



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES RUBRO CLÍNICAS
PARTICULARES EN LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO
2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

HILARY KHATIUSKA GUEVARA DURAND

ORCID:0000-0002-6324-7903

ASESORA

Dra. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

ORCID: 0000-0003-8970-5629

PIURA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Guevara Durand, Hilary Khatuska.

ORCID: 0000-0002-6324-7903

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado Piura, Perú.

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo.

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajaima, Maritza Zelideth.

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Victor Hugo Vilela Vargas

Presidente.

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro.

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima.

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño.

Asesora.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría y las
fuerzas necesarias para seguir creciendo
profesionalmente, también por haber
permitido concluir mis estudios con éxito.

A los propietarios y/o administradores de las
MYPES de la provincia de Talara por brindarme
parte de su tiempo valioso para la aplicación del
instrumento del presente trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mis más grandes amores en mi vida
mis padres y hermanos: Porque gracias
a su amor y apoyo incondicional, hoy
culmino satisfactoriamente con una meta,
que es el inicio de mi próximo objetivo.

Y principalmente a la memoria de mi Abuelo **Daniel
More Siancas**, que desde el cielo guía mi camino y
protege mis pasos.

RESUMEN

El presente trabajo de Tesis se basó en una investigación hecha a las Mypes del rubro Clínicas Particulares de la Provincia de Talara, en donde se detalla como objetivo general, Identificar las características principales del financiamiento y competitividad en las Mypes rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara, así como objetivos específicos (a) conocer las fuentes de financiamiento con la que trabajan las Mypes rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, (b) describir la aplicación del financiamiento en las Mypes rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, (c) identificar las estrategias competitivas por las Mypes rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, (d) conocer las ventajas competitivas en las Mypes rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara. Esta investigación utiliza una metodología de tipo cuantitativo, con un nivel de investigación descriptivo y de diseño no experimental, a lo cual se escogió una muestra de 4 administradores y/o propietarios de las MYPES para la Variable de Financiamiento y 92 pacientes de las MYPES en estudio para la Variable de Competitividad, donde se utilizó el instrumento de la encuesta, a las cuales se obtuvieron resultados relevantes como: 100% de los empresarios encuestados indicaron que trabajan con la fuentes de financiamiento externa específicamente con entidades financieras bancaria, las cuales le brindan beneficios en las tasas de interes con un 50%, el destino del financiamiento es 50% para la mejora de la calidad del servicio, 25% en infraestructura y el 25% en maquinaria e equipo. Para la variable de Competitividad las estrategias competitivas que aplican las clínicas particulares de Talara son liderazgo en costos con los precios ofrecidos que el 46% indico que tiene sus diferencias pero están accesibles al mercado, diferenciación en base a los servicios ofrecidos con el 36% del staff médico, el enfoque en base a la ubicación geográfica, y finalmente como ventajas competitivas el 17% indica que la distribución de las instalaciones aún necesita cambios, el 54% afirma que la ubicación geográfica es adecuada.

Palabras Clave: MYPE, Financiamiento y Competitividad.

ABSTRACT

The present work of Thesis was based on an investigation made to the Mypes of the heading Private Clinics of the Province of Talara, where it is detailed as a general objective, Identify the main characteristics of the financing and competitiveness in the Mypes Private Clinics of the province of Talara, as well as specific objectives (a) to know the sources of financing with which Mypes work Private Clinics in the province of Talara, (b) describe the application of financing in the Mypes Private Clinics in the province of Talara, (c) identify competitive strategies by the Mypes Private Clinics in the province of Talara, (d) know the competitive advantages in the Mypes heading Private Clinics in the province of Talara. This research uses a methodology of quantitative type, with a level of descriptive research and non-experimental design, to which a sample of 4 administrators and / or owners of the MYPES for the Financing Variable and 92 patients of the MYPES in study for the Competitiveness Variable, where the survey instrument was used, to which relevant results were obtained such as: 100% of the entrepreneurs surveyed indicated that they work with the external financing sources specifically with banking financial entities, which provide them benefits in interest rates with 50%, the destination of the financing is 50% for the improvement of service quality, 25% in infrastructure and 25% in machinery and equipment. For the Competitiveness variable, the competitive strategies that Talara's private clinics apply are cost leadership with the offered prices. 46% indicated that they have their differences but are accessible to the market, differentiation based on the services offered with 36% of the medical staff, the approach based on geographical location, and finally as competitive advantages 17% indicates that the distribution of the facilities still needs changes, 54% affirm that the geographical location is adequate.

Keywords: MSE, Financing and Competitiveness.

CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE GRÁFICOS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.1.1 Variable de Financiamiento.....	7
2.1.2 Variable Competitividad.....	14
2.2 Bases Teóricas.....	22
2.2.1 Financiamiento.....	22
2.2.2 Competitividad.....	35
III. HIPOTESIS.....	45
IV. METODOLOGIA.....	46
4.1 Diseño de la Investigación.....	46
4.2 Población y Muestra.....	47
4.2.1 Criterio de Inclusión.....	51
4.2.2 Criterio de Exclusión.....	51
4.3. Definición y Operacionalización de las Variables.....	52
4.4 Técnicas e Instrumentos.....	54
4.5 Plan de Análisis.....	56
4.6 Matriz de Consistencia.....	57
4.7 Principios Éticos.....	59
V. RESULTADOS.....	60
5.1 Resultados de la encuesta.....	60
5.1.1 Resultados Variable Financiamiento.....	60

5.1.1.1	Dimensión Fuentes de Financiamiento	60
5.1.1.2	Dimensión Aplicación del Financiamiento	74
5.2	Análisis de Resultados	89
5.2.1	Análisis de Variable Financiamiento	89
5.2.1.1	Dimensión Fuentes de Financiamiento	89
5.2.1.2	Dimensión Aplicación del Financiamiento	98
5.2.2	Análisis de Resultados Variable Competitividad	101
5.2.2.1	Estrategias Competitivas	101
5.2.2.2	Ventajas Competitivas	106
VI.	CONCLUSIONES	111
	ANEXOS.....	116

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Aportaciones de Socios en el capital inicial	60
Tabla N° 2 Repartición de utilidades entre los Socios	61
Tabla N° 3 Capitalización de las utilidades obtenidas	62
Tabla N° 4 Financiamiento con la venta de activos.....	63
Tabla N° 5 Créditos otorgados por entidades financieras	64
Tabla N° 6 Entidades Financieras para la obtención del capital.....	65
Tabla N° 7 Accesibilidad para la obtención de un préstamo.....	66
Tabla N° 8. Duración del Financiamiento.....	67
Tabla N° 9 Lineas de Crédito	68
Tabla N° 10 Financiamiento Hipotecario.....	69
Tabla N° 11: Arrendamiento financiero.....	70
Tabla N° 12: Beneficios de las entidades financieras.....	71
Tabla N° 13: Aspectos para la elección de la MYPE.....	72
Tabla N° 14 Requisito limitante para acceder al Financiamiento.....	73
Tabla N° 15 Destino o uso final del capital obtenido.	74
Tabla N° 16. Monto inicial de inversión	75
Tabla N° 17 Priorización de la Inversión	76
Tabla N° 18 Frecuencia de solicitud del Financiamiento.....	77
Tabla N° 19 Satisfacción con el monto financiado.	78
Tabla N° 20 Precios ofrecidos por las Clínicas Particulares.....	79
Tabla N° 21 Motivos de fidelización con las Clínicas Particulares.....	80
Tabla N° 22 Calificación de los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares.	81
Tabla N° 23 Tipo segmento socioeconómico cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares.	82
Tabla N° 24 Aspecto de elección de la MYPE.....	82
Tabla N° 25 Distribución de las Instalaciones de las MYPES en estudio.....	84
Tabla N° 26: Servicios que ofrecen.....	85

Tabla N° 27: Ubicación geográfica	86
Tabla N° 28 Aspectos en los que se marca la diferencia entre las MYPES en estudio	87
Tabla N° 29 Mejor MYPE dedicada al rubro DE Clínicas Particulares.....	88

INDICE DE GRÁFICOS.

Figura 1: Gráfico circular que representa el capital inicial mediante aportaciones de los socios de las MYPES en estudio.....	60
Figura 2: Gráfico circular que representa repartición de las utilidades entre los socios de las MYPES en estudio.....	61
Figura 3: Gráfico circular que representa capitalización de las utilidades obtenidas de las MYPES en estudio.....	62
Figura 4: Gráfico circular que representa ventas de activos de las MYPES en estudio	63
Figura 5: Gráfico circular que representa si las MYPES en estudio trabajan con entidades financieras.....	64
Figura 6: Gráfico circular que representa a las entidades financieras con la que trabaja las MYPES en estudio.....	65
Figura 7: Gráfico circular que representa a la accesibilidad de las MYPES para la obtención de un préstamo	66
Figura 8: Gráfico circular que representa el tiempo de duración del financiamiento	67
Figura 9: Gráfico circular que representa las líneas de crédito que puede tener la MYPES en estudio	68
Figura 10: Gráfico circular que representa el financiamiento hipotecario que puede tener la MYPES en estudio	69
Figura 11: Gráfico circular que representa el arrendamiento financiero que puede tener la MYPES en estudio	70
Figura 12: Gráfico circular que representa los beneficios que brindan las entidades financieras para las MYPES en estudio.....	71
Figura 13: Gráfico circular que representa los aspectos primordiales para la elección de la entidad financiera, por parte de las MYPES en estudio.....	72
Figura 14: Gráfico circular que representa el requisito limitante para la obtención del financiamiento, para las MYPES en estudio.....	73
Figura 15: Gráfico circular que representa en porcentajes el destino o uso final del financiamiento, por parte de las MYPES en estudio	74
Figura 16: Gráfico circular que representa el monto inicial de inversión con el que se da paso a la formación de las MYPES	75

Figura 17: Gráfico circular que representa la priorización de la inversión de las MYPES en estudio	76
Figura 18: Gráfico circular que representa la frecuencia de solicitud del Financiamiento por parte de las MYPES en estudio	77
Figura 19: Gráfico circular que representa el grado de satisfacción con el monto obtenido con el financiamiento por parte de los encargados de las MYPES en estudio	78
Figura 20: Gráfico circular que los precios ofrecidos por las MYPES en estudio.	79
Figura 21: Gráfico circular que representa los motivos por el que se fideliza un cliente con las MYPES en estudio.....	80
Figura 22: Gráfico circular que representa la calificación según la perspectiva de los clientes en base a los servicios ofrecidos por MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	81
Figura 23: Gráfico circular que representa los segmentos socioeconómicos está dirigida las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	82
Figura 24: Gráfico circular que representa los aspectos por los que los clientes eligen las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	83
Figura 25: Gráfico circular que representa la forma en que el cliente califica la distribución de las instalaciones de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	84
Figura 26: Gráfico circular que representa los servicios que ofrecen las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.....	85
Figura 27: Gráfico circular que representa la ubicación geográfica de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	86
Figura 28: Gráfico circular que representa aspectos diferenciantes entre las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	87
Figura 29: Gráfico circular que representa la mejor MYPE dedicadas al rubro de Clínicas Particulares	88

I. INTRODUCCIÓN

Escuchar hablar hoy en día sobre el rol importante y sus aportes que tienen las Micro y pequeñas empresas en Perú es sin duda de gran relevancia, debido a que no solo se han convertido en fuentes generadoras de empleo, sino que son una fuerza que impulsa y reactiva el crecimiento económico del país, datos que confirma la Sociedad de Comercio Exterior del Perú - Comex (Luna, 2016) donde indica que las Mypes representan el 94% del total de negocios, contribuyen con un 21.6% del PBI, estos 5.3 millones de negocios generan empleo para 7.7 millones de trabajadores peruanos que significa el 45% de la población, y esto es posible debido a que las MYPES enfocan sus actividades en un sector específico, basándose en una necesidad existente, donde brindan servicios de calidad y están a la vanguardia de los avances tecnológicos, claro ejemplo de ello son las Clínicas Particulares, quienes surgen como un medio de solución a la problemática que afrontaba el Perú en los años 1997, cuando el ex Presidente Alberto Fujimori decide promulgar la Ley de Modernización de Seguridad Social (MINSa, 2016), debido a que existía una gran demanda en las atenciones médicas del seguro social hoy conocido como EsSalud.

Pero actualmente el sector salud aún es un tema de preocupación, debido a que el Estado cada año aumenta los porcentajes de inversión en mejoras de este Sistema, información que expone diario la República donde muestra que en el año 2018 se dio un presupuesto de S/. 16 mil millones, sin embargo, se estima para este año 2019 un monto de S/ 18 mil millones, lo cual refleja una diferencia del 13,7%, pero al parecer este recurso no está teniendo su uso correcto (Lozano, 2018), debido a que no se evidencia mejoras, por el contrario, se refleja mayores deficiencias en la

prestación de los servicios, perjudicando únicamente al paciente, quienes día a día incrementan siendo en cifras numéricas generales en todo el Perú, 32,922.119 habitantes.

La Región Piura, es una de las ciudades que encabeza la lista con mayor afluencia de problemas en el sector salud, debido a que en el periodo de lluvias esta región fue una de las más afectadas, motivo por el cual aún le cuesta reponerse por la gran magnitud de los daños ocasionados, sin embargo hay que reconocer que mucho antes de que pasara este suceso climatológico, ya se encontraban las entidades del sector salud del estado en un completo abandono, ahora ante esta problemática se le atribuyen irregularidades como la falta de ambientes para brindar las atenciones, la deserción de los médicos en laborar en entidades que pertenezcan al estado, debido a los constantes inconveniente en sus pagos y por último la carencia de medicamentos en las farmacias.

Ante esta situación del sector Salud, incitan a la población en adquirir seguros de Salud de manera privada, hechos que se demuestran en la provincia de Talara, como se sabe esta es una ciudad llena de riquezas, empezando por su historia que relata los primeros hallazgos de afloramiento de petróleo y gas en sus suelos, seguido a ello esta su actividad pesquera que sin duda genera una gastronomía de excelencia y no menos importante se tiene sus playas, que por sus temperaturas cálidas son las más concurridas por los turistas.

Sin embargo en la ciudad del oro negro, nombre por el cual también se le conoce a Talara, se refleja un panorama desalentador en las atenciones de salud brindadas por el Estado, dado que la provincia solo cuenta con un centro, el cual es el Hospital II de Talara, este centro aqueja demasiadas deficiencias, ya sea en su infraestructura por los años transcurridos, la sobrepoblación exigiendo una atención donde los sistemas son lentos y casi obsoletos, carencia de tecnología en los equipos usados para brindar la atención y por último y el más importante el abusivo maltrato que se le brinda al paciente en la atención, desde que va a sacar una consulta las colas son inmensas y no se respeta la atención preferencial en caso amerite, hasta la forma de atender en los consultorios de parte de los doctores y enfermeras.

Mercado que está siendo muy bien utilizado por el micro y pequeño empresario talareño, que ha sabido valerse de esta necesidad para instalar las famosas Clínicas Particulares, las cuales se definen (Kennedy, 2018) como aquel establecimiento dedicado a prestar servicios por personal especializado en atenciones ambulatorias, tratamientos y hospitalizaciones, estas entidades le ofrecen a la población dos formas de adquirir el servicio, ya sea por medio de afiliación con empresas aseguradoras que es la más usada en Talara por la afluencia de empresas Petroleras que ejecutan sus actividades, y también por medio del pago directo de un monto que establece la Clínica dependiendo de la especialidad y el servicio que se demande de factores importantes para asegurar su desarrollo y permanencia en el mercado, dentro de los que más desataca es el financiamiento, aquella forma de obtención del capital, la cual puede ser de diferentes maneras ya sea por entidades financieras, ahorros personales o por empresas de capital de inversión, pero esto

genera algunos inconvenientes para los empresarios debido a ciertos obstáculos que se le presentan tales como la demasiada solicitud de documentos, los altos costos de crédito, la petición excesiva de garantías y los plazos cortos de pago.

Por otro lado se tiene la Competitividad que poco a poco ha ido alcanzando los más altos niveles de importancia, dado a que con los grandes avances tecnológicos permite que las MYPES mejoren en diversos aspectos como son la atención en base al personal altamente capacitado, el servicio ofrecido haciendo referencia a la adquisición de equipos como también a las mejoras en la infraestructura, situaciones que por parte del cliente lo incitan a hacer una comparación entre entidades, buscando obtener su más alto grado de satisfacción, mientras tanto para el empresario se ve obligado a estar en búsqueda de nuevas mejoras para su entidad ya que de ello depende el crecimiento y rentabilidad de su negocio, generando que se cree de manera directa y constante un reto entre empresarios por alcanzar superar las expectativas de sus clientes.

Centrándonos en las MYPES de la provincia de Talara rubro Clínicas Particulares se puede mencionar que estas representan una forma de solución rápida a la problemática que suscita en la provincia, debido a que el grado de exigencia de la población en la prestación de un servicio de Salud es mucho más elevada, ya que por ser una zona petrolera alberga mayor cantidad de habitantes con necesidades que requieren un servicio de calidad y eficiente, razones por las cuales esta investigación se titula como “Caracterización del Financiamiento y Competitividad en las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019”, asimismo plantea

como pregunta general: ¿Cuáles son las principales características de financiamiento y competitividad que se desarrollan en las MYPES rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara, año 2019?

Siendo el objetivo general de la Investigación: Identificar las características del financiamiento y competitividad de las MYPES rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara, año 2019 y como objetivos específicos: (a) conocer las fuentes del financiamiento de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019; (b) describir la aplicación del financiamiento con el que trabajan las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019; (c) identificar las estrategias competitivas de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019; (d) conocer las ventajas Competitivas de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019.

Por otro lado, esta investigación se justifica de manera práctica ya que se basa fundamentalmente en la necesidad de conocer las características que tiene el financiamiento y la competitividad en las MYPES, de tal manera, que se desea contribuir con los nuevos administradores de las microempresas del país, en el acceso de información sobre la obtención del capital, de qué forma se puede hacer un mejor uso, así como las estrategias competitivas que podrían aplicar en sus negocios. Teniendo en cuenta lo antes mencionado se podrán beneficiar las MYPES dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara.

Asimismo, de manera metodológica ya que en la investigación se emplearán instrumentos y técnicas de investigación como entrevistas y encuestas, correspondientes a los microempresarios de las MYPES de acuerdo a la localidad, a la vez que esta información será validada y procesada estadísticamente. Cabe resaltar que la información obtenida será utilizada de manera óptima buscando el beneficio y satisfacción de los clientes como también el de los microempresarios.

Asimismo, esta investigación se rigue bajo las reglas del Reglamento de Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales que establece la SUNEDO en el Artículo 45° de la Ley 32220.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Variable de Financiamiento.

Andrade (2016), en su tesis titulada “Diseño del Plan para mejorar la Gestión Financiera de la Clínica Americana de Quito”, de la Universidad Central de Ecuador, investigación que hace uso de una metodología diferente por cada capítulo, de tal manera que para el capítulo de Contenido del Plan usa una metodología Analítico Sintético, para el capítulo Diagnostico Situacional usa una metodología Histórico Lógico, para el capítulo Propuesta del Plan Financiero usa una metodología Inductivo Deductivo y finalmente para el capítulo Análisis de Sensibilidad y aplicación de criterios de evaluación usa una metodología de Medición.

Para lo cual el autor arriba a las conclusiones de acuerdo al análisis realizado a la Clínica Americana de Quito, se evidencia un problema en el control de inventarios del departamento de farmacia y el control de los activos fijos, ya que generan retraso en los cobros a las empresas que mantienen convenios con la institución, asimismo esta clínica no posee un endeudamiento bancario; las deudas son con terceras personas, que tienen que ver únicamente con los proveedores y personal médico que atienden regularmente en la clínica, significando ser un aspecto muy saludable para la estructura financiera de la institución; es decir los índices de apalancamiento con terceras personas indican que hay solvencia y auto sostenimiento.

También presentan un desarrollo estructural no tan acelerado, ya sus flujos de efectivo no son tan bajos como la utilidad, porque las depreciaciones han ido aumentando por la compra de diversos equipos médicos, y al no representar desembolsos de dinero, estos flujos sirven para nuevas adquisiciones, que, sin duda, ayudan al crecimiento de los resultados de la institución. Asimismo, la creación del departamento de marketing y ventas, y las estrategias concebidas, la implementación de publicidad y desarrollo de campañas médicas, permiten mantener a los clientes existentes y captar nuevos usuarios, lo que maximiza los resultados y tiene un crecimiento progresivo y un poco más rápido.

Martínez (2016), en su investigación denominada “Diseño de un Plan Estratégico para el Saneamiento Financiero de la Clínica de Medicina especializada La Samaritana SAS de la ciudad de Sincelejo”, de la Universidad de Cartagena, tesis que hace uso de una metodología de tipo descriptivo buscando conocer la situación actual de la Clínica Samaritana. Esta investigación concluye su análisis en que la clínica cuenta con óptimos márgenes de utilidad operativa, sin embargo, los compromisos en el pago de intereses con terceros hacen que esta utilidad se disminuya considerablemente; y por tanto con baja liquidez para atender sus operaciones diarias. Asimismo, posee una clara estrategia de publicidad y promoción de los servicios que presta la empresa que le permiten la consecución de nuevos contratos y dentro de sus lineamientos estratégicos no se manifiesta el objetivo básico financiero de la empresa y por tanto es ajeno a sus colaboradores.

Por otro lado, la empresa no cuenta con un sistema de control de costos y gastos que le permita evidenciar el adecuado uso de los recursos hospitalarios, financieros y físicos por parte del personal médico, asistencial, administrativo y operativo y finalmente la clínica ha presentado dificultades en el manejo de los inventarios, razón por la que ha tenido que dar de baja a medicamentos, insumos y suministros debido a vencimiento debido a su baja rotación.

Aguilar (2017), en su tesis denominada “Análisis de Sostenibilidad Financiera del Hospital Teófilo Dávila de ciudad de Machala”, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador), investigación que hace uso de una metodología de tipo cuantitativa, investigación que concluye en que el hospital cuenta con las condiciones del entorno para su desarrollo, tanto por su infraestructura, aunque debe reordenar su presupuesto, ya que este está orientado a sueldos y salarios y bienes de consumo, la presencia de gerentes hospitalarios puede ser una fortaleza para que estos realicen indicadores financieros muy cercanos a los que tienen los hospitales y clínicas privadas, además de proponer estrategias que aumenten recursos, aprovechando cambios en el sistema de seguridad privada una buena oportunidad externa, por otro lado la atención está por debajo de lo que se esperaría (16 pacientes diariamente atendidos) y se puede observar que los médicos especialistas pueden estar por debajo de 4 pacientes diarios, con lo que se configura subocupación de la fuerza médica del hospital, asimismo hay una limitada inversión en los últimos ocho años, la cual llega al 10.44 por ciento en promedio, considerando que este tipo de hospitales por su tamaño demanda constantes inversiones en equipos e instalaciones.

Por consiguiente, el hospital, puede auto sostenerse mediante la venta de servicios médicos a terceros, dejando de lado la dependencia del gobierno central, con lo que podría mejorar su cobertura y el aprovechamiento de los salarios que se pagan a los especialistas que actualmente pertenecen al hospital.

Herrera (2017), en su investigación titulada “Financiamiento a corto plazo y su relación con la rentabilidad en las Clínicas de medicina ocupacional del distrito de Surquillo” de la Universidad Cesar Vallejo (Lima), tesis que hace uso de una metodología de tipo descriptivo con diseño transversal - no experimental, a lo que el autor concluye este análisis en que los empresarios y trabajadores de las clínicas de medicina ocupacional del distrito de Surquillo, están dispuestos a tener acceso a un financiamiento a corto plazo porque esto les permitiría mejorar la rentabilidad de manera considerable, asimismo el financiamiento a corto plazo guarda relación con la inversión, ya que la empresa necesita aumentar las ganancias y no cuenta con el soporte, debe de tomar la decisión de acceder a una de las opciones de financiamiento a corto plazo para obtener el sustento necesario de manera rápida y poder pagarlo a corto plazo para no generar mayores gastos.

