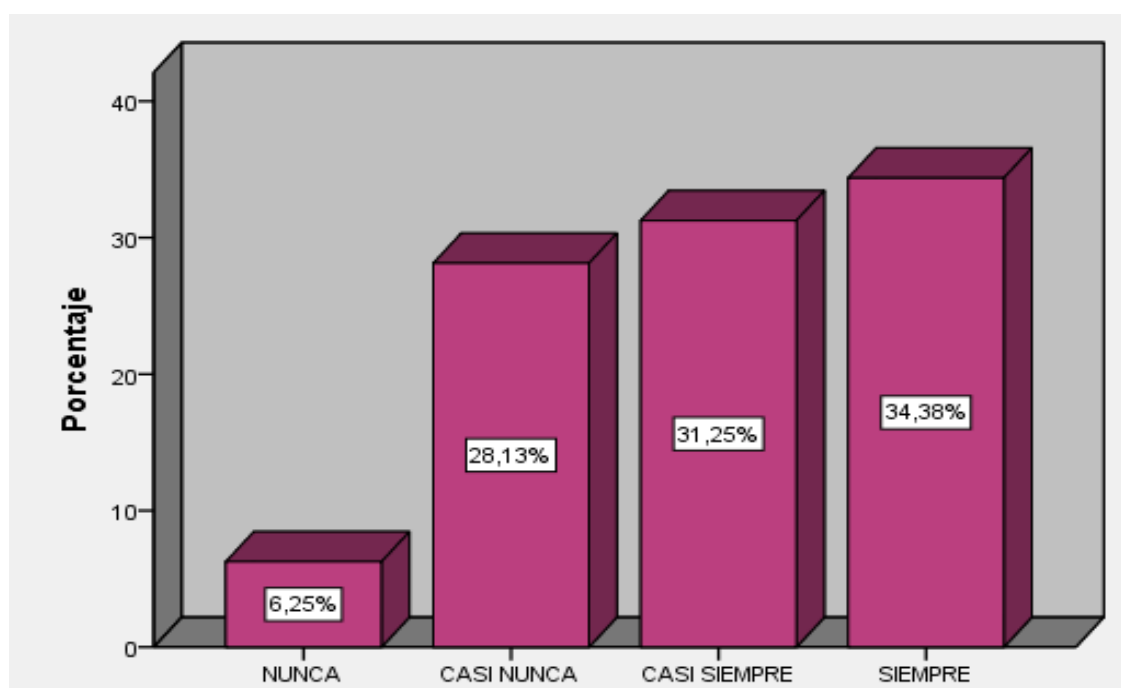


Figura 20. La empresa realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio

Interpretación: Se determina que el 34,38% de los encuestados siempre realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio.

Tabla 59.

El servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	31,3
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

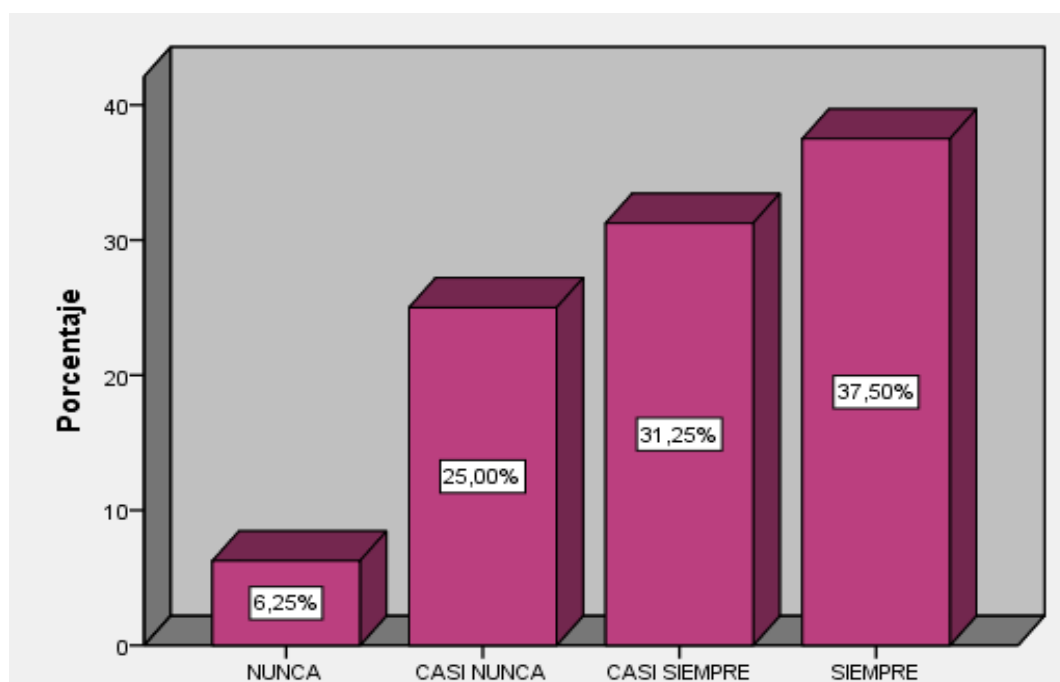


Figura 21. El servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas.

Interpretación: Se determina que el 37,50% de los encuestados dicen que siempre el servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre el servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas.

