

ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



“Medidas implementadas por MIBANCO y su relación con la competitividad de sus clientes en la región de Tacna, a raíz del COVID-19, año 2020.”

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autores:

Ing. Cervantes Vega, Gino Omar
Bach. Mostajo Castro, Mario Cesar

Docente Guía:

Dra. Bahamondes Rosado, María Emilia

TACNA – PERÚ

2020

"El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusividad responsabilidad del (los) autor (es)"

DEDICATORIA

Investigación dedicada todas las personas que encuentran su felicidad en el conocimiento; lo descubre y lo comparten con la comunidad.

AGRADECIMIENTO

A Dios, ante todo, por darnos el aliento de vida.

A nuestras familias que nos educaron para la vida y siempre nos impulsan a ser mejores personas cada día.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE GENERAL.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I : ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.1. TÍTULO DEL TEMA	17
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3.1. Problema general	19
1.3.2. Problemas específicos	19
1.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1. Hipótesis general.....	19
1.4.2. Hipótesis específica.....	20
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20

1.5.1. Objetivo general	20
1.5.2. Objetivos específicos.....	20
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	21
1.7. METODOLOGÍA	22
1.7.1. Tipo de investigación.....	22
1.7.2. Diseño de la investigación.....	23
1.7.3. Nivel de investigación.....	23
1.8. Fuentes, herramientas y análisis de datos.....	23
1.9. DEFINICIONES	24
1.10. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	26
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	27
2.2. MEDIDAS IMPLEMENTADAS	30
2.2.1. Reprogramación de crédito	31
2.2.2. Congelamiento de deudas.....	38
2.2.3. MEDIDAS DE LA SBS ANTE LA EMERGENCIA SANITARIA COVID-19	38
2.3. COMPETITIVIDAD.....	40

2.3.1.	Definición.....	40
2.3.2.	Factores que influyen en la competitividad.....	41
2.3.3.	Competitividad en el campo empresarial.....	42
2.3.4.	Tipos de competitividad.....	43
2.3.5.	Fuerza de ventas, elemento importante para la competitividad	44
2.4.	ANÁLISIS COMPARATIVO	45
2.5.	ANÁLISIS CRÍTICO	48
CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL.....		49
3.1.	ANÁLISIS MICROECONÓMICO	49
3.2.	ANÁLISIS MACROECONÓMICO	50
3.2.1.	Evolución del crédito	51
3.2.2.	Crédito por tipo de empresa	52
3.2.3.	Créditos por sector	53
3.2.4.	Tipo de crédito por familia	53
3.3.	CULTURA EMPRESARIAL.....	54
3.3.1.	Misión	54
3.3.2.	Visión.....	55
3.3.3.	Valores organizacionales	55

3.3.4.	Productos y servicios ofrecidos	56
3.3.5.	Organigrama	58
3.3.6.	Localización de agencias	59
3.3.7.	Diagnostico Organizacional.....	60
3.4.	ANÁLISIS CRITICO	61
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....		63
4.1.	Marco metodológico.....	63
4.1.1.	Descripción del tipo y diseño de la investigación.....	63
4.2.	Determinación de la población.....	64
4.2.1.	Población.....	64
4.2.2.	Muestra	64
4.1.	Confiabilidad de instrumentos.....	65
4.1.1.	Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach.....	65
4.3.	Resultados generales	68
4.3.1.	Género	68
4.3.2.	Grupo etario	69
4.4.	Resultados de la variable medidas implementadas	70
4.4.1.	Resultados por indicadores	70

4.4.2.	Resultados por dimensiones	71
4.4.3.	Resultados generales de la variable.....	73
4.5.	Resultados de la variable competitividad.....	74
4.5.1.	Resultados por indicadores	74
4.5.2.	Resultados por dimensiones	75
4.5.3.	Resultados generales de la variable.....	77
4.6.	Comprobación de hipótesis.....	78
4.6.1.	Prueba de normalidad	78
4.6.2.	Comprobación de hipótesis general	80
4.6.3.	Comprobación de primera hipótesis específica	82
4.6.4.	Comprobación de segunda hipótesis específica	84
CONCLUSIONES		86
RECOMENDACIONES		88
BIBLIOGRAFÍA.....		89
ANEXOS		95
Anexo 1. Instrumentos		95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición de administración financiera	45
Tabla 2. Medidas implementadas	45
Tabla 3. Definiciones de competitividad	46
Tabla 4. Factores que influyen en la competitividad	47
Tabla 5. Localización de agencias Mibanco.....	59
Tabla 6. FODA	60
Tabla 7. Medidas de consistencia e interpretación de coeficientes.....	65
Tabla 8. Alfa de Cronbach variable: Calidad de atención	66
Tabla 9. Alfa de Cronbach variable: Exportación de servicios	67
Tabla 7. Resultados por indicadores - Medidas Implementadas.....	70
Tabla 8. Resultados por dimensiones - Medidas Implementadas.....	71
Tabla 9. Resultados generales - Medidas Implementadas	73
Tabla 10. Resultados por indicadores - Competitividad	74
Tabla 11. Resultados por indicadores - Competitividad	75
Tabla 12. Resultados generales - Competitividad.....	77
Tabla 16 Prueba de normalidad.....	78