Por otro lado, el autor indica que es necesario que los empresarios conozcan cuales son los recursos financieros con lo que pueden contar para que puedan asumir las obligaciones financieras a corto plazo para lograr que la empresa siga siendo rentable y no perjudicarla.

Arestegui (2018), en su tesis denominada “Estudio de Pre Factibilidad para la creación de una Clínica especializada en tratamientos oftalmológicos en Lima Metropolitana”, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima), investigación que aplica una metodología de tipo analítico, para lo cual el autor arriba a la conclusión de su estudio tanto económico y financiero que la inversión total del proyecto equivalente a S/.6,165,339, en donde el financiamiento seleccionado es el BBVA Continental con una tasa de interés del 10.35% (TCEA de 11.80%), cuyo financiamiento será de S/. 2,355,153 equivalente al 70% del valor del inmueble y 103 representando el 38% de la inversión total. Por otro lado, este proyecto para el autor es económicamente y financieramente viable ya que contara con un VANE de S/ 3,543,484 y un VANF de S/. 3,882,89 mayores a cero, siendo las tasas de retorno TIRE de 29.26% y TIRF de 39.09% mayores al COK de 12.30%, y el ratio beneficio/costo del proyecto de 1.22 siendo la recuperación de la inversión en el cuarto año de operación. Asimismo, contará con una ubicación estratégica, el cual tendrá una edificación de 2 pisos para las áreas de consultas y sala de eventos en el primer piso, mientras que el área de cirugía y zona administrativa en el segundo piso.

Arazabal (2018), investigación titulada “Caracterización del Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas odontológicas del distrito de Huaraz”, de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote (Huaraz), estudio que hace uso de una metodología de tipo cuantitativo y de diseño descriptivo no experimental, a lo que el autor concluye en su análisis que su financiamiento fue con instituciones financieras, en un tiempo de dos años y a la entidad que más solicitan los préstamos son los bancos.

El destino del préstamo adquirido por las clínicas odontológicas fue a los activos fijos en un 67% y la cantidad del monto de crédito que solicitaron oscilan entre 10,000 y 20,000 soles. Finalmente, el motivo por el que las MYPES no utilizarían un préstamo proveniente de una institución financiera fueron las altas tasas de interés.

Olivares (2017), en su tesis denominada “Factores que limitan el desarrollo financiero de las Mypes en el distrito de Catacaos Piura – 2017”, de la Universidad Cesar Vallejo (Piura), estudio que hace uso de una metodología de tipo cuantitativo con diseño descriptivo. A lo cual el autor arriba a la conclusión que existen 3 factores que limitan al financiamiento a los microempresarios, siendo el primero los factores sociales tales como la informalidad, tasa de mortalidad y la falta de autenticidad, que hacen que las entidades financieras desconfíen en los empresarios y esto se debe a la falta de las buenas decisiones, a pesar de que llevan años posicionados en el mercado, por otro lado están los factores económicos como la estructura de capital, el sobreendeudamiento y la falta de garantías, que delimita a que las entidades financieras apuesten por las MYPES, debido a que no tienen capacidad de pago y desconocen de temas financieras. Y finalmente se encuentran los factores institucionales ya sea la tasa de interés es elevada, llegando así a un 40% de tasa de interés, trayendo consigo que estas no puedan pagarlo, además de la serie de requisitos que piden dichas entidades, determinando además que no se cuenta con apoyo de estado además de dichas entidades financieras que no apoyan a estas MYPES.

Viera (2016), tesis denominada “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del Sector rubro Clínicas Particulares del Distrito de Sullana”, de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote (Sullana), la cual desarrollo una metodología de tipo descriptiva con un nivel de estudio cuantitativo y un diseño no experimental, en su conclusión el autor explica que las fuentes de financiamiento de las MYPES en Sullana se dan con un 75% mediante financiamiento propio, mientras que el 25% es por financiamiento con terceros en el cual el 50% de estos acuden a instituciones financieras como los bancos, el 63% de la banca privada le brinda mejores tasas de interés.

Asimismo, estas MYPES invierten su financiamiento en capital fijo y capital de trabajo por lo que se ha demostrado que para adquirir financiamiento reciben asesoramiento en un 63% por parte de algunas entidades financieras.

Vega (2015), en su investigación titulada “Análisis del Financiamiento para las PYMES en la región Piura”, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Piura), el cuál usa una metodología de tipo descriptivo. Asimismo, el autor arriba a las conclusiones de que las Mypes constituyen un elemento clave para el desarrollo económico del país, sin embargo, no han superado los problemas que existen con el sistema financiero, por otro lado, que en la región Piura participan instituciones bancarias generando un sector dinámico y competitivo, generando beneficios a los usuarios tanto en tasas de interés, los montos de ofrecimiento se adecuan a las necesidades los empresarios. Sin embargo, las cajas municipales y las Microfinancieras han superado a las entidades bancarias dado a que estas han aprendido a convivir con informalidad provocando que aumente sus clientes,

desplazando de esta manera a las entidades bancarias, de la misma manera se tienen los sueldos percibidos por los empresarios que son bajos dado a que su productividad es baja impidiendo que se tenga una competencia, por la falta de tecnología moderna y otros relacionados a su escasa calificación.

2.1.2 Variable Competitividad.

Velásquez (2015) en su tesis denominada “Servicio al cliente para lograr competitividad en las Clínicas de Odontologías de la ciudad de Quito”, de la Universidad Rafael Landívar de Quito (Ecuador), para lo cual hace uso de una metodología de diseño descriptivo, a lo que el autor llega a la conclusión de que el servicio al cliente puede utilizarse como estrategia para hacer más competitivas a las clínicas de odontología porque aumenta la calidad del servicio, aumenta la demanda y genera lealtad en los clientes. Asimismo, un poco más de la mitad de los sujetos sí tiene conocimiento de las estrategias competitivas, pero son pocos quienes indicaron aplicar alguna de ellas, indicando como estrategias, que utilizan servicio de alta calidad, promociones, publicidad y estudios de mercado. Cabe destacar que, de todas ellas, la única que es considerada una estrategia competitiva es el servicio de alta calidad, conocido como diferenciación. Por consiguiente, las clínicas odontológicas en su mayoría tienen un sistema de recepción y control de quejas de los clientes, de forma personalizada y directa, con libros de quejas y encuestas. Los sujetos indicaron en su mayoría si le dan soluciones, generalmente, a través de llegando a la causa y evitando que se vuelvan a repetir.

Colina (2015) en su investigación titulada “Diseño de una Estrategia de Ventaja Competitiva - Caso: Centro de Especialidades Médicas Mesías”, de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Quito (Ecuador), este estudio hace uso de una metodología de tipo de investigación, asimismo la autora arriba a la conclusión de su investigación que el Centro de Especialidades Médicas Mesías posee muchas virtudes que le ha hecho perdurar en el tiempo, sin embargo posee varias falencias a la hora de hacer frente a las amenazas externas, siendo estas la que le han perjudicado para ser una empresa exitosa y competitiva, por ello deben tomar muy en cuenta el entorno actual que afectan a sus actividades; como por ejemplo el Ministerio de Salud Pública, este entrega sus servicios sin costo alguno, al financiar los gastos por medicamentos, insumos, etc; puesto que existe una nueva ley de maternidad gratuita y atención a la infancia (menores de 5 años) en todas las unidades de salud del país de Ecuador, establecido en la nueva constitución, por consiguiente la autora indica que el centro médico debe tomar muy en cuenta que cada vez hay más hospitales, clínicas y centros de salud que adquieren tecnología de punta para mejorar todos sus procesos, por lo que no deben descuidar en la adquisición de nuevos equipos y sistemas para la entrega de un buen servicio.

Andrade (2015) en su tesis denominada “Formular un modelo para estrategias competitivas de publicidad que construyan a incrementar el volumen de las ventas de la Clínica de especialidades médicas Salcedo”, de la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador), investigación que desarrolla una metodología de tipo exploratoria–descriptiva, a lo que el autor arriba a las conclusiones que la Clínica de Especialidades Médicas Salcedo, al no aplicar estrategias competitivas de publicidad que influyan en

el incremento de ventas, ocasiona que no tenga gran participación en el mercado que es alta mente competitivo y a su vez no genere rentabilidad, por otro lado constata que los clientes que acuden a la Clínica, concuerdan que es por Precio módico y la Atención que brindan a las personas de parte quienes forman parte esta distinguida empresa, asimismo los clientes consideran que la Atención en el servicio y el precio influye de manera positiva , dejando de lado otros aspectos como la Infraestructura, lo cual motiva a las personas al momento de adquirir el servicio y finalmente precisa el autor que la Clínica maneja precios competitivos en el mercado en el cual se logra fidelidad de sus clientes actuales y potenciales lo cual permite incrementar las ventas y por ende generar utilidad.

Dávila (2017) en su investigación denominada “Gestión Empresarial y la Competitividad de las Clínicas en la ciudad de Cajamarca”, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo (Cajamarca), donde la autora hace uso de una metodología de tipo de investigación básica y de nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental, esta investigación concluye en que los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los colaboradores de las clínicas de la ciudad de Cajamarca, muestran que los procesos de organización, dirección y control, perciben que están desarrollados en un 75%, calificándose como bueno; pero en el proceso de planeación, perciben un avance del 65% calificándose como regular. Por otro lado, en lo relacionado a los elementos de la gestión empresarial, muestran que los procesos de organización, dirección y control, están desarrollados en un 75%, calificándose como bueno; pero en el proceso de planeación, un avance del 65% calificándose como regular. Asimismo, el autor recomienda mejorar sus servicios implementando

estrategias diferenciadoras de su competencia, proponiendo planes de marketing atractivos a los clientes, donde se ofrezca servicios especializados, respaldados por profesionales calificados, por consiguiente para mejorar sus procesos de organización, dirección y control, más aun trabajar su proceso de planeación , ya que tiene una percepción de regular en sus colaboradores, implementando planes estratégicos a mediano y largo plazo, que incluyan metas y objetivos relacionados con mejorar el nivel y capacidad de sus colaboradores, de modo que estos se sientan comprometidos con los objetivos organizacionales estrategias diferenciadoras de su competencia, proponiendo planes de marketing atractivos a los clientes, donde se ofrezca servicios especializados, respaldados por profesionales calificados, por consiguiente para mejorar sus procesos de organización, dirección y control, más aun trabajar su proceso de planeación , ya que tiene una percepción de regular en sus colaboradores, implementando planes estratégicos a mediano y largo plazo, que incluyan metas y objetivos relacionados con mejorar el nivel y capacidad de sus colaboradores, de modo que estos se sientan comprometidos con los objetivos organizacionales.

Salazar (2017), en su tesis titulada “Influencia de Gestión de la calidad Total en la Competitividad de la Clínica Ana Stahl en distrito de Iquitos”, de la Universidad Cesar Vallejo (Lima), autora desarrolla una metodología de nivel descriptivo con un diseño de No experimental de corte transversal, a lo que la autora concluye su investigación detallando que existe influencia significativa de la gestión de calidad total en las ventajas competitivas de la clínica Ana Stahl, teniendo en cuenta que la clínica posee una moderna infraestructura y además cuenta con la acreditación de la DIGESA en el área de salud ocupacional. Asimismo, la gestión de calidad es una

herramienta que permite a la organización a desarrollarse en un ambiente competitivo. Para lo cual recomienda que para mejorar y explotar las ventajas competitivas que posee la organización se debe implementar las áreas de atención a los pacientes con tecnología e infraestructura moderna, además de contar con personal capacitado, eficiente y eficaz, contar con médicos especializados para poder brindar una buena atención y de calidad, también se recomienda explotar la acreditación otorgada por la DIGESA con la que cuenta el área de salud ocupacional, utilizando medios publicitarios que ayuden a difundir que la Clínica Ana Stahl cuenta con dicha acreditación y con ello poder aumentar la preferencia de los clientes o pacientes, para finalmente obtener un público fidelizado, aumentando la competitividad de la organización.

Soto (2016), en su investigación denominada “Caracterización de la Capacitación y la Competitividad del micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínico dental en la provincia de Leoncio Prado”, de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote (Tingo María), en esta investigación se hace uso de una metodología de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo, la autora llega a las conclusiones en que el 75 % del microempresario del sector odontológico cree que es importante la competitividad, por estas razones es importante brindar un bien servicio en relación al precio y calidad; es decir la satisfacción del cliente en su máxima expresión, asimismo la competitividad como efecto de la globalización, exige a los propietarios como sus trabajadores, en capacitarse, como repuestas en mejorar los servicios de calidad. Para lo cual el 41.6% del personal, ah recibió algún tipo de capacitación y el 25% de ellos en promedio fue de tres cursos anuales. El 50% lo

realizó en gestión empresarial. Estos microempresarios se capacitan por lo que se interesan en posicionarse en el mercado en los servicios odontológicos, y finalmente el 75% de los propietarios odontólogos de las clínicas dentales son del género masculino, el 50% sus edades fluctúan entre 36 y 50 años y la madurez de la edad de los microempresarios en los negocios de las MYPES del rubro clínicas dentales se manifiesta como en cualquier negocio.

Sánchez (2015), en su investigación titulada “Estrategias Competitivas en el mercado Farmacéutico Peruano caso: Empresa Alfa” de la Pontificia Universidad del Perú (Piura), este estudio hace uso de una metodología de tipo descriptivo analítico, a lo que el autor llega a las conclusiones de que el sector farmacéutico por producir y comercializar productos especializados es un mercado altamente competitivo, donde la variable precio es importante. Pero esta no es la única forma para competir en él. Si Alfa decidiera competir solo dando descuentos o precios especiales iría al fracaso por las características que ella tiene y por lo que se llama economía de recursos, asimismo este estudio crea una ventaja competitiva como un sistema integrado, que resulte difícil de imitar, pues se ven las partes, pero no se puede descifrar el todo. El secreto está en saber combinar las fortalezas con las oportunidades, conocer a la competencia, y sobre todo descubrir que es lo que hace mejor que los competidores y aprovecharlo concentrándonos en su utilización, con esto estaremos en condiciones de superar a cualquiera con nuestros productos o servicios, pues estaremos en capacidad constante enriquecida para idear y construir posiciones innovadoras exitosas.

Reyes (2017), en su tesis titulada “Ventaja Competitiva desde un enfoque de Dirección Estratégica y la gestión administrativa en el Hospital regional Eleazar Guzmán Barrón de Nuevo Chimbote”, de la Universidad Cesar Vallejo (Piura), el autor hace uso de una metodología de diseño descriptivo no experimental, asimismo arriba a las conclusiones en base a la ventaja competitiva, el nivel de Liderazgo en costos considerada por el personal administrativo es de 70.2% un nivel medio, seguido el 15.4% considerando un nivel bueno y un 14.4% que considera mala, respecto a aspecto de Diferenciación se aprecia que el nivel de Diferenciación considerada por el profesional administrativa es de 65.4% en un nivel medio, seguido el 27.9% considerando un nivel bueno y un 6.7% es un nivel bajo, asimismo el autor determina el nivel de Ventaja Competitiva considerado por el personal Administrativo de la Institución donde se obtiene que el 78.8 % que es un nivel medio, seguido de un 17.3% que considera que es buena, mientras que el 3.8% considera que es un nivel bajo de ventaja competitiva. Por otro lado, recomienda al Director de la Institución que pueda implantar mecanismos de calidad, para entregar un servicio con mayor calidad en relación al de los otros sectores públicos y así obtener las facilidades para que nuevos equipos de salud ingresen al Hospital y de esta forma se pueda dar una mejor atención a los pacientes, con el fin de poder ser diferentes ante la competencia y obtener el mejor prestigio entre las entidades públicas de salud.

Castro (2016), en su investigación denominada “Plan de Negocios de la Nueva Clínica ambulatoria Carita Feliz “, de la Universidad Nacional de Piura, a lo cual el autor hace uso de una metodología de diseño descriptivo – cuantitativa y arriba a las conclusiones que la empresa Carita Feliz S.R.L se dedica a los servicios de salud

en atención pediátrica, tiene 15 años funcionando en el departamento de Piura y va a ejecutar una estrategia de diversificación con la implementación de una nueva clínica. No existe un modelo de salud establecido en el país. El sector de salud pública se encuentra desarticulado y la administración está centralizada en Lima, lo cual permite que la demanda insatisfecha, de ciertos sectores socioeconómicos, pueda ser atendida por el sector privado de salud, la nueva clínica ambulatoria debe contar con un sistema informático que permita facilitar el seguimiento personalizado e individual de cada uno de los pacientes en todos los procesos de atención, ya que es de vital importancia que la atención integral de una gestante involucre no sólo al establecimiento que da el servicio sino a una red de establecimientos fortaleciendo los sistemas de referencia y contra referencia en caso de ser necesario. Todo ello con el respaldo de un grupo profesional con equipos eficientes altamente calificados y entrenados.

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 Financiamiento.

Definición.

Torres (2017) en su tesis de “Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras”, define al financiamiento como la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que le permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.

Morante en enciclopedia de clasificaciones (2017), explica el financiamiento como la acción por el que las micro y pequeñas empresas adquieren dinero o crédito de una institución financiera o bancaria los mismos que piden garantías para el respaldo del crédito, cuando el financiamiento es otorgado las MYPE y/o organizaciones lo emplean en la adquisición de bienes o servicios que es fundamental para iniciar una actividad empresarial o iniciar una actividad económica o incluso para la mejora y expansión de alguna organización empresarial.

Entidades Financieras.

Rodríguez (2015), define que a las instituciones financieras son aquellas que captan ahorros y otorgan préstamos o inversiones a los solicitantes a cambio de intereses o dividendos. En la actualidad, la Superintendencia de Banca y Seguros

(SBS) las clasifica como: empresas bancarias; compañías financieras; cajas municipales de ahorro y crédito; cajas rurales de ahorro y crédito.

Para Martínez (2016), las entidades financieras son organizaciones que presta servicios dinerarios que tienen o necesitan sus clientes, por lo tanto, estas instituciones tienen el papel de intermediario para que el cliente (estado, familia o empresa) pueda cubrir sus necesidades. Básicamente estas instituciones deben captar el dinero que surge como excedente de los ahorradores para transferirlo a las unidades que están en déficit, este flujo de recursos se ve compensado con los intereses que genera en las cuentas.

Existen tipos de Entidades Financieras, quienes son vigiladas por el estado y ofrecen una diversidad de productos y servicios a distintas tasas de interés y que operan en condiciones de bajo riesgo (es una garantía de que la inversión siempre será positiva para el inversionista).

Bancos: Institución financiera que tiene como principal función y razón de existencia, la captación de clientes que depositen su dinero y a través de esos depósitos poder realizar préstamos a terceros e incluir otros servicios. Perez (2018). Por otro lado, esta Martínez (2016), define los bancos como aquellas instituciones que pueden ser de carácter público o privado y que desempeñan actividades tales como el préstamo, atención al cliente y recepción de depósitos entre otras actividades.

Cajas Municipales: Son instituciones micro financieras descentralizadas enfocadas en la atención de aquellos sectores de la población no atendidos por la banca formal, que fueron creadas por la ley 23029 autorizando la creación de las CMAC en las municipalidades provinciales, las cajas son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguro (SBS) y se encuentran afiliadas al Fondo de Seguros de Depósitos (FSD), además pueden operar en cualquier región y capital de Perú. Jaramillo (2016).

Portocarrero (2016), indica que las cajas municipales son instituciones regulada de propiedad del gobierno municipal, pero no controlada mayoritariamente por dicha institución, recibe depósitos y se especializa en los préstamos para la pequeña y microempresa. En el año 1982 empezaron como casas de empeño y a partir del año 2002 fueron autorizadas a operar en cualquier lugar del país ofreciendo muchos de los servicios.

Microfinancieras: Conjunto de servicios de tipo financiero dirigidos a grupos de población caracterizados por atravesar situaciones adversas desde el punto de vista económico, engloba a individuos de escasos recursos, pequeñas empresas, trabajadores autónomos e incluso en riesgo de pobreza. Se caracterizan por centrarse en productos de poca cantidad de dinero y perfectamente adecuados a las necesidades de cada cliente. Por ello es común que se produzcan por parte de las entidades prestamistas evaluaciones previas o estudios de viabilidad a la hora de emprender una de estas acciones, buscando incentivar su mejoría económica. Rodríguez (2015). Allende (2016), coincide con lo anteriormente mencionado, y recalca que estas instituciones no exigen trámites engorrosos, por el contrario, ofrecen capacitación para el manejo del

crédito y, en algunos casos, ayudan a ahorrar a los microempresarios, asimismo los préstamos los otorgan en forma individual o en grupos solidarios.

Fuentes de Financiamiento.

Para Mendoza (2017), las fuentes de financiamiento como aquella vía para la obtención de recursos financieros necesarios, para que una empresa pueda llevar a cabo su actividad o determinados proyectos a un determinado tiempo.

Asimismo, Nuñez (2016), define las fuentes de Financiamiento como el conjunto de capital interno y externo que cuenta la organización para utilizarlos en inversiones, pero esta elección debe darse en base a la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento.

Tipos de Fuentes de Financiamiento.

a) Fuentes internas de financiación (inversiones): Según Rivera (2017) son aquella fuente que proviene de recursos propios de la empresa y se ve reflejado en el activo, para lo cual se debe llevar un control de inventarios de todo aquel capital que en un momento dado se pueda dar uso, esta fuente también es empleada por el empresario para hacer frente a situaciones de crisis en materia financiera. Dentro de ellas destacan:

- Aportaciones de Socios: Se refiere a las contribuciones de los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad (capital social) o mediante nuevas

aportaciones con el fin de aumentar éste Rivera (2017). Por otro lado Merino (2016), coincide con la definición de Rivera pero a su vez indica que solo es factible y de carácter general, en sociedades con un reducido número de socios, puesto que no puede obligarse a un socio a realizar una aportación mayor a la que se ha comprometido en concepto de capital social, por tanto, es aconsejable un acuerdo unánime de los socios, para que la aportación suponga que el valor contable según balance de sus respectivas acciones o participaciones se mantenga, y esta se efectúe según la proporcionalidad en el capital existente antes de la aportación de socios.

- Utilidades Reinvertidas: Rivera (2017) indica que es una de las fuentes donde los socios deciden no repartir sus dividendos, sino que estos son invertidos en la organización mediante la programación predeterminada de adquisiciones o construcciones. Para el autor Gitman (2017), la reinversión constituye la fuente de financiamiento más importante a la que acude una compañía, las empresas financieramente saludables poseen una gran estructura de capital sana que generalmente producen montos importantes de utilidades en relación a sus niveles de ventas y sus aportaciones de capital. Su generación guarda relación directa con la eficiencia en las operaciones y calidad en la administración de los recursos, lo que refleja salud financiera presente y futura.

- Depreciación y Amortización: Fuentes donde las empresas recuperan el costo de la inversión, porque las provisiones para tal fin son aplicadas directamente a los gastos de la empresa, disminuyendo con esto las utilidades, por lo tanto, no existe la salida de dinero al pagar menos impuestos y dividendos Rivera (2017). Asimismo, Jimenez (2016), indica que la depreciación es considerada como la pérdida del valor

no recuperada con el mantenimiento que experimentan los activos debido a diferentes factores que conllevan finalmente a su inutilidad, obligando al reemplazo del mismo. Para las empresas, las reservas de amortización y depreciación representan una importante opción de financiamiento, ya que puede emplearlas para el desempeño de sus operaciones cuando ya ha hecho uso de otras fuentes de financiamiento y requieran más recursos.

- Incremento de Pasivos Acumulados: Son fuentes generados íntegramente en la empresa. Ejemplo de ello son los impuestos que deben ser reconocidos mensualmente, independientemente de su pago, las pensiones, las provisiones contingentes (accidentes, devaluaciones, incendios) Rivera (2017). En este sentido para Lopez (2016), refiere el incremento de Pasivos acumulados como las deudas por servicios recibidos y pagos pendientes, tales como salarios e impuestos; los impuestos que deben hacerse al gobierno, pasivos devengados que no pueden ser manipulados por la empresa. En el caso de los salarios, representan pasivos manipulables hasta cierto límite.