Tabla 60.

La empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	31,3
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

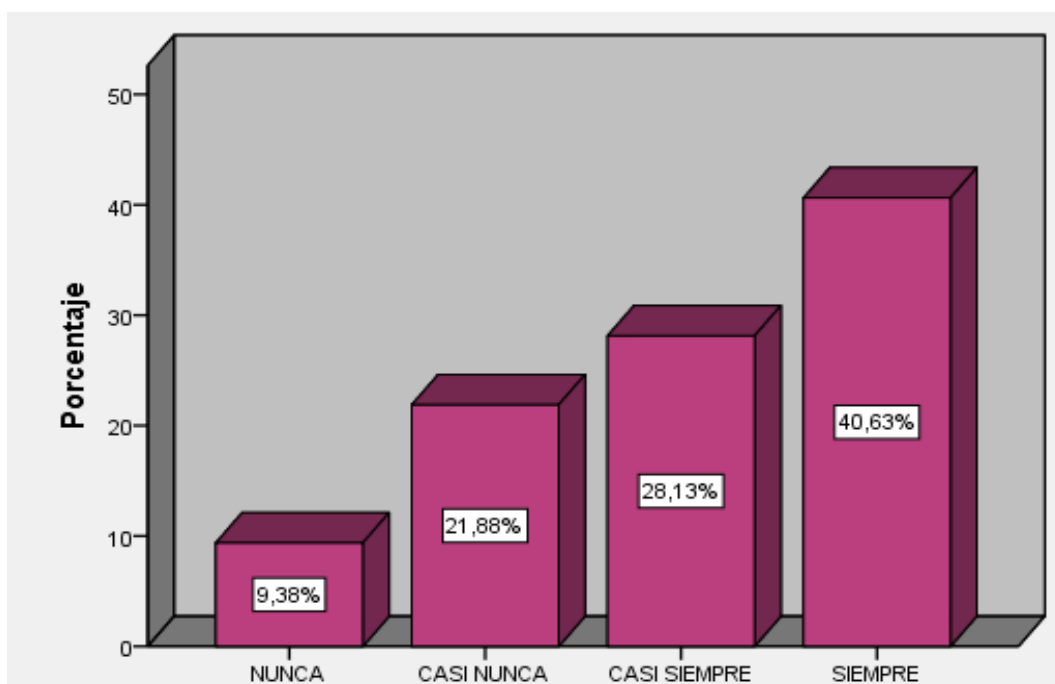


Figura 22. La empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados dicen que siempre la empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre la empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral.

Tabla 61.

Se realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	34,4
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

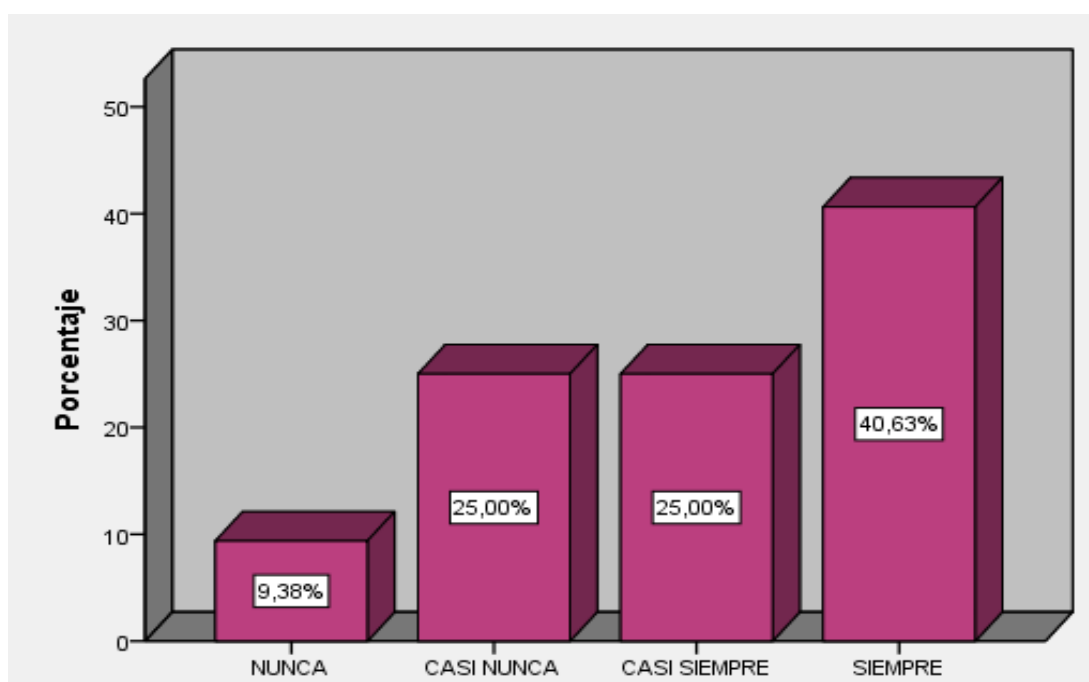


Figura 23. Se realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados siempre realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral.

Tabla 62.