Tabla 17 Correlación de hipótesis general.....	80
Tabla 18 Correlación de primera hipótesis específica.....	82
Tabla 19 Correlación de segunda hipótesis específica	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Las decisiones de administración financiera	27
Figura 2. Medidas implementadas por entidades financieras	30
Figura 3. Periodo de mora permitido Mibanco	32
Figura 4. Tipos de clientes afectados.....	32
Figura 5. Canales de atención	34
Figura 6. Evolución de cartera	51
Figura 7. Crédito por tipo de empresa.....	53
Figura 8. Crédito por sector.....	53
Figura 9. Tipo de crédito por familia.....	54
Figura 10. Valores organizacionales.....	55
Figura 11. Cartera de productos Mibanco.....	56
Figura 12. Organigrama de Mibanco.....	58
Figura 13. Género	68
Figura 14. Grupo etario	69
Figura 15. Resultados por dimensiones - Medidas Implementadas.....	72
Figura 15. Resultados generales - Medidas Implementadas	73

Figura 17. Resultados por dimensiones - Competitividad 76

Figura 16. Resultados generales - Competitividad..... 77

RESUMEN

La presente investigación tiene el objetivo de determinar la relación que existe entre las medidas implementadas por Mibanco y la competitividad de sus clientes en la región de Tacna, a raíz del Covid-19, año 2020.

Por ello la metodología se definió de tipo básica, de diseño no experimental de corte transversal, respetando un diseño correlacional, por su parte la población está compuesta por 13 974 clientes de Mibanco en la región de Tacna, con un porcentaje de error de 5% se determinó una muestra de 374 clientes.

De esta manera, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov para conocer la normalidad de los datos, obteniendo como resultado la no normalidad de datos, por ello se procedió a aplicar la prueba estadística Rho de Spearman, la cual con un nivel de confianza de 95% y significancia de (0,000) determino que las medidas implementadas por Mibanco se relacionan de manera positiva con la competitividad de sus clientes en la región de Tacna, a raíz del Covid-19, año 2020

Asimismo, se evidencia que, el coeficiente de correlación es de (0,729) siendo este indicador de una correlación positiva alta.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se alinea al método científico y respeta las normas de redacción APA en su sexta edición, a su vez está desarrollada bajo la estructura de investigación propuesta por la Escuela de Posgrado Neumann.

Capítulo I; denominado antecedentes de la investigación, se encuentra compuesto por el planteamiento del problema, la formulación de problemas, objetivos e hipótesis de investigación, de manera general y específica, a su vez se plantea la justificación de investigación de manera teórica, metodológica y práctica, finalizando el capítulo con la metodología, especificando tipo, diseño y nivel de investigación.

Capítulo II; titulado marco teórico, en el cual se plantean las bases teóricas que sostienen y viabilizan el desarrollo de la investigación, de igual manera se realiza un análisis comparativo y crítico.

Capítulo III; titulado marco referencial; compuesto por un análisis macroeconómico y microeconómico del sector, el cual contiene la evolución de crédito, crédito por tipo de empresa, créditos del sector y tipo de crédito por familia, se describe la cultura empresarial de la empresa, diagnóstico organizacional y se finaliza con un análisis crítico del capítulo.

Capítulo IV; titulado resultados; el capítulo presenta la metodología de investigación, así como determina la población y muestra de estudio, de igual

manera presenta los resultados de la encuesta y la comprobación de hipótesis general y específica.

Finalmente se plantea las conclusiones y recomendación de la investigación, las cuales se alinean con los objetivos propuestos.