- Venta de Activos o Desinversiones: Rivera (2017), consiste en la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras. Asimismo, Fernández (2016), indica que este tipo de fuente de financiamiento hace referencia a la utilización de la reserva creada para la reposición de los mismo, en donde la empresa no estaría en condiciones de sustituir sus activos con oportunidad sobre todo tratándose de maquinaria y equipo; y desde luego convirtiéndose en una fuente de financiamiento económica.

b) Fuentes externas de financiamiento (pasivo): Según Rodríguez (2015) son aquellas que surgen cuando los fondos generados por operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a los desembolsos exigidos por la organización. Asimismo, para Viera (2016), las define como aquellas fuentes de financiamiento que se obtienen del entorno financiero de la empresa, para financiar sus proyectos, y que se caracterizan por tener un coste definido (intereses) deducibles de los impuestos, y por tener pagos contractuales, plazos de amortización y prioridad en caso de insolvencia. Las cuales se detallan:

- Préstamos: Para Rodríguez (2015), es un contrato mediante el cual una entidad financiera entrega a la empresa una cantidad de dinero previamente pactada, y esta, se compromete a devolver dicho capital más unos intereses prefijados, según el plan de amortización establecido. Asimismo, López (2016) indica que el prestatario debe pagar intereses por la totalidad de los fondos recibidos, ya que dispone automáticamente de todo el préstamo con independencia del momento en que vaya a utilizar el dinero.

- El crédito (cuenta de crédito o línea de crédito): Es un contrato mediante el cual la entidad financiera procede a la apertura de una línea de crédito y se compromete con la empresa a permitirle disponer de una cantidad de dinero, de acuerdo con sus necesidades, hasta alcanzar un límite acordado. Sólo pagará intereses por las cantidades que haya dispuesto y no por el límite total que se le haya concedido, si bien es frecuente el cobro de una comisión que gira sobre ese límite total. La empresa se compromete a la devolución de las cantidades de las que ha dispuesto en los plazos establecidos. Rodríguez (2015). Por otro lado, Fernández (2016), indica que los

créditos sirven más para cubrir desfases entre cobros y pagos, asimismo para afrontar períodos pasajeros de falta de liquidez. es aconsejable que este tipo de financiamiento sea usado por empresas que por personas particulares.

- Leasing: Es un contrato de arrendamiento con opción de compra, que permite a las empresas que necesitan elementos patrimoniales (maquinaria, vehículos, inmuebles, etc.) disponer de ellos durante un período determinado de tiempo, mediante el pago de una cuota, de tal manera que, una vez finalizado dicho período, el arrendatario puede devolver el bien al arrendador, adquirirlo a un precio residual o volver a renovar el contrato. Rodríguez (2015). Por otro lado, Merino (2016) coincide con lo mencionado anteriormente, asimismo señala que las empresas utilizan el leasing cuando necesitan nuevos equipos, ya que este contrato incluye la opción de compra al finalizar el período. Los bienes que tiene la empresa en régimen de leasing aparecen en el Activo de la empresa, son un inmovilizado inmaterial (derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero).

- Las acciones: Para Rodríguez (2015), son títulos valores que representan una parte proporcional del capital social de una organización. Quien la posee es socio de la empresa y propietario de ésta en una parte proporcional al número de acciones adquiridas, confiriéndole una serie de derechos, en particular, a participar en el reparto de beneficios, en forma de dividendos y el derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones emitidas por la empresa. Sin embargo, para López (2016), es aquella participación patrimonial o de capital de una persona que recibe el nombre como accionista, dentro de la organización a la que pertenece, lo cual le confiere derechos dentro de la organización, así como obligaciones estipuladas por cumplir.

c) **Financiamiento a Corto Plazo:** El cual para Briceño (2015) lo define como aquellos que tienen al menos uno o más años para reembolsar los fondos recaudados. Fernández (2016), indica que este tipo de financiamiento está formado por los recursos que provienen de proveedores, préstamos y créditos bancarios que hay que la empresa tiene que devolver en menos de un año. a los cuales se tiene:

- **Crédito bancario:** Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales Briceño (2015). Para Jiménez (2016) el crédito bancario es una operación financiera en la que una entidad financiera pone a disposición del empresario una cantidad de dinero hasta un límite especificado en un contrato y durante un período de tiempo determinado.

- **Línea de crédito:** Briceño (2016), significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano. Por otro lado Gutiérrez (2016) indica que es una forma de financiación que utiliza la empresa cuando quiere disponer de medios financieros para prever posibles necesidades, pero no sabe exactamente qué cantidad necesitará. En este caso la empresa puede pedir a una entidad financiera una línea de crédito y el banco pone a su disposición una cuenta corriente con el límite acordado. La empresa puede disponer de ese dinero mediante la emisión de talones, y después, pagará los intereses por la cantidad de que haya dispuesto y una comisión por la cantidad de la que no disponga.

- Financiamiento por medio de la cuenta por cobrar: Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella Briceño (2015). Asimismo, López (2016), coincide con la definición anteriormente mencionada, pero a su vez indica que el financiamiento de cuentas por cobrar le permite al empresario, descontar sus facturas y rápidamente mejorar su flujo de caja a corto plazo. En lugar de esperar 30-60 días o más para recibir el pago de sus clientes, el financiamiento de cuentas por cobrar le permite a su empresa recibir pago tan pronto como en 24 horas. Esta forma de financiamiento es usada por compañías de todo tamaño y de diversas industrias.

- Financiamiento por medio de los inventarios: Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir Briceño (2015). Para Timaná (2017), este tipo de financiamiento les permite a directores de la empresa usar el inventario de la empresa como fuente de recursos, gravando el inventario como colateral es posible obtener recursos de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales, en estos casos, como son el Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fábrica, el Recibo en Custodia, la Garantía Flotante y la Hipoteca.

d) **Financiamiento a Largo Plazo:** Para Briceño (2015) los define como aquellos para los cuales el período de redención es más de un año. Estos son fondos básicos o recursos permanentes, Merino (2016) define como aquellas fuentes de capitales permanentes, es decir, las aportaciones de los socios (que no sean capital social, su carácter de exigibilidad es, no obstante, limitado) a los cuales se tiene:

- **Hipoteca:** Briceño (2015) indica que se trata de una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. Asimismo, Ramos (2015), señala que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario.

- **Acciones:** Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece Briceño (2015). Merino (2016), coincide con lo antes mencionado e indica que estas miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos del accionista, derechos preferenciales, etc.

- **Bonos:** Briceño (2015) lo define como aquel instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas. Por otro lado, Timaná (2017), indica que la emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se

deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas.

- Arrendamiento Financiero: Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes Briceño (2015). Asimismo, Ramos (2015) indica que el arrendamiento se presta para el financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos. Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto, la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento. Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo. El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

Aplicación del Financiamiento.

Lira (2015), en su investigación utiliza dos conceptos sobre la aplicación del financiamiento. Este autor imagina que toda empresa debe tener “dos recipientes”: Uno etiquetado como fuentes y el otro como usos. El recipiente fuentes representa la cantidad de dinero que la empresa debe tener para operar; en cambio, los usos, determina cómo esos recursos (dinero) que son utilizados.

Para este autor la inversión (utilización) del financiamiento obtenido por las empresas, pueden ser utilizados en activos corrientes (capital de trabajo, básicamente) y activos fijos.

Activos corrientes, es el activo de una empresa que puede hacerse líquido (convertirse en dinero) en menos de doce meses, asimismo son todos aquellos recursos que son necesarios para realizar las actividades del día a día de la empresa. Se conoce como corriente porque es un tipo de activo que se encuentra en continuo movimiento, puede venderse, utilizarse, convertirse en dinero líquido o entregarse como pago sin demasiada dificultad. Briceño (2015).

Asimismo, Merino (2016), señala que este tipo de activos se caracterizan por su liquidez y su disponibilidad para cubrir el pago de obligaciones actuales y por no tener ninguna clase de restricciones que limite su uso para satisfacer las deudas.

Activos Fijos, aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido. Lira (2015).

Ramos (2015), indica que ese tipo de activos son de larga duración y por lo general están sujetos a depreciaciones, ya que estos son utilizados durante cierto número de años y por lo que se van deteriorando o desgastando, disminuyen su valor. Tienen una sustancia física tangibles, sin embargo, a diferencia de las materias primas no forman parte del producto que se va a vender.

El capital de trabajo, consiste en todos los recursos que el negocio (la empresa) necesita para seguir produciendo, para seguir operando, como, por ejemplo, materias primas, insumos, mercadería, etc. En cambio, los activos fijos son aquellos recursos que también el negocio (la empresa) necesita para crecer y desarrollarse, como, por ejemplo, una nueva máquina, ampliación del local, compra de un terreno, compra de una movilidad, etc.

Generalmente, los activos corrientes o capital de trabajo están relacionados con el corto plazo (un año como máximo) y los activos fijos están relacionados con el largo plazo (más de un año calendario, generalmente).

2.2.2 Competitividad.

Definición.

La competitividad es un tema de controversia, ya que existen diversas posturas y enfoques para conceptualizar y analizarla este término, a pesar de la ello la mayor parte de los autores coinciden en un proceso económico y depende de aspectos políticos, sociales y culturales.

Marco Ponce (2015), define la Competitividad como la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas con respecto a sus competidores y obtener, una posición destacada en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores.

Sin embargo, para Solero (2017) manifiesta que la función competitiva de la empresa depende en primera instancia de su capacidad para administrar los elementos internos que se encuentran bajo control, complementario a esto señalan que la competitividad también depende de la calidad de las interacciones que la firma tiene establecidas con una serie de factores tanto internos como externos.

Importancia de la Competitividad.

Según Senior (2017), la importancia de la competitividad en las Mype, en la actualidad es un tema que permanecen como una idea aérea, tema sin importancia hoy en día en nuestro país frente a las empresas, pero la realidad es que la competitividad es muy importancia para el desarrollo económico de un país. Las empresas internacionales e inversionistas y prestamistas extranjeros, al momento de invertir en un país nuevo, toman vital importancia en la competitividad para permanecer en el mercado que enfrentan, lo contrario que pasa en nuestro país.

Factores determinantes de la Competitividad.

La competitividad de las empresas ha sido analizada teóricamente por Porter (2015) en la en el llamado “Diamante de la Competitividad” en donde identifica factores determinantes de la competitividad los cuales son:

Capacidades directivas: donde el autor dice que la competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver

problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social. Los jefes ejercen un papel crucial en las empresas y sobre ellos recae la responsabilidad de elegir entre las distintas opciones estratégicas y asimismo en la mayoría de los casos son las que las implementan, por tanto, es necesario un amplio conocimiento de los recursos y capacidades de sus empresas y de su entorno competitivo.

Calidad en la producción o prestación de servicios: es el segundo factor donde se explica que el ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciar por la calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con los bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

Recursos tecnológicos: donde se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación (know-how) y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo. Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados.

Recurso comercial: considerado importante en los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

Recursos humanos-capacitación necesarios para lograr el éxito competitivo: las empresas, deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos calificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

Cultura que hace referencia al conjunto de hábitos, creencias, expectativas y valores compartidos por todos los miembros de la organización. La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna. Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles.

Recursos financieros: teniendo en cuenta el mantenimiento de buenos estándares financieros que es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño. La debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite la falta de liquidez. Asimismo, que habitualmente el poder de

negociación con entidades de crédito sea inversamente proporcional al tamaño de la empresa hace necesario primero, un alto conocimiento de la oferta financiera y una especial atención a los fondos propios.

Estrategias Competitivas.

Porter, define las estrategias competitivas como la forma de emprender o tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer o crear una posición defendible en una industria, para afrontar el entorno de sus competidores, y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión, es decir, es el conjunto de acciones que una empresa pone en práctica para asegurarse una ventaja sostenible, estas acciones son la respuesta a las 5 fuerzas competitivas que Porter indica como determinantes de la naturaleza y el grado de la competencia que rodea a una empresa. (Ramos 2015).

Las cuales se detallan a continuación:

- Amenaza de entrada de nuevos competidores: Un mercado no será atractivo si existen barreras de entrada difíciles de franquear por nuevos participantes que llegan con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una posición de mercado.

- La rivalidad entre los competidores: Un mercado no será atractivo cuando los competidores estén bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos. La empresa estará constantemente enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

- Poder de negociación de los proveedores: Un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén bien organizados en gremios, tengan fuertes recursos y puedan imponer condiciones de precio y tamaño del pedido. Además, empeora la situación de la empresa si los proveedores son claves para ella, si no tienen sustitutos o tienen pocos sustitutos y de alto costo.

- Poder de negociación de los compradores: Un mercado no será atractivo cuando los clientes estén bien organizados, cuando el producto tiene varios o muchos sustitutos, cuando el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, ya que esto le permite hacer sustituciones a igual o menor precio. Cuanto más organizados están los compradores más exigencias tendrán en cuanto a reducción de precios, mayor calidad, mayor servicio y la empresa tendrá una disminución en el margen de beneficio.

- Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación es más complicada si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos, reduciendo así los márgenes de beneficio de la empresa y de la industria.

- Asimismo, Porter, identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto para crear, en el largo plazo, esa posición defendible que fuera superior al desempeño de los competidores en una industria. Hernández (2016) Las estrategias genéricas son:

- El liderazgo en costos: consiste en mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen más alto de ventas. Dentro de esta estrategia, los clientes de rendimiento marginal se evitan y se busca la minimización de costos en Investigación y Desarrollo, fuerza de ventas, publicidad, personal y, en general, en cada área de operación de la empresa. Esta estrategia fue muy utilizada en la década de los 70.

- La diferenciación: consiste en aportar al producto o servicio algo que lo haga único dentro de la industria. La diferenciación se ve como una barrera protectora contra la competencia dada la lealtad del cliente hacia “la marca”, lo cual supone menor sensibilidad al precio. Esta estrategia requiere sacrificar participación en el mercado, fuertes inversiones en investigación y diseño del producto, materiales de alta calidad e incrementar servicio al cliente.

- El Enfoque: consiste en concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. Esta estrategia se basa en que la empresa está en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido y en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura. La empresa se diferencia al atender mejor las necesidades de un mercado- meta específico o reduciendo costos sirviendo a dicho mercado, o ambas cosas a la vez.

Ventajas Competitivas.

Thompson, (2015): una empresa tiene ventaja competitiva siempre que atrae a clientes y se defiende de las fuerzas competitivas mejor que sus rivales. Pero el camino elemental para lograrla es proporcionando a los compradores lo que ellos perciben como valor superior: un buen producto a bajo precio; un producto superior por el que vale la pena pagar más; o más bien; una oferta con el menor valor que represente una combinación atractiva de precio, características, calidad, servicio y otros atributos que los compradores consideran atractivos.

Ramírez (2015), define la Ventajas Competitivas como una estrategia exitosa no puede ser superada o imitada por la competencia, entonces la empresa contará con una ventaja competitiva sostenible, situación que generalmente sólo se puede mantener durante cierto tiempo.

Factores de las Ventajas Competitivas.

En su investigación Carreño (2015), identifica dos factores para la creación de Ventaja Competitiva, las cuales se detallan a continuación.

- Factores Externos: Son aquellos que la empresa no puede controlar al ser ajenos a ella, teniendo que analizar su entorno, así como descubrir sus amenazas y en todo caso es necesario mencionar que existirían tres situaciones en las que será posible conseguir la aplicación de las dos estrategias conjuntamente (Rodríguez, 2015).

- Factores Internos: desde un punto de vista interno, se deben tener en cuenta para crear una ventaja competitiva los recursos y capacidades estratégicos de los que disponga la empresa. En este sentido, es importante mejorar la dotación actual de recursos y capacidades, lo que implicaría conseguir recursos nuevos, mejorar los existentes y adaptarlos a la empresa, y, por otro lado, explotar los recursos disponibles y buscar usos alternativos y novedosos. De esta forma, con la visualización del entorno en el que opera la compañía y con una explotación adecuada de sus recursos y capacidades más valiosos se puede generar una ventaja competitiva sólida. (Carreño 2015).

Asimismo, en este factor se detallan 4 criterios para tener en cuenta.

Eficiencia: es la relación entre el uso de los recursos valiosos que posee la empresa y los bienes producidos pudiéndose medir en unidades físicas y en unidades monetarias. Existe una relación directa entre la ventaja competitiva en costes y la productividad.

Calidad: se mide la calidad en base a las características diferenciadoras que tiene un producto o servicio frente al de la competencia para satisfacer de mejor forma las necesidades de los clientes. Un producto con un nivel de calidad adecuado puede cumplir la ventaja competitiva en diferenciación pudiendo así aumentar su precio. Sin embargo, una calidad mayor puede influir en la ventaja competitiva en costes si se evita incurrir en mayores costes asociados a productos defectuosos.

Innovación: es un cambio novedoso que introducen las empresas en sus productos o servicios con el objetivo de mejorarlos. La innovación se puede aplicar a la estrategia de diferenciación introduciendo un cambio, perfeccionamiento o mejora en los productos y conseguir que éstos tengan unas características por las que los consumidores estén dispuestos a pagar un mayor precio. Por otro lado, la innovación puede reducir los costes asociados, por ejemplo, al proceso de fabricación, favoreciendo también el otro tipo de ventaja competitiva.

Capacidad de satisfacción al cliente: conocer los gustos, necesidades y las prioridades del consumidor es una de las claves para lograr la satisfacción de los clientes y su posterior fidelización. Los clientes actuales han cambiado y son cada vez más exigentes, por eso las empresas deben de dar respuestas inmediatas a esos cambios y conseguir así su propia supervivencia.

III. HIPOTESIS

Según la Metodología de Hernández (2014), los trabajos de investigación descriptivos, no necesitan plantear hipótesis, ya que solo dan cuenta de la situación tal como es en realidad, enlistando las características de las variables en estudio de la unidad de investigación.

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de la Investigación.

Hernández y Baptista (2015) comenta que el diseño que se aplica a una investigación no experimental consiste en observar los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural. “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”, es por ello que la presente investigación es no experimental de corte transversal porque la recolección de datos se da en un solo momento y tiempo donde su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento.

Para Fernández, Batista, Hernández y Sampieri (2014), considera que el tipo de investigación cuantitativo, se fundamenta en los datos obtenidos de los diferentes instrumentos de medición como lo es la estadística, la recolección y el análisis de datos, permitiendo al investigador realizar inferencias con diferentes puntos de vista acerca de la problemática.

El presente trabajo, aplica en base al tipo de investigación cuantitativo realizando encuestas a un determinado rubro, dentro de la provincia de Talara.

Mimenza (2015), identifica que el nivel de investigación descriptivo tiene como objetivo detallar de manera completa situaciones, hechos y fenómenos con el fin de presentar una interpretación correcta, por lo cual esta investigación se limita a

describir, registrar, analizar e interpretar las principales características de las variables de competitividad y financiamiento que se tiene como objeto de estudio.

4.2 Población y Muestra.

Risquez (2015) define que la población es el conjunto total finito o infinito de elementos o unidades de observación que se considera en un estudio, en pocas palabras que es el universo de la investigación sobre el cual se pretende generalizar los resultados.

La presente investigación tiene como unidades de análisis a las Mypes de rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara año 2019, en estas unidades de estudio se analizan las variables de Financiamiento y Competitividad.

Para el estudio de la variable financiamiento la población está conformada por los administradores y/o dueños de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares de la provincia de Talara. Siendo estas instituciones una población finita, dado a que en la Provincia de Talara solo existen 4 MYPES legalmente constituidas en el rubro de Clínicas Particulares, motivo por el cual se hace uso de la fórmula propuesta por Vallejos (2015), en su investigación, donde indica que se debe aplicar una formula estadística para las poblaciones finitas.

$$\frac{Z^2(pq)}{e^2 + \left(\frac{Z^2(pq)}{N}\right)}$$

Interpretación:

n=Tamaño de la muestra a ser estudiada.

Z=Nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z=09)

p=Probabilidad de concurrencia.

q=Probabilidad de no concurrencia.

e²=Margen de error (10% es decir 0,1)

N=Tamaño de la población.

$$\frac{(0.9)^2(0.50 \times 0.50)}{(0.1)^2 + \left(\frac{(0.9)^2(0.50 \times 0.50)}{4}\right)}$$

$$\frac{(0.9)^2(0.25)}{(0.1)^2 + \left(\frac{(0.9)^2(0.25)}{4}\right)}$$

$$\frac{0.81 \times (0.25)}{0.01 + \left(\frac{0.81 \times (0.25)}{4}\right)}$$

$$\frac{0.81 \times (0.25)}{0.01 + 0.050625}$$

$$n = \frac{0.245025}{0.07125625}$$

$$n = 3,438.$$

Asimismo, se obtuvo como resultado con la aplicación de la fórmula, que a 3 administradores y/o dueños de las MYPES en estudio, se les debía de encuestar, pero para un mayor análisis se dirigió el instrumento de recolección de datos hacia todos los administradores y/o dueños de las MYPES en estudio.

Item.	Razón social.	N° Trabajadores	N°	N° Ruc
Clínica Santa Beatriz	Avenida A N° 104 - Talara.	18	1	20526109661
Clínica Torres S.A	Avenida A N° 98 - Segundo	29	2	20440936424
Clínica Vigo 2000 S.C.R.L	Avenida H N°07	19	3	20440813934
Centro Clínico Sanna	Av. Bolognesi 163-167 Urb. Barrio	18	4	20525268170
TOTAL		84		

Fuente: Municipalidad Provincial de Talara.

Elaboración Propia.

Para el análisis de la variable de Competitividad la población es de carácter exterior, es decir, la población está conformada por los clientes, ya que son ellos los que dieron su opinión respecto a la variable, la misma que se considera infinita, motivo por el cual Vallejos (2015) en su investigación, señala que se requiere de la aplicación de una fórmula estadística para obtener el resultado de la muestra, haciendo uso de una tabla de cálculo del tamaño de muestra.

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
E	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Fuente: Vallejos 2015.

Recomienda aplicar de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2}$$

Interpretación.

n = Tamaño de la muestra a ser estudiada

Z = Nivel de confianza considerado (para 93% de confianza Z= 3.28)

p = Probabilidad de concurrencia: (0.50)

q = Probabilidad de no concurrencia: (1-0.50)

e² = Margen de error (7% es decir 0.0049).

$$n = \frac{1.81 \times 0.5 (1 - 0.5)}{0.0049}$$

$$n = \frac{1.81 \times 0.5 \times 0.5}{0.0049}$$

$$n = \frac{0.4525}{0.0049}$$

$$n = 92$$

4.2.1 Criterio de Inclusión.

Para la variable financiamiento se incluye a la totalidad de los administradores y/o dueños que tiene más de 1 año como experiencia en el puesto.

Para la variable competitividad se considera como criterio de Inclusión a las características de la población de manera exterior, que en este caso son los clientes, por lo tanto, se consideró a clientes de ambos sexos, con un rango de edad entre 18 a 65 años, que se muestren participes de colaborar en la investigación a realizar.

4.2.2 Criterio de Exclusión.

Para la variable de Financiamiento se excluye a administradores y/o dueños que tengan menor de 1 año ocupando el puesto.

En el caso de la variable de competitividad se considera como criterio de inclusión a aquellas personas que no se encuentran en la capacidad de brindar información sobre las variables de estudio, tales como niños menores de edad y personal que no acude a las instalaciones de la Mype rubro Clínicas Particulares y aquellos que no tengan voluntad de brindar información.

4.3. Definición y Operacionalización de las Variables.

Matriz de Operacionalización de las Variables.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuentes	Escala
Financiamiento	Cano (2016), define el Financiamiento como el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios.	Fuentes del Financiamiento.	Financiamiento internas y externas. Financiamiento a corto y largo plazo Beneficios otorgados por las entidades financieras Requisitos para acceder al crédito	La dimensión “Fuentes del Financiamiento” se medirá con sus indicadores “financiamiento interno y externo”, “financiamiento a corto y largo plazo”, “beneficios otorgados por las entidades financieras” y “Requisitos para acceder al crédito”, con la técnica de encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	Propietarios y/o Administrador de las MYPE.	Nominal
		Aplicación del Financiamiento.	Monto requerido Priorización del destino del dinero. Frecuencia en la solicitud de financiamiento.	La dimensión “Aplicación del Financiamiento” se medirá con sus indicadores “monto requerido”, “priorización del destino del dinero” y “frecuencia en la solicitud de financiamiento” con la técnica de encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.		