Los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	31,3
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

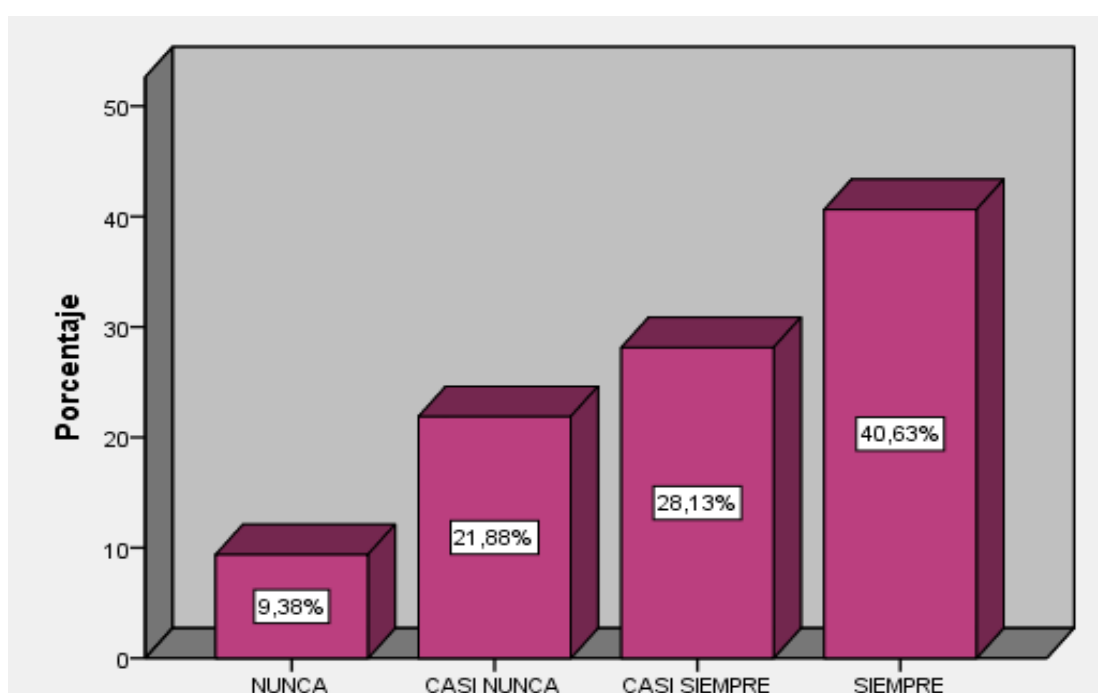


Figura 24. Los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados dicen que siempre los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados dicen que siempre los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten.

Tabla 63.

Cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	12,5	12,5	12,5
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	37,5
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

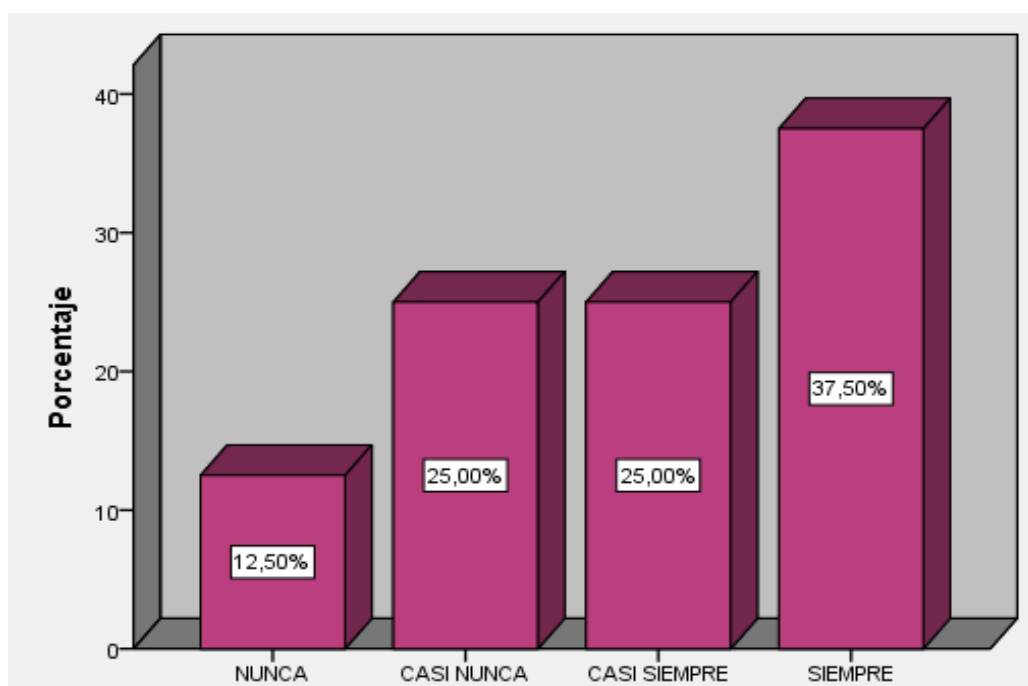


Figura 25. Cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo.

Interpretación: Se determina que el 37,50% de los encuestados dicen que siempre cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados dicen que siempre cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo.

Tabla 64.

Cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

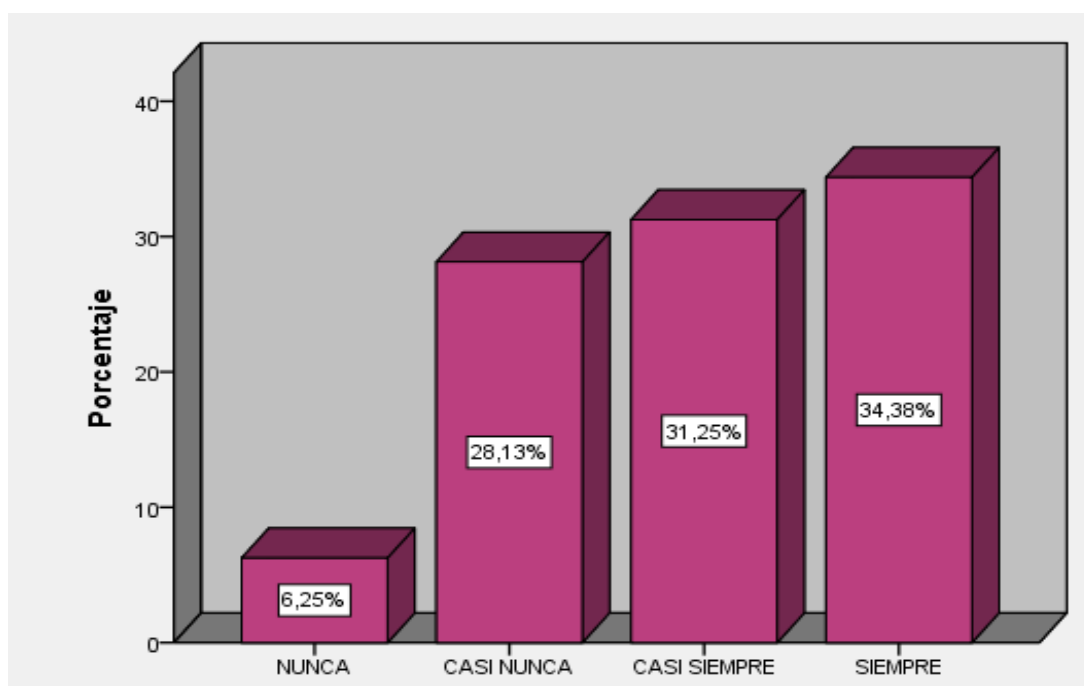


Figura 26. Cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo.

Interpretación: Se determina que el 34,38% de los encuestados siempre cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre cuentan con trabajadores comprometidos a su trabajo para la mejora de la empresa.

Tabla 65.

La empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	34,4
	CASI SIEMPRE	9	28,1	28,1	62,5
	SIEMPRE	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

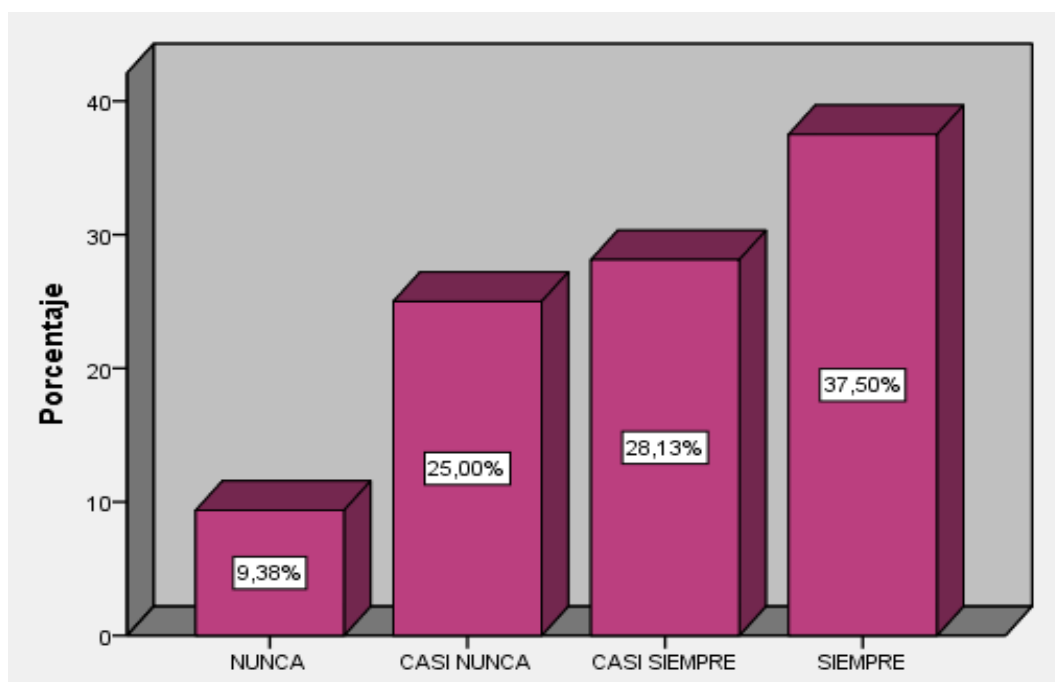


Figura 27. La empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado

Interpretación: Se determinó que el 37,50% de los encuestados dicen que siempre la empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados dicen que siempre la empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado.