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuentes	Escala
Competitividad	Para Morales (2016), define la competitividad como la capacidad que tiene una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector en referencia y de forma sostenible.	Estratégicas Competitivas.	Servicios ofrecidos. Precio por el servicio Tipo de segmento socioeconómico	La dimensión “Estratégicas Competitivas” se medirá con sus indicadores “servicios ofrecidos”, “precio por el servicio”, “tipo de segmento socioeconómico”	Clientes que acuden a las Clínicas Particulares.	Nominal.
		Ventajas Competitivas.	Distribución de los ambientes. Ubicación geográfica. Aspectos de fidelización	La dimensión “Ventajas Competitivas” se medirá con sus indicadores “distribución de los ambientes”, “ubicación geográfica”, “aspectos de fidelización”, con la técnica de encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal		

4.4 Técnicas e Instrumentos.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, la cual Bernal (2015) la define como una comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto, esta se fundamenta en un cuestionario definiéndose por Campos (2016) como aquella herramienta que está destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investigado o consultado llena por sí mismo, a fin de obtener respuestas en base a las variables de estudio.

Por todo lo antes mencionado, en el presente trabajo de investigación, inicialmente se elaboró de manera individual y sin apoyo de ningún experto, 2 encuestas con 10 preguntas respectivamente para cada variable (financiamiento y competitividad), dirigidas hacia el administrador y/o propietario de las MYPES y hacia los clientes que acuden a las MYPES en estudio. Asimismo, para obtener una orientación especializada, se le realizó a la encuesta 3 validaciones por parte de profesionales colegiados en la carrera de Administración de Empresas, los cuales pudieron ofrecer una mejor guía sobre el orden y la corrección de algunas preguntas para cada encuesta respectivamente, asimismo se hizo uso como apoyo, de encuestas validadas por expertos. Para lo cual se utilizó la encuesta aplicada en la tesis hecha por Rentería (2017), titulada “Fuentes de Financiamiento para el incremento de la Rentabilidad de las Mypes” en Huancayo”.

Quedando finalmente la encuesta para la Variable de Financiamiento con 19 preguntas dirigidas específicamente a los administradores y/o dueños de las MYPES, asimismo para la Variable de Competitividad con 10 preguntas dirigidas hacia los clientes que acuden a las MYPES en estudio.

Motivo por el cual en las constancias de validación se identifican algunas preguntas que se han mejorado o hecho nuevamente, que se han establecido con el único interés de obtener mayor información.

4.5 Plan de Análisis.

La investigación realizó un plan de análisis posterior a la recopilación de los datos, según tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responderán a los objetivos de investigación. Se empleará la estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se utilizó el programa Excel 2010.

4.6 Matriz de Consistencia.

Título	Problema de la Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensión	Indicadores	Fuente	Metodología
Caracterización del Financiamiento y Competitividad de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019	¿Cuáles son las principales características de Financiamiento y Competitividad que se desarrollan en las MYPES rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara?	<p><u>Objetivo General</u> Identificar las características principales del financiamiento y competitividad en las Mypes rubro Clínicas Particulares de la Provincia de Talara.</p> <p><u>Objetivo Específico</u> (a) conocer las fuentes de financiamiento de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019. (b) describir la aplicación del financiamiento en las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019. (c) identificar las estrategias competitivas de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019 (d) Conocer las ventajas Competitivas de las MYPES rubro Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019.</p>	Según la Metodología de Hernández (2014), los trabajos de investigación descriptivos, no necesitan plantear hipótesis, ya que solo dan cuenta de la situación tal como es en realidad, enlistando las características de las variables en estudio de la unidad de investigación.	Financiamiento	<p>Fuentes de Financiamiento</p> <p>Aplicación del Financiamiento</p>	<p>Financiamiento interno y externo.</p> <p>Financiamiento a corto y largo plazo.</p> <p>Beneficios otorgados por las entidades financieras</p> <p>Requisitos para acceder al crédito</p> <p>Monto requerido</p> <p>Priorización del destino del dinero.</p> <p>Frecuencia en la solicitud de financiamiento.</p>	Propietarios y/o Administrador de las MYPES	<p><u>Tipo de Investigación:</u> Cuantitativo</p> <p><u>Nivel de Investigación:</u> Descriptivo</p> <p><u>Diseño de la Investigación:</u> No experimental de corte Transversal.</p> <p><u>Población y Muestra:</u> MYPES de rubro Clínicas Particulares.</p>

				Competitividad	Estratégicas Competitivas.	Servicios ofrecidos. Precio por el servicio. Tipo de segmento socioeconómico	Clientes que acuden a las Clínicas Particulares	
					Ventajas Competitivas.	Distribución de los ambientes. Ubicación geográfica. Aspectos de fidelización		

4.7 Principios Éticos.

El presente trabajo de investigación, se ha desarrollado de manera transparente dado a que no fueron modificados ninguno de los datos recolectados mediante el instrumento utilizado, por otro lado, fue totalmente autónoma, es decir se escogió de manera voluntaria las líneas de estudio, considerando las líneas de estudio de la universidad, para el caso se determinó: financiamiento y competitividad, donde se enfoca al estudio hacia las Mypes rubro Clínicas Particulares. Así mismo se resalta que el autor al desarrollar su autonomía en su investigación está protegiendo su dignidad en lo que respecta a la obtención del grado de mejorar su crecimiento profesional.

V. RESULTADOS.

5.1 Resultados de la encuesta.

5.1.1 Resultados Variable Financiamiento.

5.1.1.1 Dimensión Fuentes de Financiamiento.

Tabla N° 1 Aportaciones de Socios en el capital inicial

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

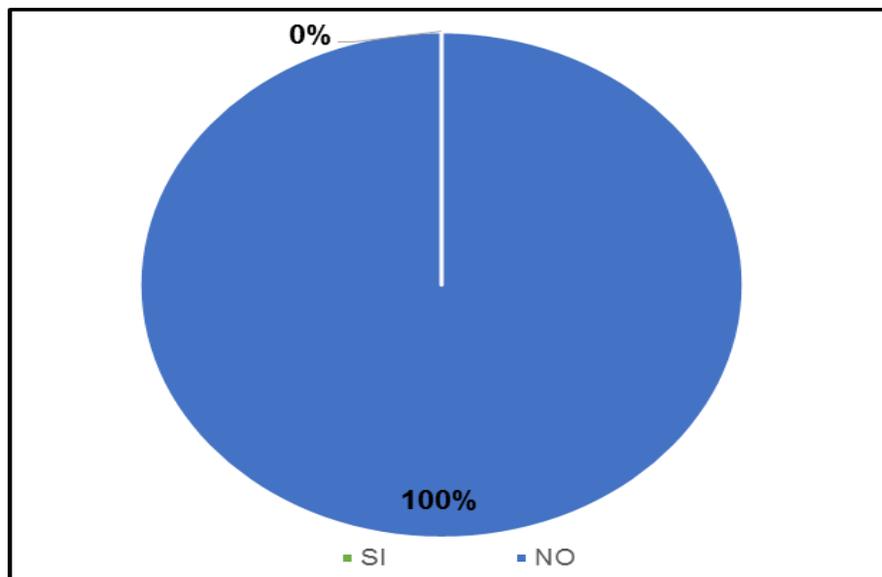


Figura 1: Gráfico circular que representa el capital inicial mediante aportaciones de los socios de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 1 se evidencia, si las MYPES en estudio trabajaron en los inicialmente con capital social, mediante las aportaciones de los socios.

Tabla N° 2 Repartición de utilidades entre los Socios

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

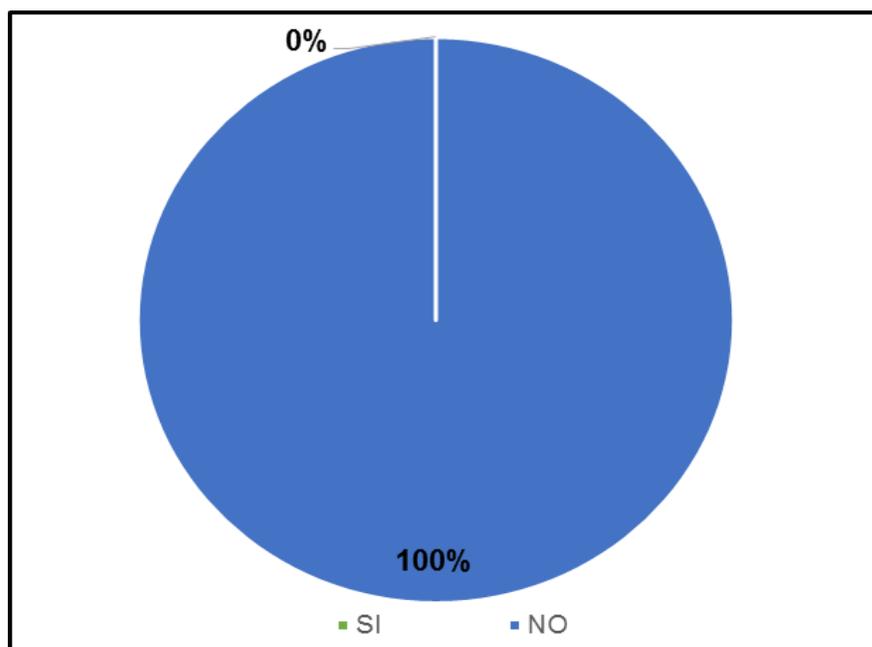


Figura 2: Gráfico circular que representa repartición de las utilidades entre los socios de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 2 se evidencia, la repartición de las utilidades ganadas por las MYPES en estudio con los socios aportantes.

Tabla N° 3 Capitalización de las utilidades obtenidas.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

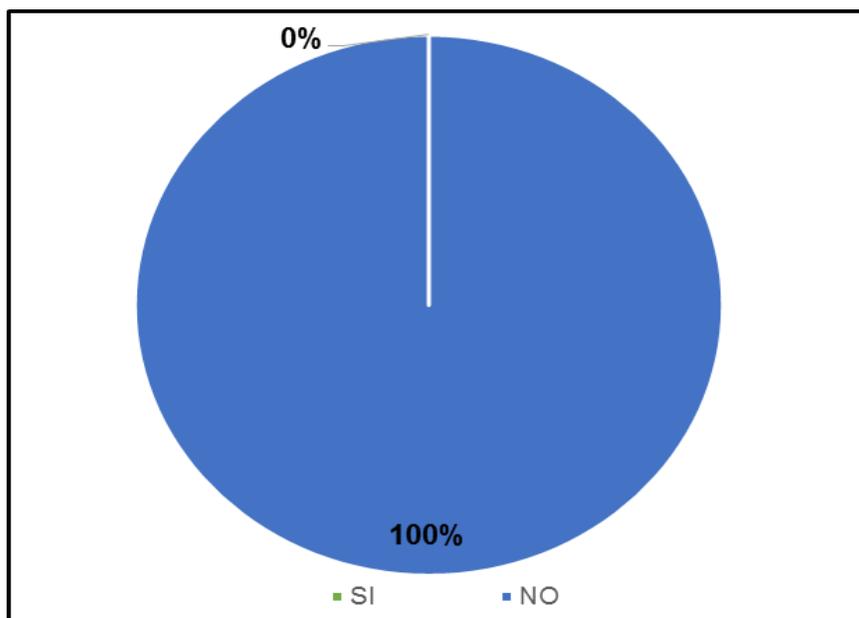


Figura 3: Gráfico circular que representa capitalización de las utilidades obtenidas de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 3 se evidencia, la capitalización de las utilidades ganadas por las MYPES en estudio.

Tabla N° 4 Financiamiento con la venta de activos.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

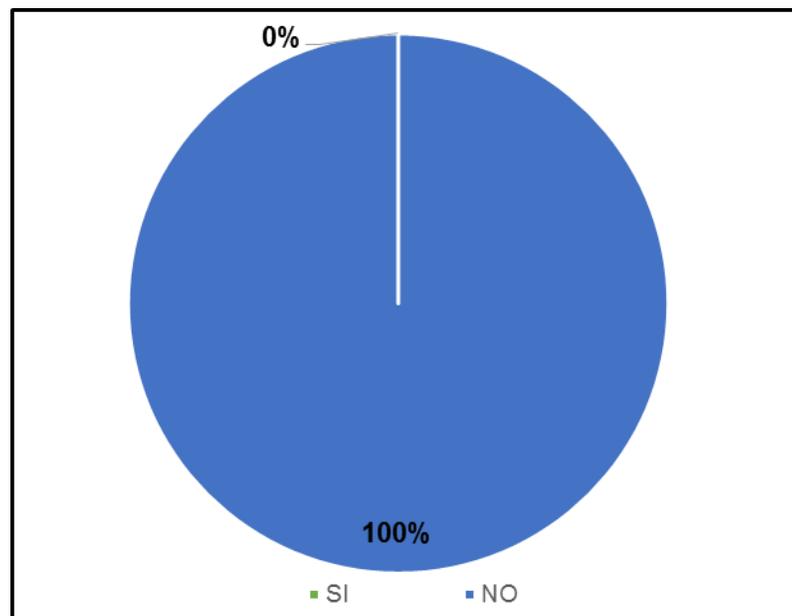


Figura 4: Gráfico circular que representa ventas de activos de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 4 se evidencia, los resultados obtenidos por las ventas de activos de las MYPES en estudio.

Tabla N° 5 Créditos otorgados por entidades financieras.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

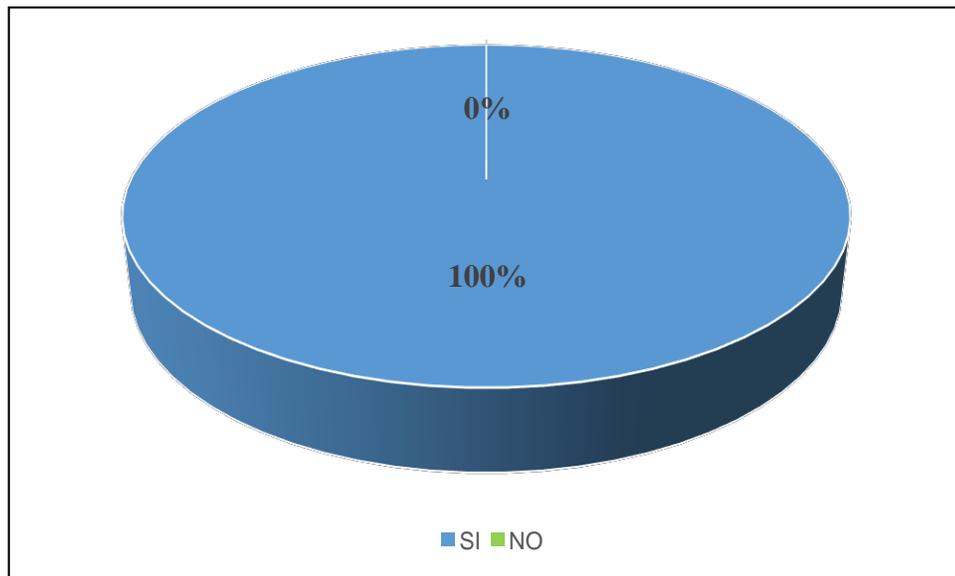


Figura 5: Gráfico circular que representa si las MYPES en estudio trabajan con entidades financieras.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 5 se evidencia, si las MYPES en estudio trabajan con entidades financieras.

Tabla N° 6 Entidades Financieras para la obtención del capital.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bancos	4	50%
Microfinanzas	0	0%
Cajas Municipales	0	0%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

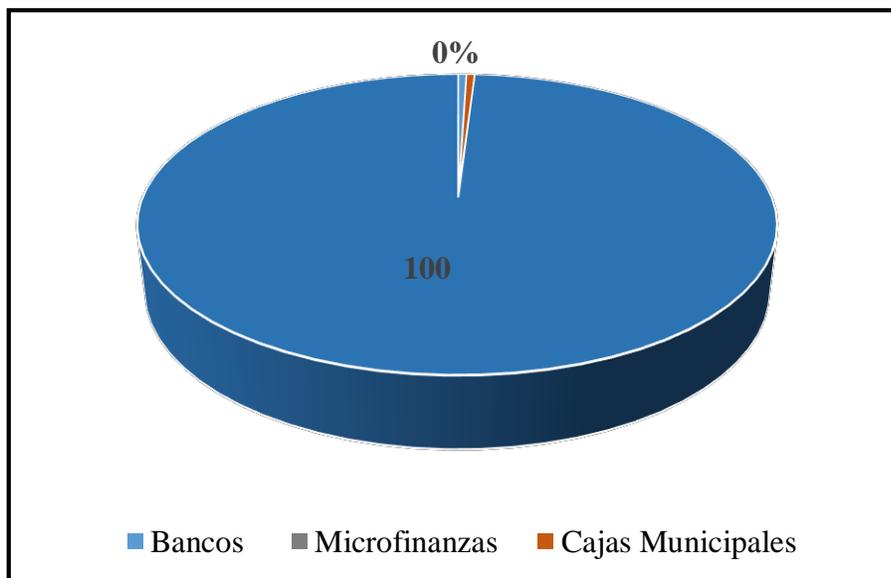


Figura 6: Gráfico circular que representa a las entidades financieras con la que trabaja las MYPES en estudio.
Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 6 se evidencia las entidades con las que trabajan las MYPES dedicadas al rubro Clínicas Particulares, para la obtención su capital

Tabla N° 7 Accesibilidad para la obtención de un préstamo.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

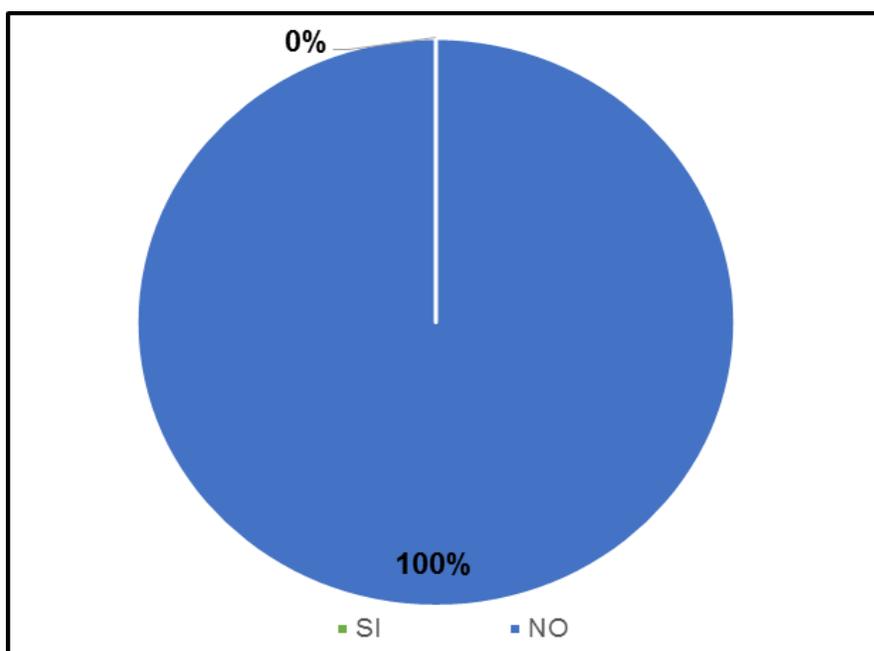


Figura 7: Gráfico circular que representa a la accesibilidad de las MYPES para la obtención de un préstamo.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 7 se evidencia la accesibilidad de las MYPES para la obtención de un préstamo.

Tabla N° 8. Duración del Financiamiento.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A corto plazo	2	50%
A largo plazo	2	50%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

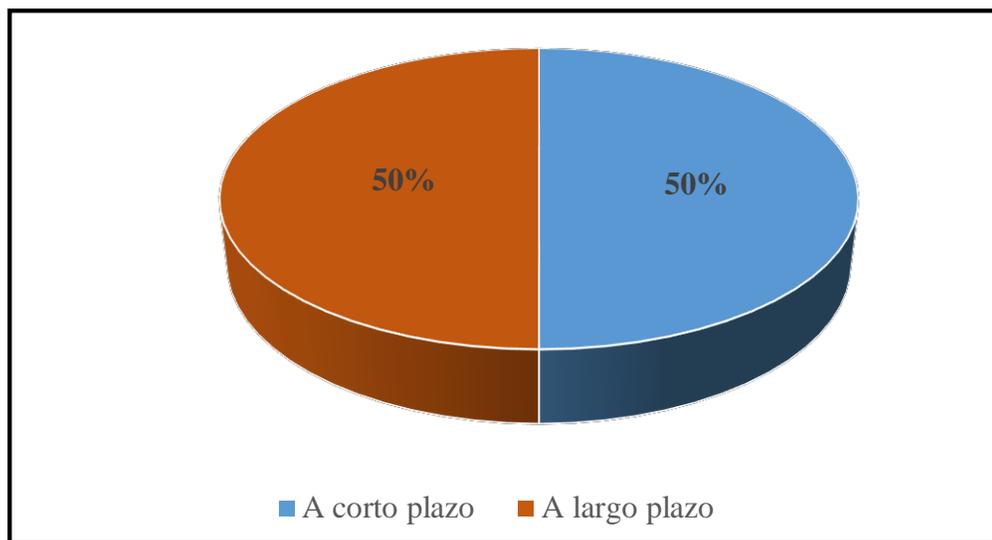


Figura 8: Gráfico circular que representa el tiempo de duración del financiamiento de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 8 se observa el tiempo de duración en el que se da el Financiamiento, con las MYPES dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara .

Tabla N° 9 Líneas de Crédito.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

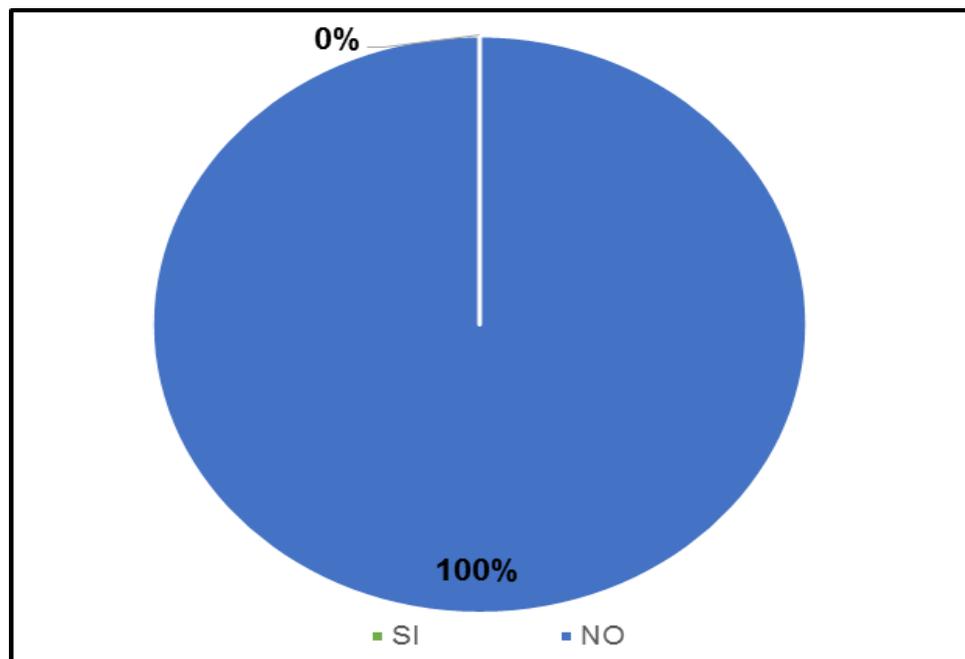


Figura 9: Gráfico circular que representa las líneas de crédito que puede tener la MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 9 se observa las líneas de crédito que cuenta la MYPE, dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara

Tabla N° 10 Financiamiento Hipotecario.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

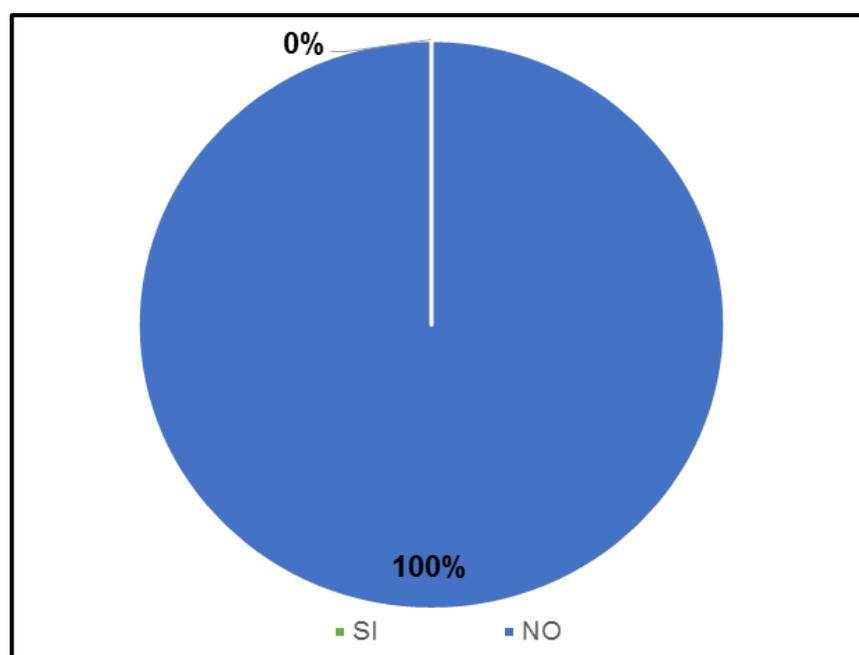


Figura 10: Gráfico circular que representa el financiamiento hipotecario que puede tener la MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 10 se observa el financiamiento hipotecario que cuenta la MYPE, dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara.

Tabla N° 11 Financiamiento mediante arrendamiento Financiero.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

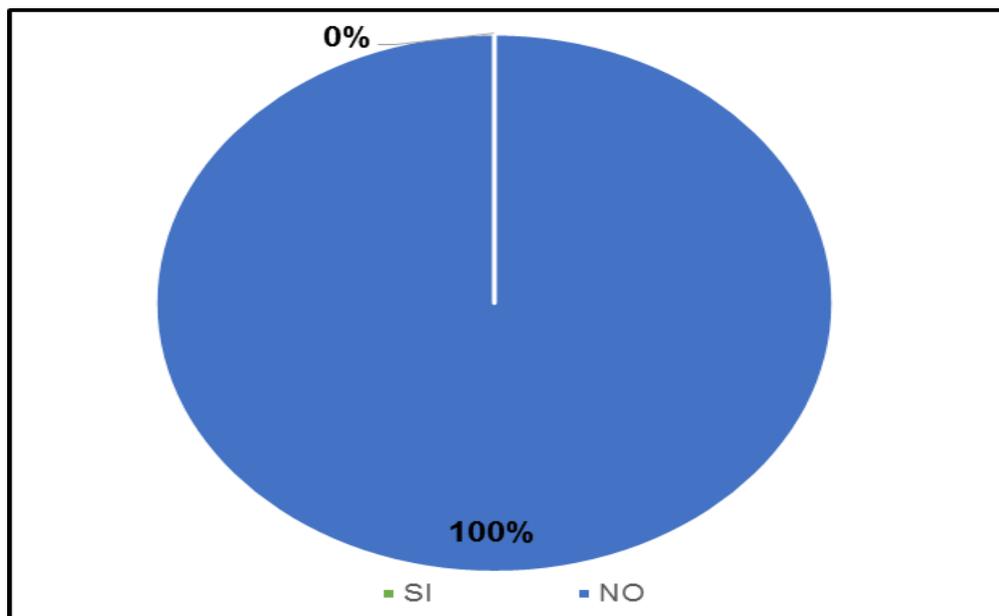


Figura 11: Gráfico circular que representa el arrendamiento financiero que puede tener la MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 11 se observa el financiamiento mediante arrendamiento financiero que cuenta la MYPE, dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara.

Tabla N° 12 Beneficios que brinda la Entidad Financiera.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tasas de interés	2	50%
Cuotas accesibles	1	25%
Atención de calidad.	1	25%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

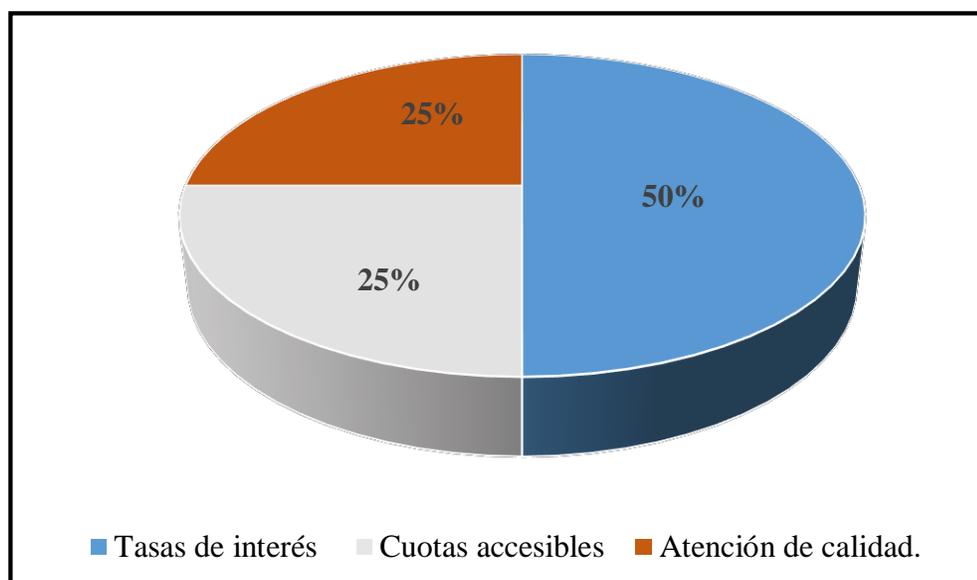


Figura 12: Gráfico circular que representa los beneficios que brindan las entidades financieras para las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 12 se evidencia los beneficios que les brindan las entidades con las que trabajan las MYPES dedicadas al rubro Clínicas Particulares de la provincia de Talara.

Tabla N° 13 Aspecto primordial para la elección de la entidad Financiera

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tasa de interés	2	50%
Plazos de pago	1	25%
Recomendación de allegado	1	25%
Prestigio de la entidad.	0	0%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

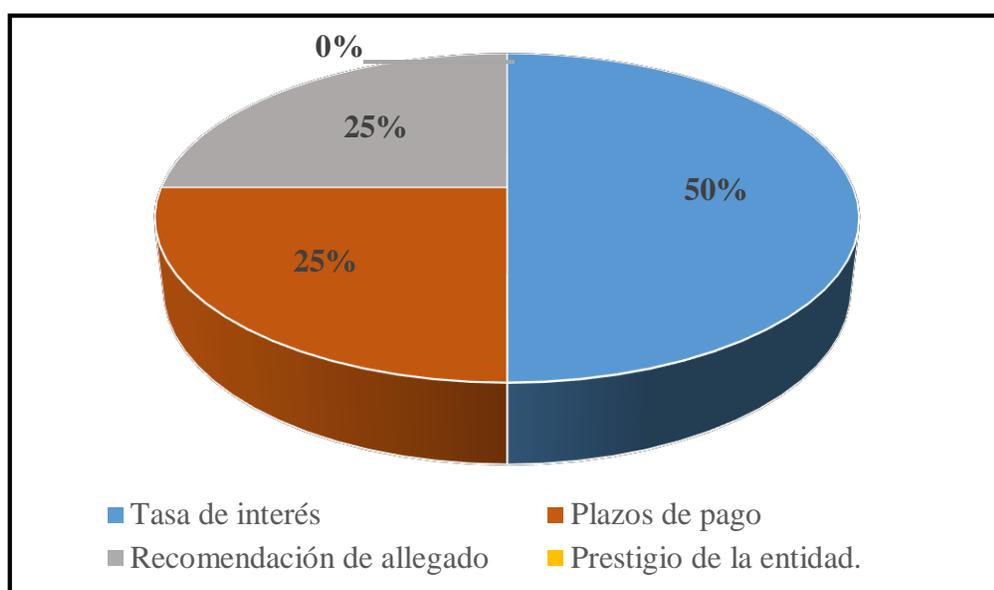


Figura 13: Gráfico circular que representa los aspectos primordiales para la elección de la entidad financiera, por parte de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 13 se visualiza los aspectos primordiales que creen convenientes las MYPES en estudio, para la elección de la entidad financiera.

Tabla N° 14 Requisito limitante para acceder al Financiamiento.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tasa de interés	0	0%
Demora en la aprobación del Crédito	2	50%
Demasiado requisitos	1	25%
Plazos de Pago cortos	1	25%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

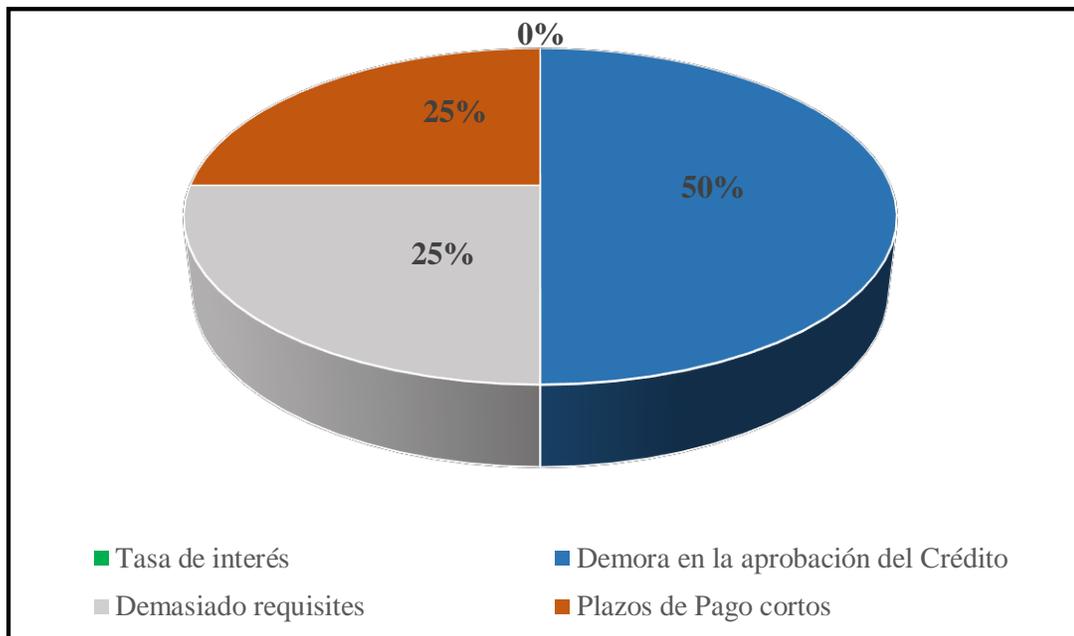


Figura 14: Gráfico circular que representa el requisito limitante para la obtención del financiamiento, para las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 14 se identifica los requisitos limitantes para la obtención del financiamiento por parte de las entidades financieras, para las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

5.1.1.2 Dimensión Aplicación del Financiamiento.

Tabla N° 15 Destino o uso final del capital obtenido.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora de Infraestructura	1	25%
Mejora en la calidad de servicio (capacitación)	2	50%
Pagos de deudas.	0	0%
Adquisición de maquinaria y/o equipos	1	25%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

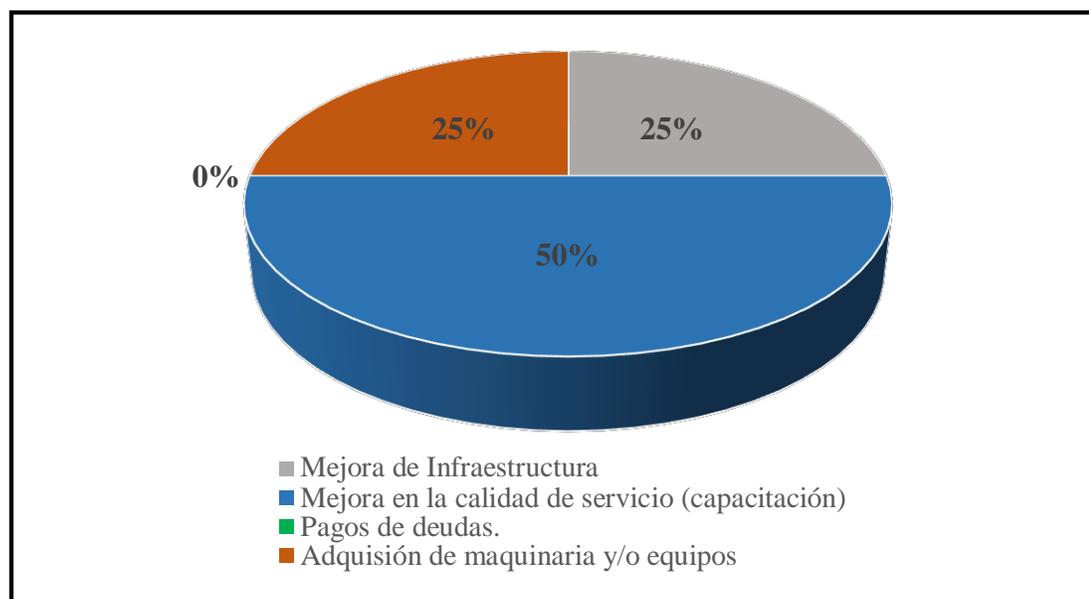


Figura 15: Gráfico circular que representa en porcentajes el destino o uso final del financiamiento, por parte de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 15 se visualiza el uso o destino final del capital por parte de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Tabla N° 16. Monto inicial de inversión.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,000 a 5,000	0	0%
5,000 a 10,000	2	50%
10,000 a 15,000	2	50%
15,000 a más	0	0%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares. Elaboración propia.

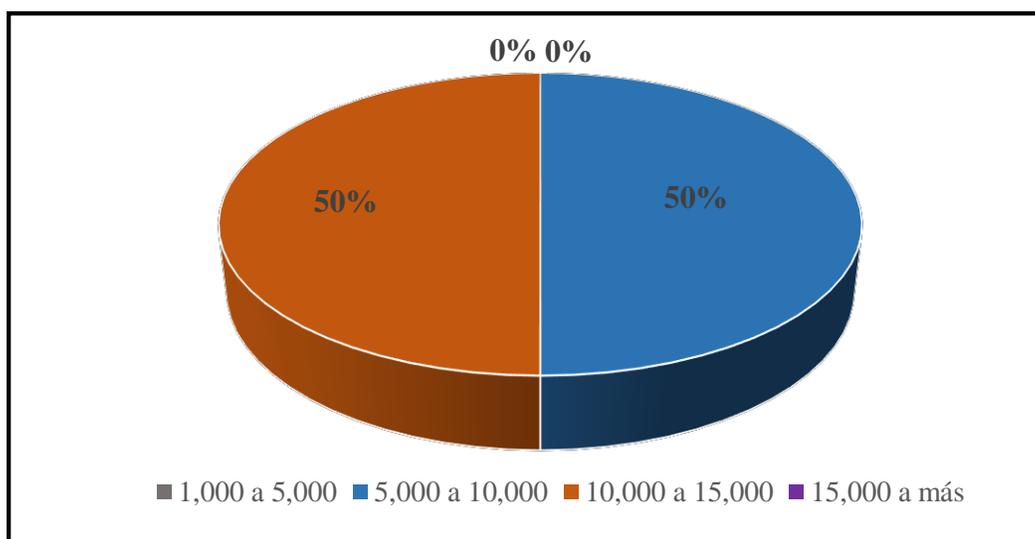


Figura 16: Gráfico circular que representa el monto inicial de inversión con el que se da paso a la formación de las MYPES.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 16 se conoce los monto iniciales con el que se da pie a la constitución de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares

Tabla N° 17 Priorización de la Inversión

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capacitación de personal	2	50%
Obtención de equipos con tecnología de punta.	1	25%
Mejoramiento y/o ampliación de infraestructura	0	0%
Inversión en publicidad	1	25%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia

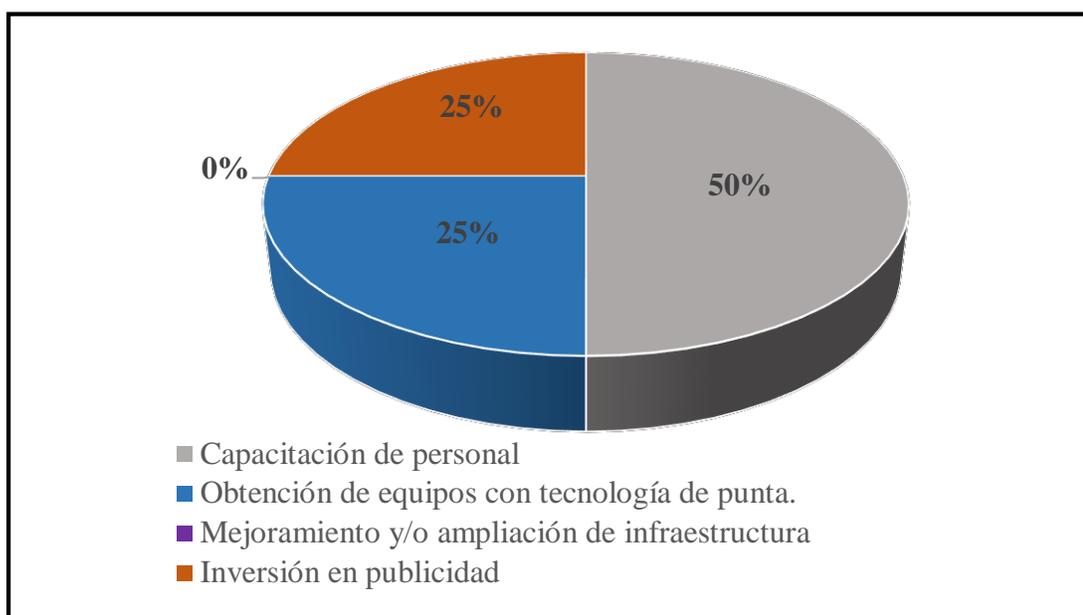


Figura 17: Gráfico circular que representa la priorización de la inversión de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 17 se da conocer las forma en como se prioriza por parte de LAS MYPES en estudio, la inversión obtenida en base a los servicios prestados hacia sus clientes.

Tabla N° 18 Frecuencia de solicitud del Financiamiento

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	2	50%
1 a 2 veces al año	2	50%
de 3 veces a más al año	0	0%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

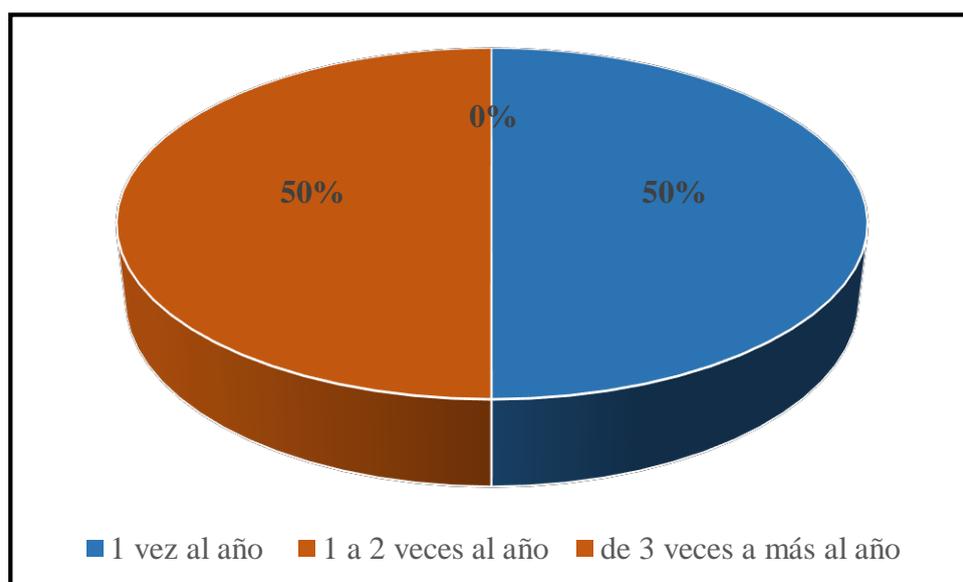


Figura 18: Gráfico circular que representa la frecuencia de solicitud del Financiamiento por parte de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 18 se da conocer la frecuencia en que se solicita el financiamiento por parte de los encargados de las MYPES para diversos destinos del capital.

Tabla N° 19 Satisfacción con el monto financiado.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente suficiente y oportuno	2	50%
No fue el monto esperado.	0	0%
La cantidad aprobada fue muy limitada	2	50%
No fue suficiente y oportuno	0	0%
Total	4	100

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios y/o administradores de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

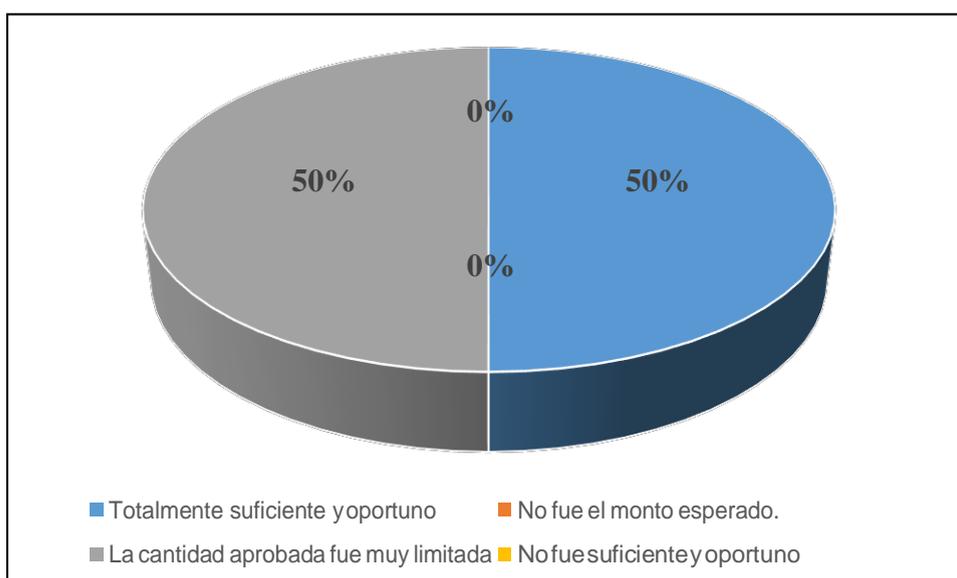


Figura 19: Gráfico circular que representa el grado de satisfacción con el monto obtenido con el financiamiento por parte de los encargados de las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 19 se identifica la satisfacción que expresan los encargados de las MYPES en estudio, con el monto obtenido con el financiamiento.