Tabla 66.

La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	8	25,0	25,0	31,3
	CASI SIEMPRE	11	34,4	34,4	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

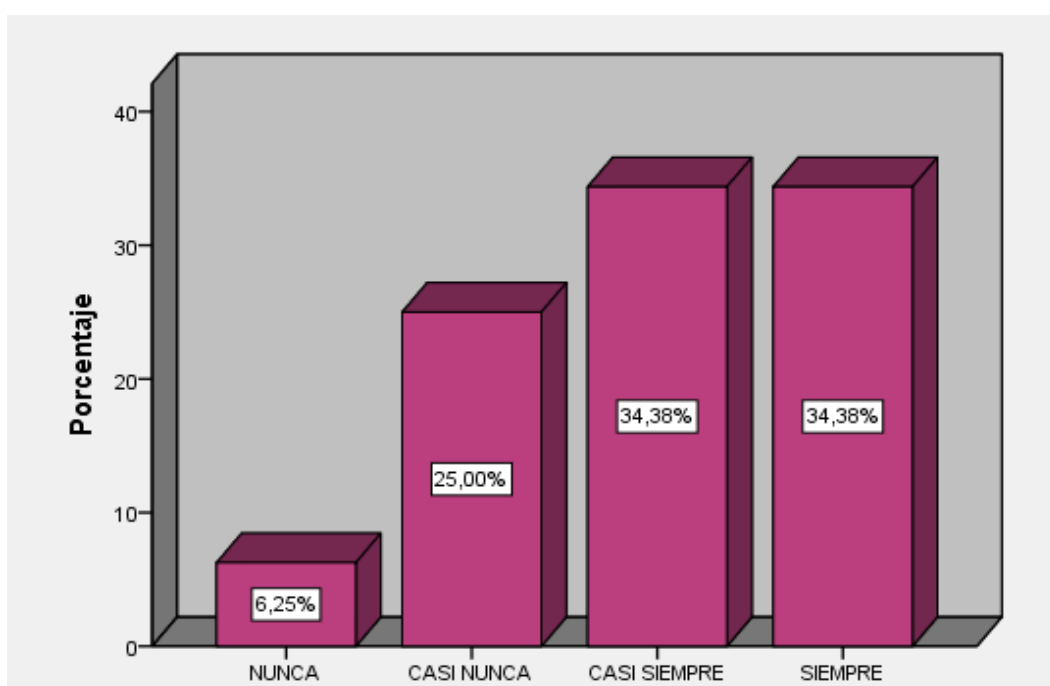


Figura 28. La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente.

Interpretación: Se determina que el 34,38% de los encuestados casi siempre y siempre la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi siempre y siempre la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente.

Tabla 67.

Se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	9,4	9,4	9,4
	CASI NUNCA	10	31,3	31,3	40,6
	CASI SIEMPRE	10	31,3	31,3	71,9
	SIEMPRE	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

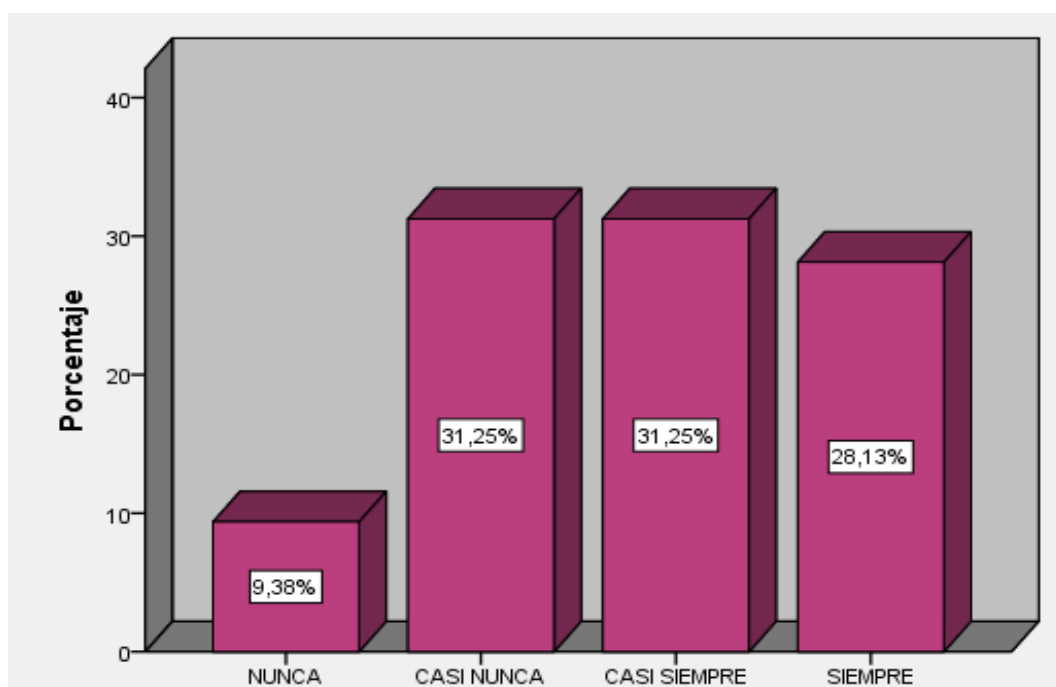


Figura 29. Se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente.