5.1.2 Resultados Variable Competitividad.

5.1.2.1 Dimensión Estrategias Competitivas.

Tabla N° 20 Precios ofrecidos por las Clínicas Particulares.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Relativamente iguales	8	9%
Son montos elevados	11	12%
Están accesibles al cliente	30	32%
Tienen sus diferencias en algunas especialidades	43	47%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

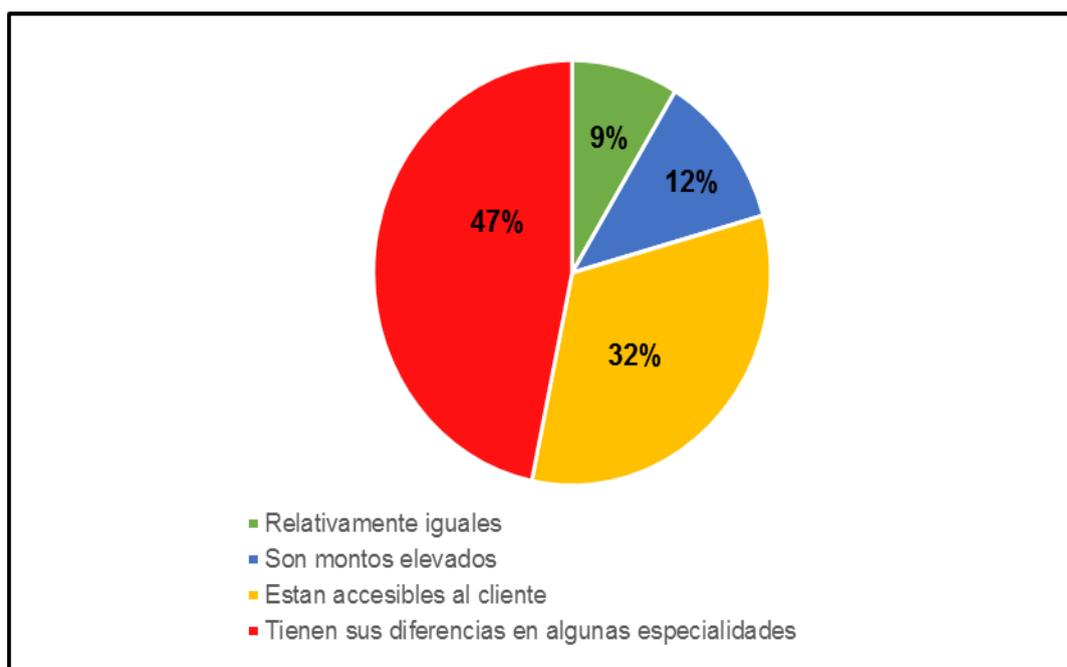


Figura 20: Gráfico circular que los precios ofrecidos por las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 20 se obtiene resultados en base a la forma en como considera los precios ofrecidos por parte de los clientes.

Tabla N° 21 Motivos de fidelización con las Clínicas Particulares.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Su precio de consultas	28	30%
Atención de Calidad	17	19%
Staff médico	33	36%
Equipos de alta tecnología	14	15%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

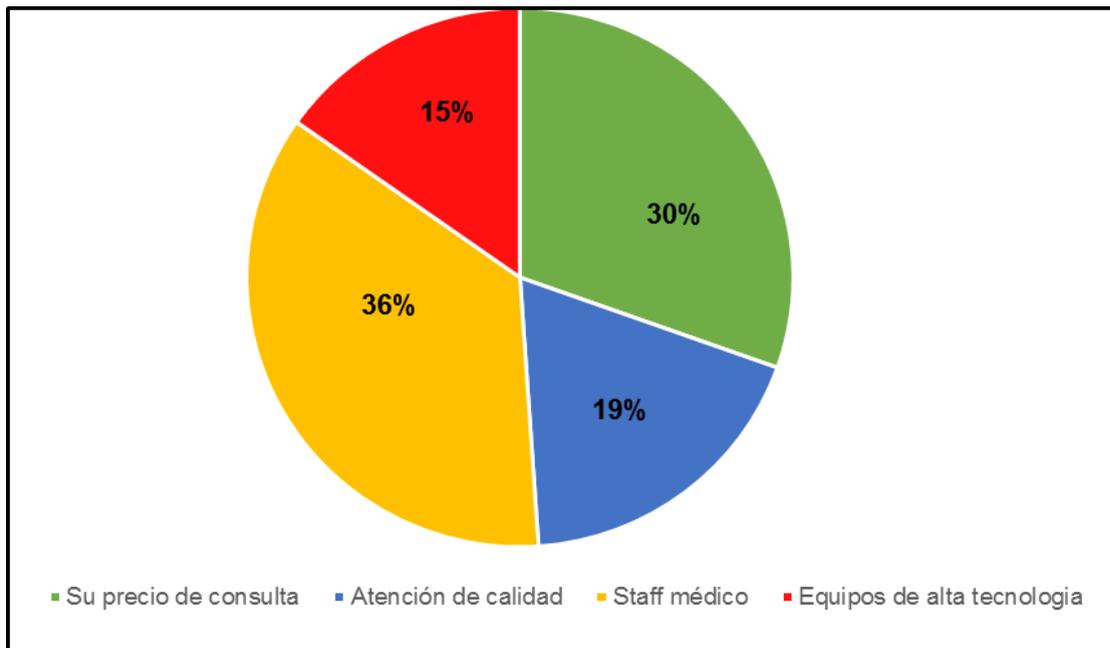


Figura 21: Gráfico circular que representa los motivos por el que se fideliza un cliente con las MYPES en estudio.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 21 se conoce los motivos por los que un cliente se siente fidelizado con las MYPES en estudio competitivas ubicadas en la provincia de Talara.

Tabla N° 22 Calificación de los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	21	23%
Regular	45	49%
Malo	18	19%
No precise	8	9%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

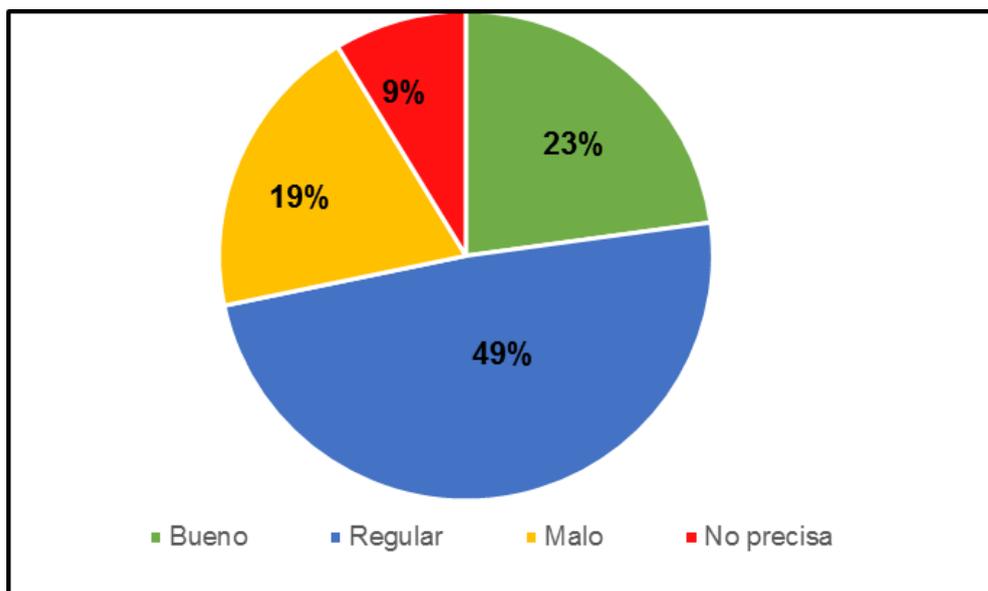


Figura 22: Gráfico circular que representa la calificación según la perspectiva de los clientes en base a los servicios ofrecidos por MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 22 se observa la manera en que los clientes de las MYPES en estudio califica los servicios que ofrecen.

Tabla N° 23 Tipo segmento socioeconómico cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	21	23%
Medio	43	47%
Bajo	9	10%
No precise	19	20%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

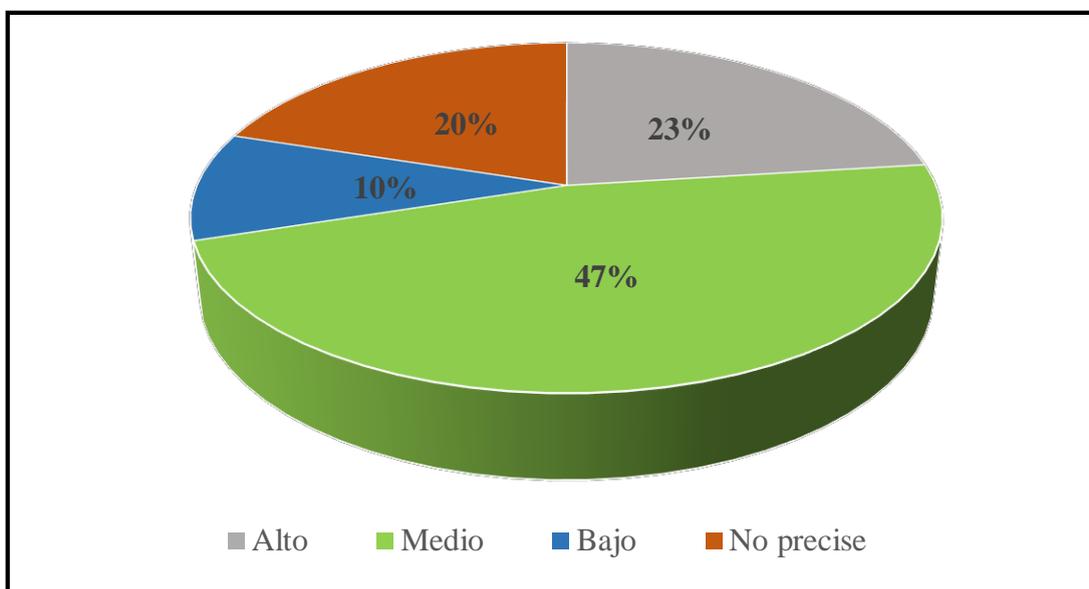


Figura 23: Gráfico circular que representa los segmentos socioeconómicos que cree que están dirigidas las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 23 se obtiene información acerca de los segmentos que cree que están dirigidas las MYPES en estudio, según el punto de vista de los clientes de la provincia de Talara.

Tabla N° 24 Aspectos para la elección de una Clínica Particular

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Infraestructura del local	6	6%
Adecuado equipamiento de salud	6	7%
Atención del personal medico	34	37%
Atención del personal de apoyo administrativo	9	10%
Horarios de Atención	16	17%
Precios de las consultas.	21	23%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

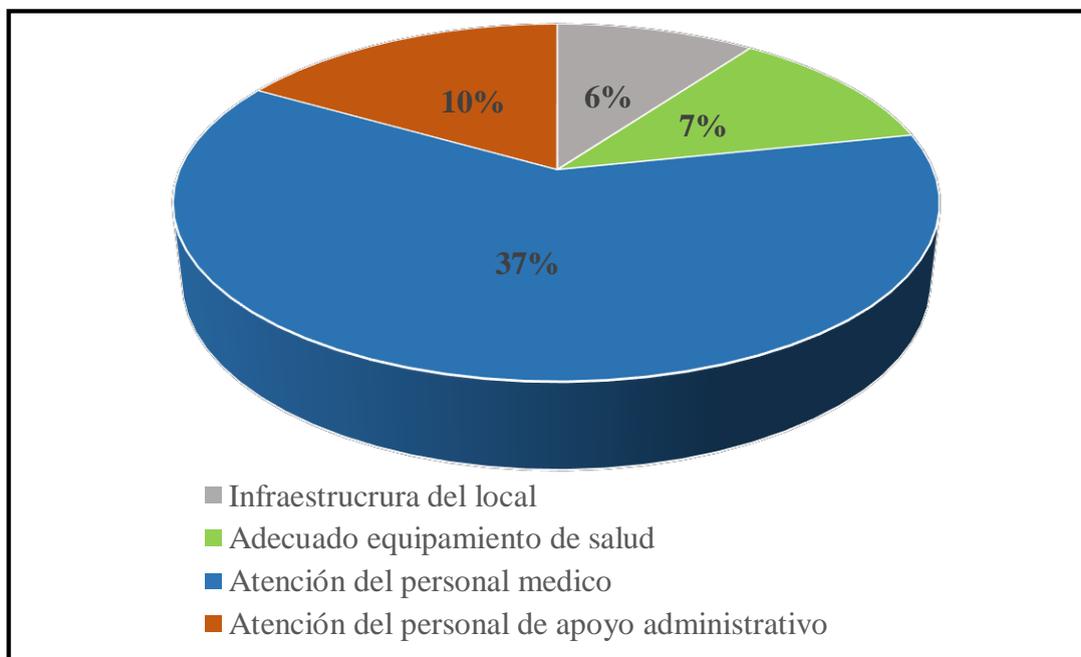


Figura 24: Gráfico circular que representa los aspectos por los que los clientes eligen las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 24 se visualiza aquellos aspectos que los clientes creen que son importantes para la elección de las MYPES en estudio.

5.1.2.2 Dimensión Ventaja Competitiva.

Tabla N° 25 Distribución de las Instalaciones de las MYPES en estudio.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	16	17%
Necesita hacer algunos cambios	44	48%
No tiene buena distribución en su infraestructura	11	12%
No precisa	21	23%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

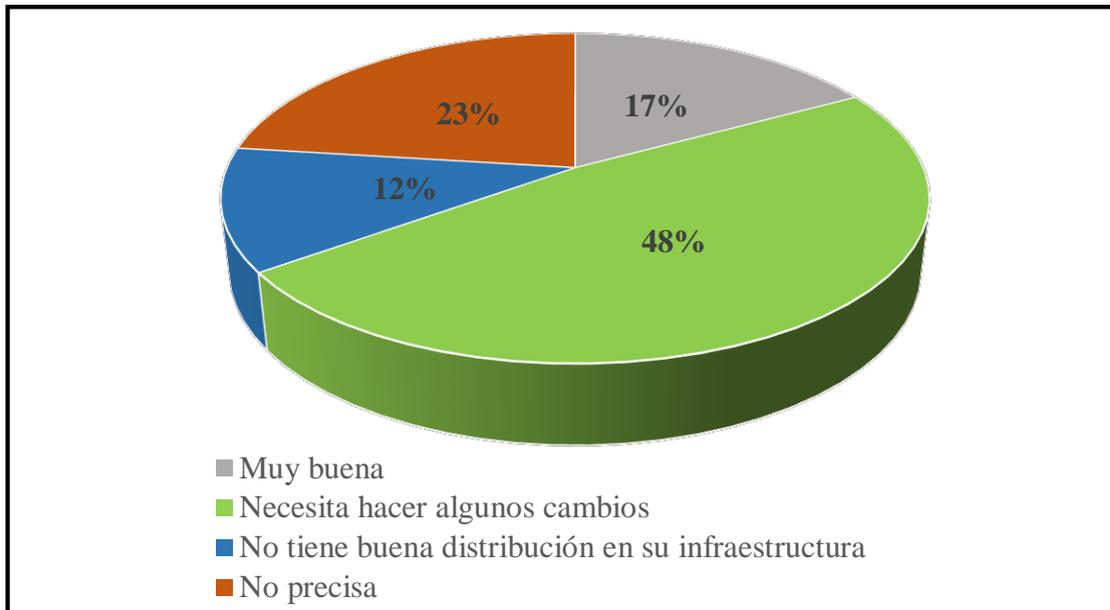


Figura 25: Gráfico circular que representa la forma en que el cliente califica la distribución de las instalaciones de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 25 se obtiene información acerca de la manera en como los clientes califican la forma en que esta distribuida las instalaciones de las MYPES en estudio.

Tabla N° 26 Servicio que ofrece las MYPES

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	52%
No	25	27%
No precisa	19	21%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

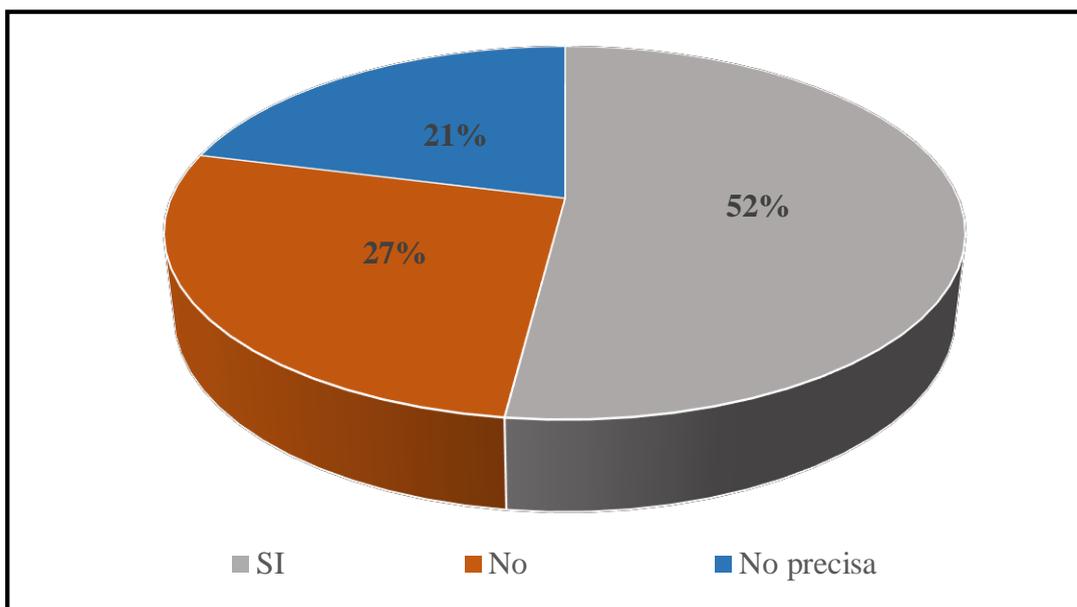


Figura 26: Gráfico circular que representa los servicios que ofrecen las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.
Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 26 se obtiene información en base a los servicios ofrecidos por las MYPES en estudio, según la apreciación de los clientes de las MYPES en estudio.

Tabla N° 27 Ubicación Geografías de las MYPES en estudio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	54%
No	24	26%
No precisa	18	20%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

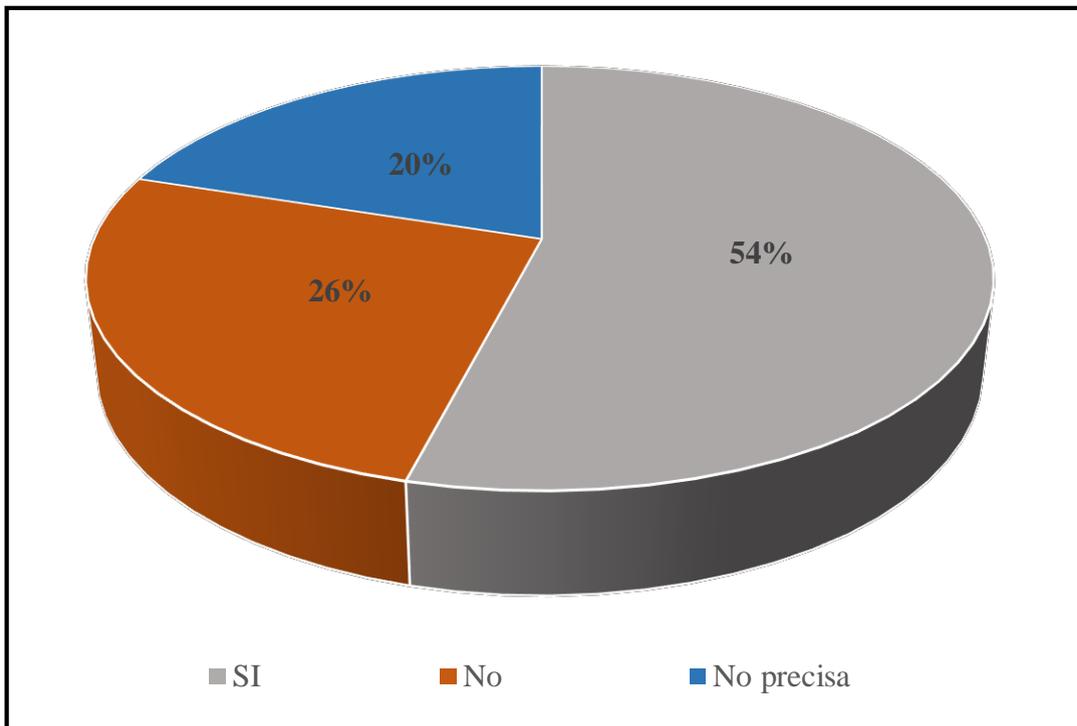


Figura 27: Gráfico circular que representa la ubicación geográfica de las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 27 se visualiza datos en base a la ubicación geográfica de las MYPES en estudio, según la apreciación de los clientes de las MYPES en estudio.

Tabla N° 28 Aspectos en los que se marca la diferencia entre las MYPES en estudio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención	21	23%
Precios	38	41%
Ubicación	5	6%
Calidad de medicos	28	30%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

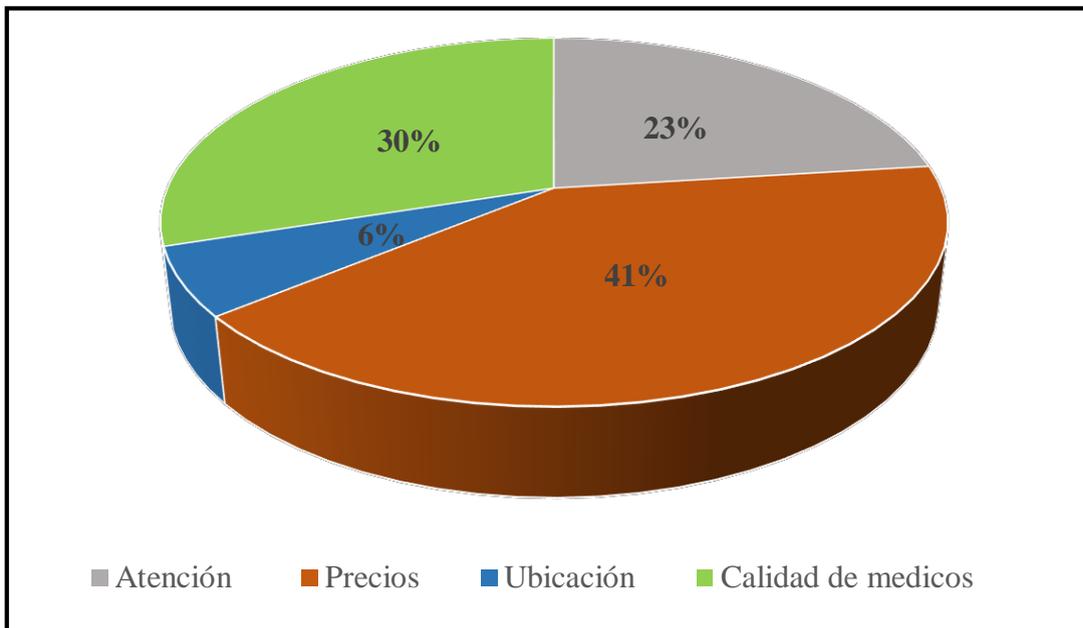


Figura 28: Gráfico circular que representa aspectos diferenciadores entre las MYPES dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 28 se visualiza datos en base a los aspectos en los que se marca la diferenciación entre las MYPES en estudio, según la apreciación de los clientes de las MYPES en estudio.

Tabla N° 29 Mejor MYPE dedicada al rubro de Clínicas Particulares.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Clínica Santa Beatriz	13	14%
Clínica Torres	25	27%
Clínica Vigo	11	12%
Clínica Sanna	43	47%
Total	92	100

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes de las MYPES rubro Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

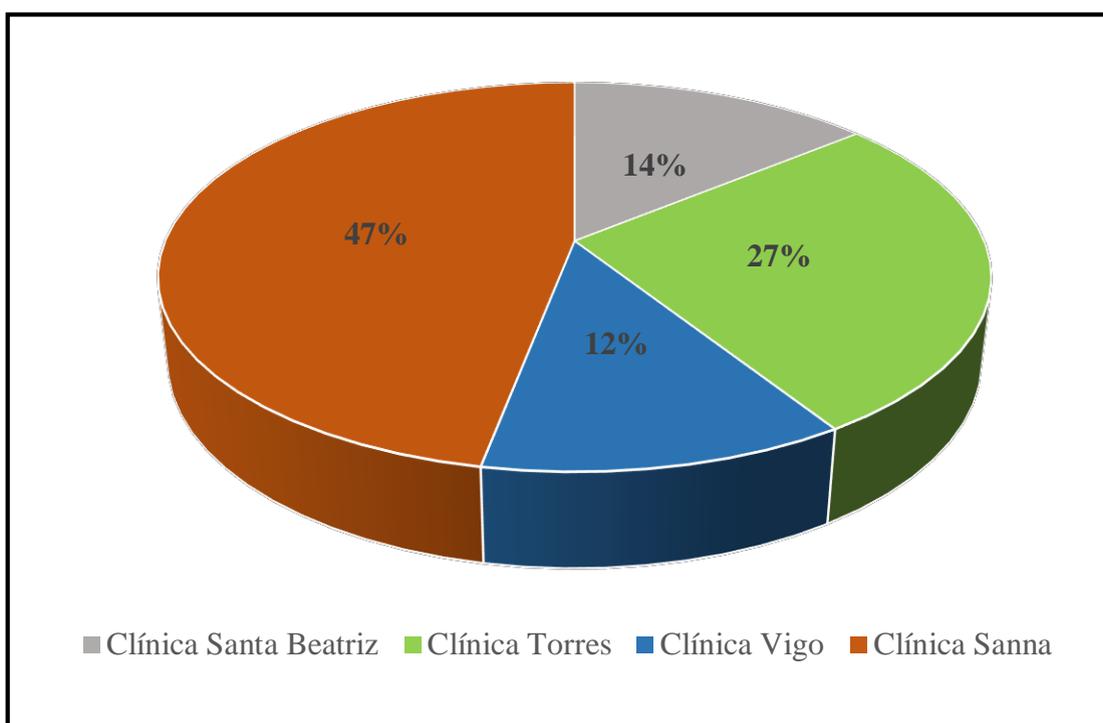


Figura 29: Gráfico circular que representa la mejor MYPE dedicadas al rubro de Clínicas Particulares.

Elaboración propia.

En la Tabla y Figura 29 se vizualiza datos en base a la mejor MYPES dedicados al rubro de Clínicas Particulares, según la apreciación de los clientes de las MYPES en estudio.

5.2 Análisis de Resultados.

5.2.1 Análisis de Variable Financiamiento.

5.2.1.1 Dimensión Fuentes de Financiamiento.

En la tabla y Figura 1 se analiza En los inicios de la formalización de la MYPE, ¿El capital inicial fue mediante la participación de socios aportantes?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, arrojan como respuesta que no trabajan con capital social de socios.

Estos datos se confirman con la investigación hecha por Herrera (2017), donde indica las aportaciones de socios es utilizada en 95% por las empresas encuestadas en la investigación de ese autor, asimismo el 4% indica que no trabajan con aportaciones de socios.

Fernández (2015), hace la conjetura que las empresas no se arriesgan mucho a trabajar con dinero de capital social dado a que puede suscitarse problemas con los socios, asimismo otros microempresarios indican que no lo hacen porque prefieren tener un financiamiento con entidades que les brinde benéficos y les alivie inconvenientes entre socios y/o compañeros de trabajo.

En la tabla y Figura 2 se analiza la pregunta ¿Se realiza la repartición de utilidades entre los socios?, a lo que se tiene como resultados que el 100% que significa el porcentaje total, manifestaron que no reparten las utilidades, prefieren reinvertirlas o mejor no trabajar con este tipo de financiamiento.

Estos datos se contrastan con la investigación hecha por Olivares (2017), donde indica que el 77 % de los propietarios de estos negocios afirma que no

realizan repartición de utilidades, el 23 % dice que sí recibieron las utilidades, como se observa la mayoría de las empresas no realizan repartición de utilidades, los propietarios también afirman que no conocen con exactitud la utilidad que obtienen.

Para Merino (2016), la reinversión permite evitar la dilución de su propiedad, ya que cuando un inversionista compra la equidad en una empresa, se convierte en propietario parcial, por lo general con los correspondientes derechos de control. Mediante el uso de las utilidades reinvertidas en lugar de equidad externa, los dueños de negocios pueden evitar la dilución de sus derechos de propiedad y control.

En la tabla y Figura 3 se analiza la pregunta ¿La empresa alguna vez capitalizo sus utilidades? a lo que se tiene como resultados que el 100% que significa el porcentaje total, manifestaron que no capitalizan sus utilidades.

Estos datos se contrastan con la investigación hecha por Arazabal (2018), donde indican que el 49 % de las empresas encuestadas afirma que capitalizan sus utilidades obtenidas, mientras que el 21 % dice que no capitaliza sus utilidades y un 30 % no opina sobre sobre el tema.

Para Rodríguez (2016), indica que el capitalizar las utilidades trae beneficio para los socios, ya que al capitalizar las utilidades no le serán cobrados impuestos. Según el artículo 49 del estatuto tributario, parte de las utilidades que se distribuyan a los socios no son gravadas puesto que ya pagaron Impuesto de renta en cabeza de

la sociedad, pero la otra parte si es gravada al momento de distribuirse a los socios. Pero según el artículo 36-3 del estatuto, si estas se capitalizan no se gravarán.

En la Tabla y Figura 4 se analiza la pregunta ¿La Mype se ha financiado con la venta de algún activo fijo?, a lo que se tiene como resultados que del 100% de los empresarios encuestados indicaron que no se financian sus MYPES de esa manera.

Para lo cual Vega (2015) indica que el 92 % de las empresas encuestadas afirma que no se financian con los activos fijos así tengan un valor monetario significativo, el 8 % dice que sí se financian mediante activos fijos.

En la Tabla y Figura 5 se analiza la pregunta ¿La Mype tiene créditos otorgados con entidades financieras?, a lo que se tiene como resultados que del 100% de los empresarios encuestados indicaron que si realizan su financiamiento con entidades financieras.

Para lo cual Olivares (2017) indica que el 100 % de las empresas encuestadas afirma que sí se financian mediante entidades financieras.

En la Tabla y Figura 6 se analiza la pregunta ¿Con qué entidad financiera trabaja para la obtención del capital?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% de los administradores y/o propietarios indican que obtienen su financiamiento con entidades Bancarias tales como Banco Interbank, Banco Continental, dejando así en un lugar de menor importancia a las Microfinancieras ubicadas en la provincia de Talara como son

Inversiones la Cruz, Financiera CrediScotia, Efectiva S.A y Compartamos Financiera y Cajas Municipales ya sean Caja Sullana y Caja Piura.

Esta información se contrasta con el análisis hecho por Arazabal (2018), donde obtuvieron como resultados en base a la aplicación de su instrumento de recolección de datos, que del 100% de las personas encuestadas el 67% de las MYPE odontológicas de Huaraz, si conocen que son las fuentes de financiamiento, que los préstamos hechos con la entidad financiera que le ha otorgado Financiamiento en un 50% fueron los bancos.

Finalmente para Tavera (2018) las fuentes de financiamiento más utilizadas por las MYPES son las entidades bancarias, ya que le brinda al empresario la confianza por ser una entidad sólida y segura, información que se corrobora al momento de aplicar el cuestionario, dado a que los empresarios y/o propietarios entrevistados indicaron que los bancos quizás pueda demorar en el tiempo de entrega del dinero, así como los requisitos para solicitar el financiamiento sean engorrosos, pero ellos prefieren hacerlo con estas entidades dado a que se les hace más fácil el retiro del dinero por ya tener una cuenta bancaria en esa misma entidad, por brindarles formas de pago mucho más amplias es decir en muchos más años, que el resto de entidades no le proponen.

En la Tabla y Figura 7 se pone en estudio la pregunta ¿Se le hace fácil y accesible la obtención de un préstamo?, por lo que arroja como resultados, que 100% indica que el si se les hace fácil la obtención de su financiamiento por el tiempo que vienen trabajando con estas entidades.

En la Tabla y gráfico N° 8 se analiza la pregunta ¿En qué tiempo de duración de pago establece su financiamiento?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% trabajan con un financiamiento a corto plazo y el 50% con un financiamiento a largo plazo.

La información obtenida se confronta de manera desigual con el estudio hecho por Arestegui (2018), donde indica que el 75% de los micro y pequeños empresarios encuestado optaron por un financiamiento a largo plazo, mientras que el 25% de las empresas encuestas optaron un financiamiento a corto plazo.

Asimismo Fernández (2017), indica que los plazos de fijación en el pago del financiamiento se deben de dar en base a una evaluación del flujo de efectivo y la relación costo – beneficio, con el fin de maximizar la rentabilidad de la empresa, es por ello que muchos empresarios deciden hacer su planeación de pago a largo plazo dado a que buscan evitar que disminuya la rentabilidad financiada con los activos fijos y algunos circulantes con deuda a largo plazo, mientras que otros deciden hacer mediante corto plazo dado a que de esta manera garantizan que el negocio cuenta con el capital de trabajo para llevar sus operaciones.

En la Tabla y gráfico N° 9 se analiza la pregunta ¿La MYPE cuenta con líneas de crédito para financiarse en caso le falte liquidez?, a lo que se tiene como resultados que el 100% que significa el porcentaje total, manifestaron que no trabajan con en líneas de crédito, porque prefieren financiarse de otras formas.

En la Tabla y gráfico N° 10 se analiza la pregunta ¿La MYPE cuenta con financiamiento hipotecario?, a lo que se tiene como resultados que el 100% que significa el porcentaje total, manifestaron que no trabajan con en líneas de crédito, porque prefieren financiarse de otras formas.

En la Tabla y gráfico N°11 se analiza la pregunta ¿Alguna vez a desarrollado la MYPE su financiamiento mediante arrendamiento financiero?, a lo que se tiene como resultados que el 100% que significa el porcentaje total, manifestaron que no trabajan con en líneas de crédito, porque prefieren financiarse de otras formas.

En la Tabla y Figura 12 se pone en estudio la pregunta ¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cuál solicita su financiamiento?, por lo que arroja como resultados, que los principales beneficios son las tasas de interés con un porcentaje del 50%, un 25% las cuotas son accesibles y con el otro 25% por la atención de calidad.

Sin embargo, esta información es desigual con los resultados obtenidos por Andrade (2016), en su análisis arriba a que el 38% prefieren a la entidad financiera por las cuotas accesibles de pago, el otro 38% las tasas mínimas de interés que cobra la entidad financiera y el 24% respondió que prefieren a la entidad financiera por la atención de calidad.

Por otro lado Martínez (2016) indica que los principales beneficios que le pueden proporcionar las entidades financieras a las MYPES de manera general, son las cuotas flexibles, las cuales les permiten a los empresarios, realizar pre-pagos sin ninguna penalidad, es decir cuotas adelantadas o amortizaciones disminuyendo así los intereses y cancelando en menos tiempo el préstamo, asimismo los beneficios son los plazos de pago que pueden ser dentro de los periodos de 3 meses a 24 o más meses, dependiendo específicamente del compromiso de pago que pactan la entidad con el solicitante del financiamiento.

En la Tabla y gráfico N° 13 se analiza la pregunta ¿Cuál fue el aspecto primordial que consideró pertinente para la elección de la entidad financiera?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% indica que el aspecto primordial es para ellos las tasas de interés, 25% plazos fijos y el otro 25% recomendación de allegado.

Esta información se contrasta con el análisis hecho por Aguilar (2017), donde se obtiene que los empresarios consideran como aspecto primordial para la elección de la entidad financiera en un 33% por la rapidez en la entrega de créditos, un 27% menor exigencias en las garantías, el 23% mayor plazo de pago, mientras que el 17% se basan en la menor tasa de interés.

Por otro lado, Sánchez (2016), en su análisis hecho a los microempresarios de la ciudad de Piura, arriba que los aspectos en base a los factores determinantes en la elección de una institución financiera, son mayoritariamente en las tasa de interés, en un segundo nivel las facilidad o accesibilidad al crédito que para algunos empresarios esto aún es problema, por la falta de asesoría personal del personal

idóneo de las entidades financieras y finalmente detalla que el tiempo de desembolso a veces es muy tediosos porque los citan a una hora exacta y sucede que aún ni siquiera estaba aprobado el crédito.

En la Tabla y gráfico N°14 se analiza la pregunta ¿Cuál fue el requisito limitante con el que tuvo que enfrentarse para acceder al financiamiento?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% demora de la aprobación del crédito, 25% demasiados requisitos y el otro 25% plazos de pagos cortos.

Datos que al compararse con el estudio hecho por Herrera (2017), se visualiza que la única entidad financiera que existe en esa zona es son las cooperativas de ahorro y crédito y estas no son instituciones tan concurridas a las que se dedican a prestar un servicio a las personas, y en caso lo otorgando es mediante montos pequeños y con plazos no muy largos, motivo por el cual es uno de los requisitos limitantes a los que no pueden acceder al financiamiento, asimismo otro inconveniente son los trámites engorrosos hacen también que también se vuelva una dificultad para acceder al financiamiento.

Asimismo, para Sánchez (2015), identifica que los principales requisitos limitantes en la falta de crédito son en base a la formalización de las MYPES, así como las tasas de interés son superiores a los que puede asumir la entidad y los requisitos documentarios engorrosos.

En la Tabla y gráfico N° 15 se analiza la pregunta ¿Cuál es el destino o uso final del capital obtenido mediante la entidad financiera?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% indica que usó el dinero para la mejora en la calidad de servicio (capacitación), 25% para mejoras en la infraestructura y el otro 25% para la adquisición de maquinaria y/o equipos.

Esta información se contrasta con la tesis de Arazabal (2018), donde se identifica que la mayoría de los empresarios han optado por recurrir a préstamos y darle una utilidad en capital de trabajo representando un 52%; seguido por la adquisición de activo fijo (27%); para ampliar dichos negocios y cumplir con los pagos a proveedores (5%) también una pequeña parte del financiamiento es invertido en la compra de materia prima el (17%).

Sin embargo, Távora (2016), en su investigación indica que, en referencia al destino de los créditos otorgados, el mejor uso que se le debe de dar por parte del empresario sea en la compra de materia prima tal como adquisición de maquinaria de última tecnología, de esta manera se podrá colocar dentro de las mejores clínicas y pensar recién en la expansión de nuevas empresas dedicadas a este rubro como a nuevos campos de interes.

5.2.1.2 Dimensión Aplicación del Financiamiento.

En la Tabla y gráfico N° 16 se analiza la pregunta ¿Cuál fue el monto capital con el que inicio la MYPE?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% precisa que los montos oscilaron entre 5,000 a 10,000 soles y el otro 50% fue entre los montos de 10,000 a 5,000 soles.

Esta información se contrasta con el análisis hecho por Aguilar (2017), identifica con la aplicación de su cuestionario que las medianas y pequeñas empresas un 42% han podido invertir en S/. 15 000 y un 35 % han invertido en S/. 10,000, y solo un 13% invirtieron s/20 000, y tan solo un 8% de MYPES; se han constituido con un total de S/. 5,000. Esta información confirma que muchos emprendedores han sido de la idea de formar un negocio; y han decidido arriesgarse con elevadas cantidades de dinero para invertir en el inicio de sus pequeños negocios de actividad económica comercial; empezando al inicio de las tareas encomendadas en las que han invertido.

Por otro lado, Molina (2016), identifica que los microempresarios comúnmente optan por solicitar tan solo un crédito al año, que por lo general oscila entre los S/. 5 000 y S/. 10 000, lo inusual es que se detectó que la tendencia del importe del préstamo es idéntica a la del endeudamiento actual, lo cual hace la renovación de préstamos como algo recurrente, algo hasta cierto punto insano ya que el microempresario siempre está endeudado y trabajando prácticamente el dinero de la entidad financiera.

En la Tabla y gráfico N° 17 se analiza la pregunta ¿Cómo prioriza invertir el financiamiento de la MYPE?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% en capacitación del personal, 25% en obtención de equipos con tecnología de punta y el otro 25% en inversión de publicidad.

Estos datos se contrastan con el estudio hecho por Martínez (2016), en su tesis muestra la forma en que priorizan sus inversiones los empresarios son con un 45% en mejoramiento de la infraestructura, el 19% publicidad, un 15 % en capacitación, el 12% lo hizo en obtención de equipos con tecnología, con la visión de tener mayor rentabilidad y ser competitivo en el mercado, buscando a su vez la diversificación y obtener mayores ingresos.

Para Morales (2016), las entidades financieras, precisa que la gran mayoría de las organizaciones consideran importante y como aspecto primordial invertir en la publicidad, así como la capacitación de su personal, dado a que de ello depende que la MYPE se mantenga en el mercado, luego de estos dos puntos importantes se puede hacer uso del capital para arreglos en infraestructura o adquisición de equipos.

En la Tabla y gráfico N° 18 se analiza la pregunta ¿Con que frecuencia solicita el financiamiento?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% solicita su financiamiento 1 vez al año, mientras que el otro 50% lo solicita de 1 a 2 veces al año.

Esta información se contrasta con la tesis de Viera (2016), en donde se tiene como resultados que el 88% de los encuestados dieron conocer que la frecuencia con la que realizan su financiamiento es entre 1-3 años y el 12% lo hace entre 2-5 años para solicitar dicho préstamo.

Por otro lado, Reyes (2015) afirma que el 40% de los propietarios por las expectativas obtenidas en solicitar y obtener crédito se animaron a solicitar otro. Por lo general las MYPE con mayor participación en el mercado después de terminar de cancelar un crédito solicitan otro gracias a la facilidad que les brinda las entidades financieras, así mismo la tasa de interés que obtienen es baja.

En la Tabla y gráfico N°19 se analiza la pregunta ¿Cuál fue el grado de satisfacción que le genero el monto financiado?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 50% indica que fue totalmente suficiente y oportuno, mientras que el otro 50% indica que la cantidad fue muy limitante.

Esta información esta desigual al compararlas dado a que Martínez (2016), en su investigación donde indica que de los propietarios encuestados el 70% no obtuvo el monto solicitado en el financiamiento, mientras que al 30% si se le otorgó.

Así mismo Pimentel (2015) afirma que el 66.67% de MYPE obtuvieron el monto solicitado, pero esto no es frecuente, ya que cuando solicitan un crédito se brinda el monto que se desea pues los bancos tienen que estar seguros de las MYPE a las que financiaran, es por ello que se debe sustentar los ingresos con los que

cuentan. En este caso los bancos, son las entidades financieras que ponen mayor barrera al momento de otorgar un crédito o quizá si lo otorgan, pero no la cantidad requerida por el propietario. Finalmente concluye que los propietarios si obtienen el monto solicitado, ya que son aquellos que generalmente sustentan de manera adecuada sus ingresos y además no tienen una tasa de endeudamiento elevado lo que les permitirá invertir en su negocio.

5.2.2 Análisis de Resultados Variable Competitividad.

5.2.2.1 Estrategias Competitivas.

En la Tabla y gráfico N° 20 se analiza la pregunta ¿Cómo considera que son los precios ofrecidos por las clínicas particulares?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 9% indica que son relativamente iguales, 12% son montos elevados, 32% están accesibles al cliente, 47% tienen sus diferencias.

Información que se contrasta de manera desigual, dado a la investigación hecha por Peña (2016), en se observa que el 54% de los clientes encuestados consideran que los precios que fija la clínica son medios, el 44% indican que los productos que ofrece el restaurante tiene precios que son accesibles y el 2% señalan que los precios son altos.

Por su parte Porter (2016) señala que el valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar, al ser este punto parte de un objetivo de la competitividad, para lo cual es una lucha constante en frente la competencia en el

mercado, asimismo determina que en la estrategia de fijación de precios de manera general el 41.2% fija precios menores a la competencia, el 30.9% iguales a la competencia y el 19.1% fija su precio de acuerdo al costo más una ganancia del 10%.

En la Tabla y gráfico N° 21 se analiza la pregunta ¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 30% precios de consulta, 19% atención de calidad, 36% staff médico, 15% equipos de tecnología.

Información que se contrasta de manera desigual, con la investigación hecha por Salazar (2017), dado a en se observa que la calidad del servicio no influye positivamente con la fidelización del paciente en la clínica con un porcentaje de 67%, mientras que el 33% indica que se fideliza con una clínica por el costo de las consultas, esto hace que se evidencia que la clínica presenta deficiencias y que necesita urgente mejorar para poder seguir manteniendo a sus clientes, sino su competencia se posicionara del mercado.

Por otro lado, esta Vidal (2016) menciona que para que una persona se fidelice con una organización esta debe de quedar completamente satisfecho con el buen trato que se le da desde que se le brinda la información, así como la puntualidad de parte del servicio que está solicitando y no menos importante el respeto de hacia ambas partes, si fuera el caso que si existiese este genera un marketing de la organización de manera fluida y directa hasta el personal final.

En la Tabla y gráfico N° 22 se analiza la pregunta ¿Cómo califica los servicios ofrecidos por las clínicas particulares?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 23% bueno, 49% regular, 19% malo, 9% no precisa.

En el análisis hecho por Castro (2016) a lo cual compara y evidencia una desigualdad dado que 70.32% de los clientes dice que el servicio es bueno, sin embargo el 14,32 % considera que el servicio es regular. Además, el 15,36 % lo considera excelente.

Por otro lado Garcés (2016) dice que la ventaja competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos que ofrece además incluye la calidad como ingrediente principal para la mejora del servicio sin calidad no hay nivel de competitividad, además Bustos (2015) en su investigación propuso fortalecer una cultura que deberá ser acogida por todos los funcionarios, centrada en la creación de vínculos emocionales con los clientes, quienes formarán una conexión con la organización no por el producto o servicio ofrecido o el precio del mismo, sino por la relación y la satisfacción del cliente hacia el trato que tiene la empresa con él, basada en la confianza y en la lealtad hacia la marca, por lo consiguiente se puede decir que la relación con el cliente no solo se mide a través del servicio ofrecido sino que también en la forma de interactuar entre la empresa y el cliente.

En la Tabla y gráfico N° 23 se analiza la pregunta ¿A qué segmento socioeconómico esta dirigida las clínicas particulares? a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 47% de pacientes encuestados indican que está dirigido al sector medio, mientras que el 23% indica que está dirigido al sector y el 10% al sector Bajo y con 20% que no precisa.

Esta información concuerda con la investigación hecha por Salazar (2017), quien en la aplicación de su encuesta obtuvo como resultados que el 30% indico que las clínicas particulares están dirigidas mayormente para el sector alto, sin embargo, el 25% indica que las personas del sector medio también son las que más acuden a estas clínicas, por consiguiente 45% de los mismos encuestados no desearon responder porque se muestran inconformes a las atenciones recibidas por ambos lugares.

Por otro lado, en base a la información obtenida con la aplicación de la encuesta se puede precisar que mayormente a las Clínicas de la Provincia de Talara acuden pacientes del sector socioeconómico medio ya que por ser una de ciudad petrolera, los trabajadores de estas organizaciones adquieren su afiliación con seguros particulares por la mejor, rápida y buena atención que brinda una clínica. Pero no por eso se deja de ir pacientes de bajos recursos que a veces por motivos fortuitos hacen que se atiendan ahí por la urgencia del siniestro.

En la Tabla y gráfico N° 24 se analiza la pregunta ¿Cuáles son los aspectos que considera importante para la elección de una clínica Particular? a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 37% indican como aspecto importante la atención del personal médico, 23% precios en las consultas, 17% horarios en la atención, 7% adecuado equipamiento y el 6% en la buena distribución de infraestructura.

Esta información se contrasta con la investigación hecha por Soto (2016), donde indica que el 66% de las personas escogen una clínica por el tema del staff médico, mientras que 20% se inclina más su elección por los costos de precios de consultas y el 14% se basa más por los horarios, de esta manera no impide el trabajo de los clientes.

Para Ramírez (2015) la principal razón por lo que un paciente decide ir a una clínica y no a otra es por el sencillo motivo de que el prioriza sus gastos y ve su economía, las clínicas que menos le cobre en una consulta ambulatoria es en ella con la que se queda, sin embargo, existen casos de excepción que si buscan un servicio de calidad sin importarles los montos y aprovechan el tiempo en hacerse consultas a los médicos de otras enfermedades que tienen. Sin embargo, en Talara inclinan su balanza por la atención de calidad que reciben, por los que son un sector muy exigente en temas de salud por tan solo por tener a una entidad en caso de pacientes asegurados.