Interpretación: Se determinó que el 31,25% de los encuestados casi nunca y casi siempre se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi nunca y casi siempre se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente.

Tabla 68.

La empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	28,1
	CASI SIEMPRE	12	37,5	37,5	65,6
	SIEMPRE	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

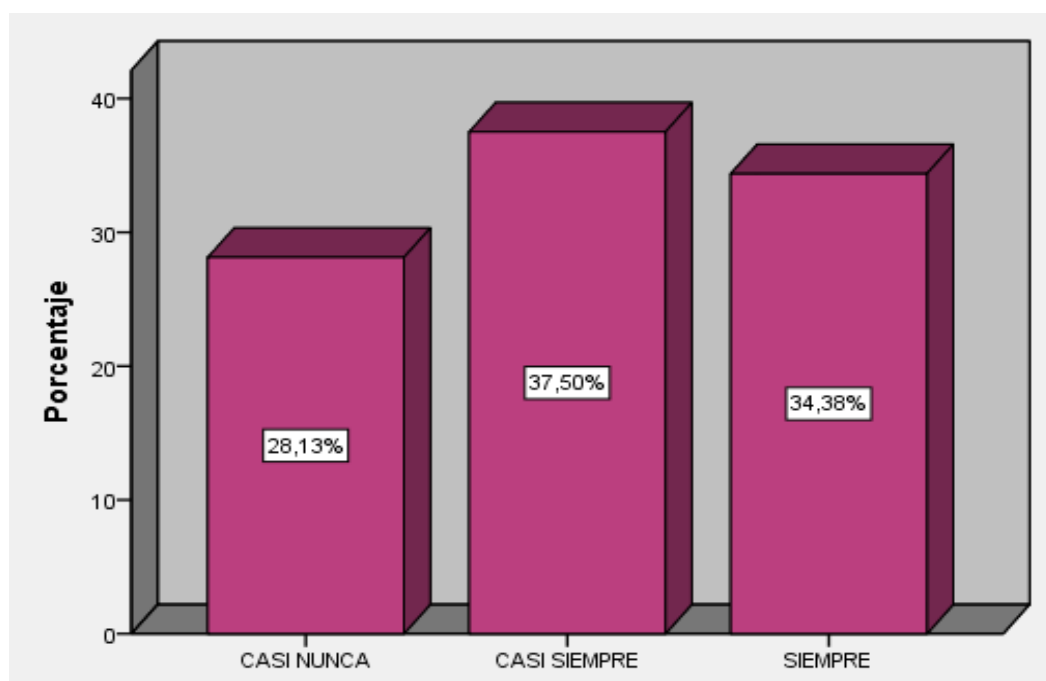


Figura 30. La empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo.

Interpretación: Se determinó que el 37,50% de los encuestados casi siempre la empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi siempre la empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo.

Tabla 69.

Los productos que vende la empresa contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,3	6,3	6,3
	CASI NUNCA	9	28,1	28,1	34,4
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

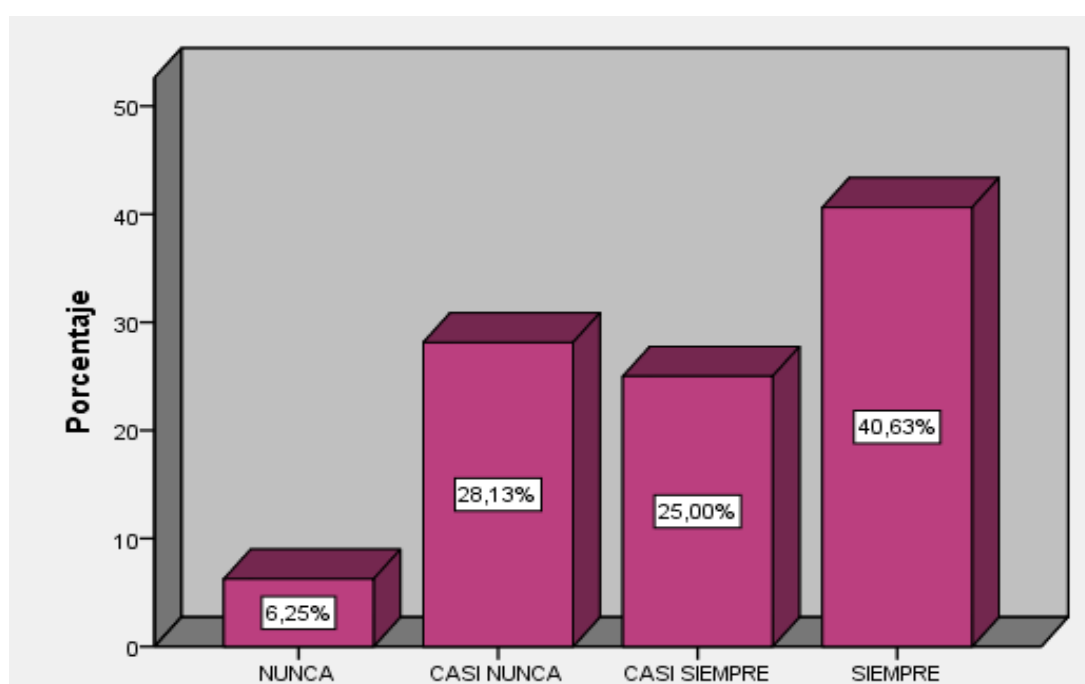


Figura 31. Los productos que vende la empresa contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente.

Interpretación: Se determinó que el 40,63% de los encuestados siempre tienen productos que vende la empresa que contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre tienen productos que vende la empresa que contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente, ya que contiene aceite.

Tabla 70.

Cuentan con un nivel de compromiso ecológico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	12	37,5	37,5	37,5
	CASI SIEMPRE	11	34,4	34,4	71,9
	SIEMPRE	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

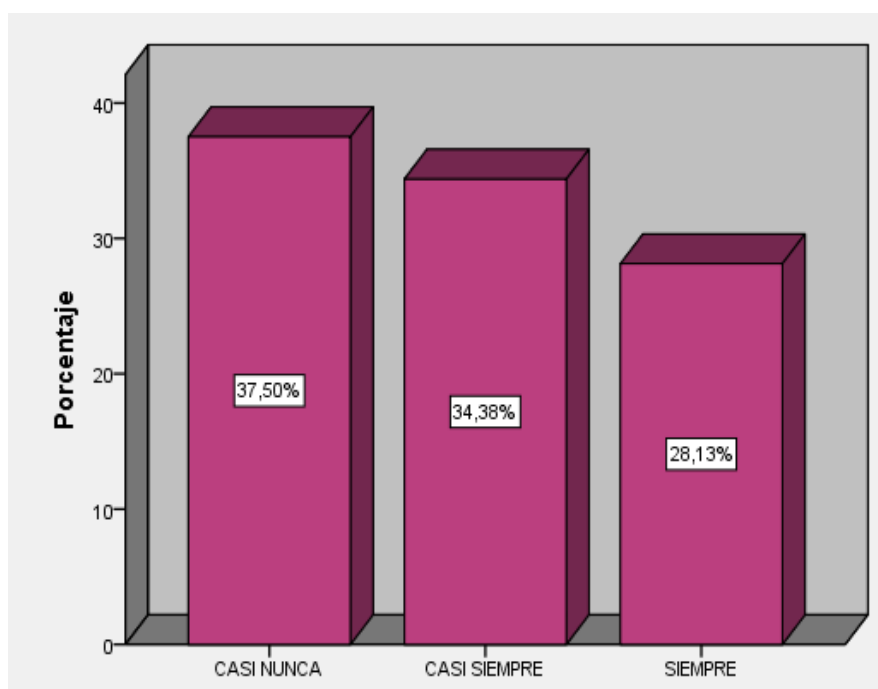


Figura 32. Cuentan con un nivel de compromiso ecológico.

Interpretación: Se determinó que el 37,50% de los encuestados casi nunca cuentan con un nivel de compromiso ecológico, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados casi nunca cuentan con un nivel de compromiso ecológico.

Tabla 71.

La empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	12,5	12,5	12,5
	CASI NUNCA	7	21,9	21,9	34,4
	CASI SIEMPRE	8	25,0	25,0	59,4
	SIEMPRE	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

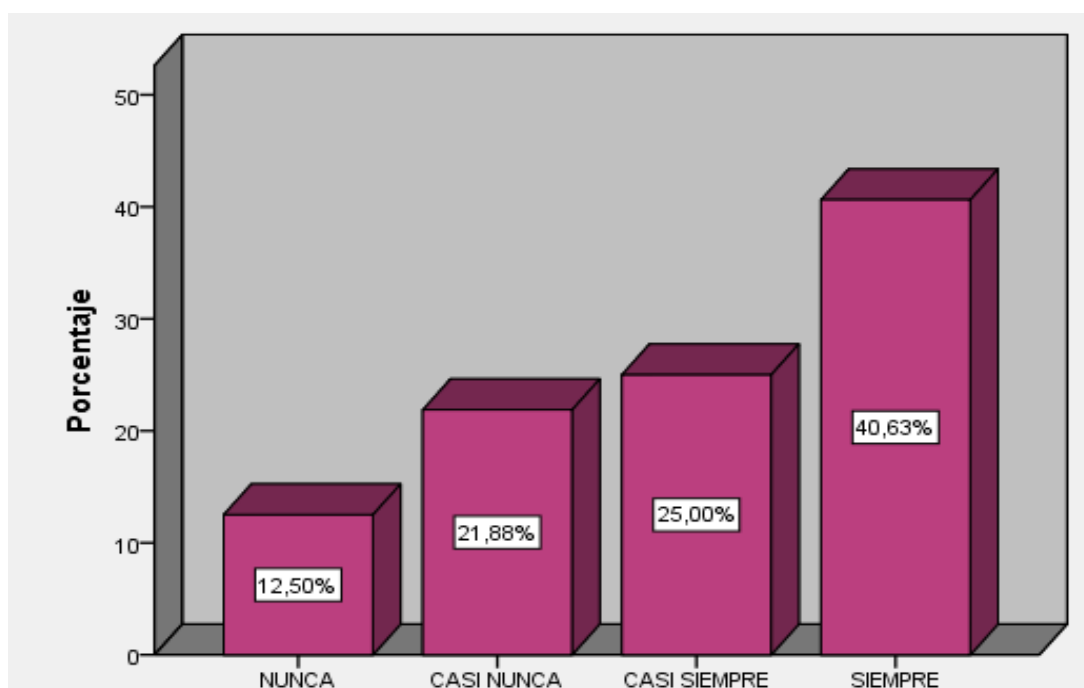


Figura 33. La empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente.

Interpretación: Se determina que el 40,63% de los encuestados siempre la empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente, por consecuencia podemos inferir que, la mayoría de los encuestados siempre la empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente.

Anexo 6. Cuestionario

Cuestionario para la tesis: Planeamiento financiero y sostenibilidad, en empresas comerciales de repuestos automotriz, Distrito de La Victoria, 2019.

Edad: _____ Sexo: _____ Grado: _____ Sección _____ Fecha: _____ Colegio: _____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás afirmaciones sobre planeamiento financiero y sostenibilidad. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te parezca con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S = Siempre
CS = Casi Siempre
CN = Casi Nunca
N = Nunca

N.º	PREGUNTAS	S	CS	CN	N
1.	La empresa se proyecta sus ventas a futuro	S	CS	CN	N
2.	Las ventas de la empresa son mayormente por el marketing	S	CS	CN	N
3.	Se realiza inventario de la mercadería todos los meses	S	CS	CN	N
4.	El tener un programa de inventario les permite asegurar sus ventas	S	CS	CN	N
5.	La empresa cuenta con endeudamientos a corto plazo	S	CS	CN	N
6.	Al tener un pronóstico de endeudamiento, les genera inflaciones en la empresa	S	CS	CN	N
7.	En el estado de resultado la empresa puede visualizar todos los ingresos de sus ventas	S	CS	CN	N
8.	La empresa al tener un estado de resultado, le permite ver las utilidades y poder pagar sus impuestos.	S	CS	CN	N
9.	La empresa realiza su estado de flujo efectivo cada mes	S	CS	CN	N
10.	Al contar con un estado de flujo de efectivo, la empresa genera rentabilidad para los socios	S	CS	CN	N
11.	Los productos ofrecidos a los clientes, les genera liquidez	S	CS	CN	N
12.	Los clientes frecuentes recomiendan sus productos de venta	S	CS	CN	N

13.	La empresa cuenta con un sistema económico que les genere dinero	S	CS	CN	N
14.	Este sistema económico les ayuda a solucionar problemas con gastos a corto plazo	S	CS	CN	N
15.	La empresa realiza capacitaciones a sus trabajadores para brindar un buen servicio	S	CS	CN	N
16.	El servicio que la empresa brinda los clientes les resulta favorable para las ventas	S	CS	CN	N
17.	La empresa cuenta con personal que sepa relacionarse con otras personas en el ámbito laboral	S	CS	CN	N
18.	Se realizan reuniones especialmente para hablar de lo importante que es tener una buena relación laboral	S	CS	CN	N
19.	Los trabajadores de esta entidad toman acciones necesarias para poder solucionar los conflictos que se presenten	S	CS	CN	N
20.	Cada vez que hay conflictos en la empresa, esta sabe cómo solucionarlo	S	CS	CN	N
21.	Cuentas con trabajadores comprometidos a su trabajo	S	CS	CN	N
22.	La empresa al tener el compromiso de sus trabajadores, les ayuda a tener buenos resultados y así poder sostenerse en el mercado.	S	CS	CN	N
23.	La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental para no causar daño en el medio ambiente	S	CS	CN	N
24.	Se brinda capacitaciones especiales de cómo cuidar el medio ambiente	S	CS	CN	N
25.	La empresa realiza acciones que pudiera causar impactos en el medio ambiente y que esto pueda afectar a largo plazo	S	CS	CN	N
26.	Los productos que vende la empresa contienen químicos que pudieran causar un impacto en el medio ambiente	S	CS	CN	N
27.	Cuentan con un nivel de compromiso ecológico	S	CS	CN	N
28.	La empresa realiza campañas para la protección hacia el medio ambiente	S	CS	CN	N

Anexo 7. Validación de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg.) PONCE CAJEDA Juan Manuel DNI: 078 72779

Especialidad del validador: FINANZAS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de junio del 2019

Firma del Experto Informante.

Especialidad



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: COLLAHUA ENCISO JORGE DNI: 06136386

Especialidad del validador: FINANZAS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de junio del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Observaciones:

Metodologo

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Enrique Loo Dyne DNI: 10001932

Especialidad del validador: Metodología de la Investigación

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de junio del 2019

Firma del Experto Informante.
Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, HUAMAN ESTRADA THANIA MILANNY estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "PLANEAMIENTO FINANCIERO Y SOSTENIBILIDAD, EN EMPRESAS COMERCIALES DE REPUESTOS AUTOMOTRIZ, DISTRITO DE LA VICTORIA, 2019", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
HUAMAN ESTRADA THANIA MILANNY DNI: 75571227 ORCID 0000-0002-7406-992X	Firmado digitalmente por: THUAMANES el 04-05-2021 10:06:02

Código documento Trilce: INV - 0127504