5.2.2.2 Ventajas Competitivas.

En la Tabla y gráfico N°25 se analiza la pregunta ¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de las Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara? a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 17% muy buena, 48% necesita hacer algunos cambios, 12% no tiene buena distribución en su infraestructura, 23% no precisa.

Sin embargo, estos datos comparados con la investigación hecha por Colina (2015), donde se obtiene como resultados que 50% de los encuestados está muy de acuerdo con la infraestructura de la Clínica, el otro 50% de acuerdo. El resultado nos muestra que hay un porcentaje muy parejo con respecto de la infraestructura de la Clínica.

Según Bid (2015) define que la infraestructura es un conjunto de estructuras de ingeniería, que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios, considerado para fines productivo. Y una buena infraestructura genera productividad, por lo cual Mark (2017) explica que una buena infraestructura es la base material en la que se basa la sociedad y juegan las fuerzas y las relaciones de producción. Asimismo, la infraestructura es la base material de una sociedad y la que determinará la estructura social, el desarrollo y el cambio social de la misma, incluyéndose en estos niveles las fuerzas productivas y las relaciones de producción que en la misma se dan.

En la Tabla y gráfico N°26 se analiza la pregunta ¿La manera en cómo le ofrecen el servicio las MYPES en estudio, es el adecuado para usted? a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 52 considera que, si es adecuado el servicio, mientras que el 27% indica que no es el adecuado el servicio y un 21% no precisa con la pregunta.

En la investigación hecha por Velásquez (2015), se obtiene como resultados que el 64% considera que se le brindo un servicio adecuado y el 36% indico que es poco profesional.

Para Deming (2015) comenta que es importante que las organizaciones identifiquen los servicios que prestan y medirlos con los niveles de satisfacción que están generando en sus clientes, para mantenerse y crecer en estos mercados cada vez más competitivos y excelentes, más por su volumen e importancia, que por el desarrollo de las empresas. En efecto para lograr este objetivo el camino a seguir es la calidad. Una forma de obtener una mayor calidad es mejorando la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos. Asimismo, Deming analiza que la calidad de servicios es un elemento clave para la empresa, para que sus clientes se encuentren confiados con la clase de máquinas que trabaja, además para que se sienta satisfecho y más aún promocióne su buen servicio que brinda.

En la Tabla y gráfico N°27 se analiza la pregunta ¿Considera que la ubicación geográfica de las MYPES en estudio es la más adecuada?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 54% precisa que, si se encuentran en una buena ubicación, mientras que el 26% indica que la ubicación no es la correcta y el 20% no precisa sobre la pregunta realizada.

Asimismo, en la tesis de Andrade (2015) se contrasta la información de manera desigual dado a que el 59% de los clientes indican que la MYPE se encuentra en una buena ubicación, sin embargo, el 41% manifiesta que la ubicación no es la correcta.

Bustos, (2016) precisa que la localización estratégica el lugar de trabajo tiene un marco de referencia para poder ubicarse. Según Castillo (2015), la predisposición al comercio para aprovechar las ventajas geográficas, las distancias a destinos y las políticas de apoyo a sectores diferenciados, desempeñan un rol fundamental.

En la Tabla y gráfico N°28 se analiza la pregunta ¿Qué es lo que marca la diferencia entre MYPES?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 23% precisa en atención, 41% en precios, 6% ubicación y el 30% calidad de médicos.

Información que se contrasta con el estudio hecho por Reyes (2017), donde refiere que no están aplicando esta estrategia competitiva ya que los servicios no tienen diferencia alguna y es similar a la de la competencia en un 82,81 % mientras que solo el 17.19% considera que las empresas se diferencian a la hora de brindar su servicio.

Garcés, (2016) considera que la ventaja comparativa o competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone, y los mismos de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo esto posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. El concepto de competitividad nos hace pensar en la idea “excelencia”, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

En la Tabla y gráfico N°29 se analiza la ¿Cuál es la clínica que considera como la mejor en la provincia de Talara?, a lo que se tiene como resultados que del 100% que significa el porcentaje total, el 14% Clínica Santa Beatriz, 27% Clínica Torres, 6% Clínica Vigo, 47% Clínica Sanna.

Información que se contrasta con el estudio hecho por Colina (2015), donde refiere en su tabla 12 denominada “Posicionamiento en el Mercado” el estudio muestra que el nombre de empresas de este rubro que se les hace más familiar son: “Norpress” con un 24,74 %, seguida de Apu Films - Apu Films con 11,72, Enlace Comunicación Integral S.R.L. 8,33, La Chicha Films S.A.C. 7,55 %, Dardo Comunicaciones De Marketing, E.I.R.L 6,77 %, Leigh Peru 9,90% , Fefe Studio 4,95% mientras tanto el 16,93% no precisa o desconoce alguna empresa en estudio.

Para Flores (2015) dicen en su estudio que se hace importante y clave definir estrategia competitiva se puede utilizar para lograr una ventaja competitividad sin embargo la construcción de una marca hace que las empresas sean más fuertes y competitivos; las alianzas con los organismos claves son fundamentales; sin embargo una empresa que se pueda posicionar en el mercado es fruto de un trabajo continuo.

VI. CONCLUSIONES.

Se conoció que las Fuentes de Financiamiento con las que trabajan las MYPES en estudio, es mediante el financiamiento externa siendo estas, las entidades Financieras Bancarias, asimismo los beneficios que reciben los empresarios son el recibir el dinero solicitado completo y sin ningún descuento, con tasas de interés bajas, que por ser clientes consecutivos de estos bancos su tiempo de duración del préstamo largo plazo, asimismo el requisito limitante fue la demora en la aprobación del crédito pero esto no son impedimentos para acceder al financiamiento.

Se describe que la aplicación y/o uso del financiamiento por parte de los administradores de las MYPES en estudio, es en mejorar la calidad del servicio por parte de los trabajadores mediante capacitaciones, la adquisición de equipos de alta tecnología, asimismo cambios en la infraestructura ya sea en la construcción de nuevos consultorios, ampliación de áreas que se encuentren congestionadas, o en la adquisición de nuevos sistemas para una mejor atención al usuario, todo esto ha sido posible hasta el momento, dado a que los montos solicitados han sido completamente suficientes, solicitando su financiamiento entre 1 a dos 2 veces al año.

Se identifica que las estrategias competitivas aplicadas por las MYPES en estudio, son el liderazgo en costo con los precios ofrecidos por las consultas, la diferenciación en base al servicio de calidad que ofrecen hacia los pacientes tanto del personal médico como administrativo, y la estrategia de enfoque a lo cual estas MYPES dirigen sus servicios al sector socioeconómico medio quienes cuentan o no con seguros.

Se conoce que las ventajas competitivas con las que cuenta las Clínicas Particulares de la provincia de Talara, son sus factores internos con la adecuada distribución de las instalaciones que se reconoce que necesitan de cambios, pero a comparación con centro de Salud del Estado es mucho más superior, el uso de tecnología de punta, capacidad de satisfacción al cliente desde la ubicación geográfica que es céntrica y accesible a la ciudadanía, en base a la calidad de los servicios ofrecidos que permiten la fidelización de clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- ✓ Aguilar, G. F. (25 de Enero de 2017). *Repositorio de educación*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7314/1/T-UCSG-POS-MFEE-69.pdf>

- ✓ Arazabal, R. C. (2018). Repositorio Uladech. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2976/FINANCIAMIENTO_MICRO_EMPRESAS_CHAHUILLCO_%20ARANZABAL_ROSILDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- ✓ Arestegui, A. H. (2018). *Repositorio de la Universidad Pontifica del Perú*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/12170/HIJAR_ALMENDRA_PREFACTIBILIDAD_CLINICA.pdf?sequence=1

- ✓ Castro, G. (2016). *Repositorio de UDEP*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2709/AE_286.pdf?sequence=1

- ✓ Cynthia, V. P. (2015). Obtenido de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1793/0261_Vega.pdf?sequence=1

- ✓ Edwind, A. E. (2015). Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2755/1/lizarraga_cmr.pdf

- ✓ Jorge, A. P. (2016). *Bristeam* . Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2278/1/T-UCE-0005-385.pdf>

- ✓ Karem, D. G. (2017). Obtenido de
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/393/13.%20TESIS%20AMOROS%20Y%20D%C3%81VILA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- ✓ Kennedy, D. (01 de Febrero de 2018). Geneolandia. págs.
<https://www.geniolandia.com/13098526/definicion-de-una-clinica-medica> .

- ✓ Luna, J. (17 de Octubre de 2016). Tarea Pendiente: Mype y
 Emprendimiento. *COMEX*
 - *SOCIEDAD DE COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ*.

- ✓ Martínez, A. S. (2016). *Repositorio de la Universidad de Cartagena*.
 Obtenido de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream.pdf>

- ✓ Milagros, H. S. (2017). *Repositorio UCV* . Obtenido de
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15398/Herrera_SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- ✓ Raygada, A. O. (2017). *Repositorio de UCV*. Obtenido de
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10776/ramaycuna_oj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- ✓ Shupingahua, R. S. (2016). *Repositorio Uladech*. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1018/CAPACITACIONCOMPETITIVIDAD_SHUPINGAHUA_SOTO_ERIBERTA_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- ✓ Rufino, V. C. (2015). Obtenido de
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1130/1/T831-MBA-Colina->

Cise% C3% B1o% 20de% 20una% 20estrategia% 20de% 20vent
aja.pdf

- ✓ Varón, C. S. (2017). *Repositorio UCV*. Obtenido de
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3440/Salazar_VCJ.p
df?sequence=
1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3440/Salazar_VCJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- ✓ Velasquez, S. (2015). Obtenido de
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2011/01/04/Velasquez-Sandra.pdf>

ANEXOS

LIBRO DE CÓDIGOS - VARIABLE FINANCIAMIENTO.

N°	indicador	VARIABLE FINANCIAMIENTO PREGUNTA	Encuestados					Porcentajes						
			Medición	Código	A1	A2	A3	A4	1	2	3	4		
1	Financiamiento Interno	En los inicios de la formalización de la MYPE ¿El capital inicial fue mediante la participación de los socios aportantes?	SI	1					0%					
			NO	2	2	2	2	2		100%				
		¿Se realiza repartición de utilidades entre los socios?	SI	1					0%					
			NO	2	2	2	2	2		100%				
		¿La MYPE alguna vez capitalizo las utilidades obtenidas?	SI	1					0%					
			NO	2	2	2	2	2		100%				
		¿La MYPE alguna vez se ha financiado con la venta de algún activo?	SI	1					0%					
			NO	2	2	2	2	2		100%				
		2	Financiamiento Externo	¿La MYPE tiene créditos otorgados con entidades financieras?	SI	1	1	1	1	1	100%			
					NO	2						0%		
¿Con qué entidad financiera trabaja para obtención del capital?	Bancos			3	3	3	3	3	100%					
	Microfinancieras			4						0%				
	Cajas Municipales			5							0%			
¿Se le hace facil y accesible con la obtención de un préstamo con los proveedores?	SI			1	1	1	1	1	100%					
	NO			2						0%				

3	Financiamiento a corto plazo	¿En qué tiempo de duración de pago establece el financiamiento??	A corto plazo	6	6		6		50%		----		
			A largo plazo	7		7		7		50%			
		¿La MYPE cuenta con líneas de crédito libres para financiarse en caso de falta de liquidez?	SI	1						0%			
			NO	2	2	2	2	2		100%			
4	Financiamiento a largo plazo	¿La MYPE tiene financiamiento hipotecario?	SI	1					0%				
			NO	2	2	2	2	2		100%			
		¿Alguna vez a desarrollado la MYPE su financiamiento mediante arrendamiento financiero?	SI	1						0%			
			NO	2	2	2	2	2		100%			
5	Beneficios otorgados por las entidades financieras	¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cuál solicita el financiamiento?	Tasas de interés	8			8		50%				
			Cuotas accesibles	9			9			25%			
			Atención de calidad	10	10						25%		
		¿Cuál fue el aspecto primordial que considero pertinente para la elección de la entidad financiera?	Tasas de interés	8	8	8				50%			
			Plazos de pago	11			11				25%		
			Recomendación de allegados.	12				12			25%		
Prestigio de la entidad	13									0%			
6	Requisitos limitantes para acceder al financiamiento	¿Cuál fue el requisito limitante que tuvo que enfrentar para acceder al financiamiento?	Tasa de interés	8					0%				
			Demora en la aprobación del crédito.	14			14		14		50%		
			Demasiados requisitos	15			15				25%		

			Plazos de pagos cortos	16	16						25%	
7	Priorización del destino del dinero	¿Cuál es el destino o uso final del capital obtenido mediante la entidad financiera?	Mejora en la infraestructura	17	17				25%			
			Mejora en la calidad del servicio (capacitación)	18		18	18			50%		
			Pagos de deudas	19							0%	
			Adquisición maquinaria y/o equipo	20				20				25%
		¿Cómo prioriza invertir el financiamiento de la MYPE?	Capacitación del personal	21	21			21	50%			
			Obtención de equipos	22		22				25%		
			Mejora de infraestructura.	17							0%	
			Inversión en publicidad y marketing	23			23					25%
8	Monto Requerido	¿Cuál fue el monto capital con el inicio la MYPE	1,000 a 5,000	24					0%			
			5,000 a 10,000	25		25	25			50%		
			10,000 a 15,000	26	26			26			50%	
			15,000 a más	27								0%
9	Frecuencia en la solicitud del Financiamiento	¿Cuál fue el grado de satisfacción que le genero el monto invertido?	Totalmente satisfecho y oportuno.	28			28	28	50%			
			No fue el monto esperado	29						0%		
			La cantidad aprobada fue muy limitada.	30	30	30					50%	
			No fue suficiente y oportuno	31								0%
		¿Con que frecuencia solicita el financiamiento?	1 a 2 veces al año	32	32		32			50%		
			De 3 veces a más al año	33		33		33			50%	

LIBRO DE CÓDIGOS – VARIABLE COMPETITIVIDAD – DE MANERA GENERAL

N°	indicador	VARIABLE COMPETITIVIDAD PREGUNTA	Encuestados			Porcentajes					
			Medición	Código	C92	1	2	3	4	5	6
1	Servicios ofrecidos	¿Cómo considera que son los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	Relativamente iguales	1	X	9%					
			Son montos elevados	2			12%				
			Están accesibles al cliente	3				32%			
			Tienen sus diferencias en especialidades	4					47%		
		¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?	Precio de consultas	5	X	30%					
			Atención de calidad	6			19%				
			Staff médico	7				36%			
			Equipos de alta tecnología	8					15%		
2	Servicios ofrecidos	¿Cómo califica los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	Bueno	9	X	23%					
			Regular	10			49%				
			Malo	11				19%			
			No precisa	12					9%		
		¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?	Infraestructura del local	13	X	6%					
			Adecuado equipamiento de salud	14			7%				
			Atención del personal médico	15				37%			

			Atención del personal administrativo	16					10%		
			Horarios de atención	17						17%	
			Precios de consultas	5							23%
3	Segmento socioeconómico	¿A qué segmento socioeconómico cree usted que esta dirigidos las Clínicas Particulares?	Alto	18	X	23%					
			Medio	19			47%				
			Bajo	20				10%			
			No precisa	12				20%			
4	Distribución de ambientes	¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?	Muy buena	21	X	17%					
			Necesita hacer cambios	22			48%				
			No tiene buena distribución	23				12%			
			No precisa	12				23%			
5	Ubicación geográfica	¿Considera que la ubicación geográfica de las Mypes en estudio es la más adecuada?	Si	24	X	54%					
			No	25			26%				
			No precisa	12				20%			
6	Aspecto de fidelización	¿La manera en como le ofrecen el servicio las MYPES en estudio es el adecuado?	Si	24	X	52%					
			No	25			27%				
			No precisa	12				21%			
		¿Cuál es la Clínica que considera como la mejor en la provincia de Talara?	Clínica Santa Beatriz	26	X	14%					
			Clínica Torres	27			27%				
			Clínica Vigo	28				12%			
			Clínica Sanna	29				47%			
		¿Qué es lo que marca la diferencia entre las MYPES estudiadas?	Atención	30	X	23%					
			Precio	31			41%				
Ubicación	32					6%					

			Calidad de médicos	33					30%		
--	--	--	--------------------	----	--	--	--	--	-----	--	--

LIBRO DE CODIGOS - VARIABLE COMPETITIVIDAD - CLIENTES ENCUESTADOS.

LIBRO DE CÓDIGOS																																				
AUTORA: GUEVARA DURAND HILARY																																				
N°	indicador	VARIABLE COMPETITIVIDAD	PREGUNTA	Medición	Código	Encuestados																				Porcentajes										
						C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	C25	1	2	3	4	5	6
1	Precios ofrecidos	¿Cómo considera que son los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	Relativamente iguales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9%							
			Son montos elevados	2																																12%
			Están accesibles al cliente	3																																6%
			Tienen sus diferencias en especialidades	4																																0%
	¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?	Precio de consultas	5																															0%		
		Atención de calidad	6																																12%	
		Staff médico	7																																0%	
		Equipos de alta tecnología	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	15%	
2	Servicios ofrecidos	¿Cómo califica los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	Bueno	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	23%		
			Regular	10																															0%	
			Malo	11																																4%
			No precisa	12																																0%
	¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?	Infraestructura del local	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	6%		
		Adecuado equipamiento de salud	14																																7%	
		Atención del personal médico	15																																0%	
		Atención del personal administrativo	16																																10%	
Horarios de atención	17																																0%			
Precios de consultas	5																																4%			
3	Segmento socioeconómico	¿A qué segmento socioeconómico cree usted que esta dirigidos las Clínicas Particulares?	Alto	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	17%		
			Medio	19																																0%
			Bajo	20																																10%
			No precisa	12																																0%
4	Distribución de ambientes	¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?	Muy buena	21																														0%		
			Necesita hacer cambios	22																															0%	
			No tiene buena distribución	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	12%	
			No precisa	12																																15%
5	Ubicación geográfica	¿Considera que la ubicación geográfica de las MYpes en estudio es la más adecuada?	Si	24																														0%		
			No	25	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	26%		
			No precisa	12																																1%
			Si	24																																0%
6	Aspecto de fidelización	¿La manera en como le ofrecen el servicio las MYpes en estudio es el adecuado?	No	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	27%		
			No precisa	12																																0%
			Clínica Santa Beatriz	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	14%	
			Clínica Torres	27																																0%
	Clínica Vigo	28																																12%		
	Clínica Sanna	29																																1%		
	Clínica Sanna	29																																1%		
	Atención	30																																0%		
¿Qué es lo que marca la diferencia entre las MYpes estudiadas?	Precio	31																																22%		
	Ubicación	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	6%		
	Calidad de médicos	33																																	0%	

CONSTANCIAS DE VALIDACIÓN N° 1 .

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alejo Orlando Arica Elvijo identificado con

DNI 02786302, con el grado de Magister en DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s)

de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por Hilary Khatluska Guevara

Durand, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el

trabajo de investigación "Caracterización del Financiamiento y Competitividad en las Mypes rubro

Clinicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las

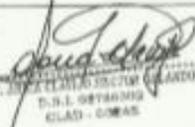
observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura 12 de MARZO de 2019.



INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL
C. DEL T. DEL T. DEL T. DEL T.
C. DEL T. DEL T. DEL T. DEL T.
C. DEL T. DEL T. DEL T. DEL T.

Ítems relacionados con financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Con qué entidad financiera trabaja para la obtención del capital?	✓			✓		✓		✓
¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cuál solicita su financiamiento?	✓			✓		✓		✓
¿En qué tiempo de duración de pago estable su financiamiento?	✓			✓		✓		✓
¿Cuál fue el aspecto primordial que considero pertinente para elección de la entidad financiera?	✓			✓		✓		✓
Detallar el requisito limitante con el que tuvo que enfrentarse para acceder al financiamiento.	✓			✓		✓		✓
Generalmente ¿Cuál es el destino o uso final del dinero que obtiene el capital mediante el financiamiento otorgado por las entidades?	✓			✓		✓		✓
¿De cuánto fue el monto capital con el que inicio la MYPE?	✓			✓		✓		✓
En base a la situación actual a la que se encuentra sometida la MYPE Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cómo priorizaría invertir el financiamiento de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
¿Con que frecuencia solicita Financiamiento para la MYPE?	✓			✓		✓		✓
Considera usted que los financiamientos obtenidos, ¿Han sido suficientes y oportunos para la realización de mejoras de la Mype?	✓			✓		✓		✓


 INSTITUCIÓN DE FOMENTO Y DESARROLLO
 LE. INSTITUCIÓN DE FOMENTO Y DESARROLLO
 D.S.L. 0874019
 GLAD - CUMAS

Ítems relacionados con competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares son relativamente iguales o hay algunas diferencias?	✓			✓		✓		✓
¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?	✓			✓		✓		✓
Usted como cliente ¿Cómo calificaría los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	✓			✓		✓		✓
¿A qué segmento cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares?	✓			✓		✓		✓
Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?	✓			✓		✓		✓
¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de las Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?	✓			✓		✓		✓
¿La manera en cómo le ofrecen el servicio las MYPES en estudio es conveniente para usted?	✓			✓		✓		✓
¿Considera usted que la ubicación geografía de las Mypes en estudio es la más adecuada?	✓			✓		✓		✓
¿Qué es lo que marca la diferencia entre las Mypes estudiadas?	✓			✓		✓		✓
De todas la Clínicas Particulares que se encuentran ubicadas en la provincia de Talara a ¿Cuál considera que es la mejor tanto en atención; como en el servicio y costos que ofrece?	✓			✓		✓		✓


 LDC. OSCAR CLAUDIO FIGUEROA
 T.S.N. 02700002
 CLAD - 03845

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN N° 2

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Diana Gerardo Berino Huamán identificado con

DNI 02659232, con el grado de Magister en Ciencias Políticas:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (S)

de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Hilary Khatiuska Guevara

Durand, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el

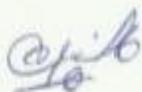
trabajo de investigación "Caracterización del Financiamiento y Competitividad en las Mypes rubro

Clinicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las

observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura 12 de Mayo 2019.

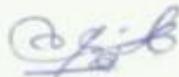


Lic. Adm. Nancy G. Jara Huamán
C.I.A. 05082

Ítems relacionados con financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Con qué entidad financiera trabaja para la obtención del capital?	X			X		X		X
¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cuál solicita su financiamiento?	X			X		X		X
¿En qué tiempo de duración de pago estable su financiamiento?	X			X		X		X
¿Cuál fue el aspecto primordial que considero pertinente para elección de la entidad financiera?	X			X		X		X
Detallar el requisito limitante con el que tuvo que enfrentarse para acceder al financiamiento.	X			X		X		X
Generalmente ¿Cuál es el destino o uso final del dinero que obtiene el capital mediante el financiamiento otorgado por las entidades?	X			X		X		X
¿De cuánto fue el monto capital con el que inicio la MYPE?	X			X		X		X
En base a la situación actual a la que se encuentra sometida la MYPE Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cómo priorizaría invertir el financiamiento de la MYPE?	X			X		X		X
¿Con qué frecuencia solicita Financiamiento para la MYPE?	X			X		X		X
Considera usted que los financiamientos obtenidos, ¿Han sido suficientes y oportunos para la realización de mejoras de la Mype?	X			X		X		X


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Utrera Huarcaya
 CLAO 05862

Ítems relacionados con competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares son relativamente iguales o hay algunas diferencias?	X			X		X		X
¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?	X			X		X		X
Usted como cliente ¿Cómo calificaría los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	X			X		X		X
¿A qué segmento cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares?	X			X		X		X
Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?	X			X		X		X
¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de las Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?	X			X		X		X
¿La manera en cómo le ofrecen el servicio las MYPES en estudio es conveniente para usted?	X			X		X		X
¿Considera usted que la ubicación geografía de las Mypes en estudio es la más adecuada?	X			X		X		X
¿Qué es lo que marca la diferencia entre las Mypes estudiadas?	X			X		X		X
De todas la Clínicas Particulares que se encuentran ubicadas en la provincia de Talara a ¿Cuál considera que es la mejor tanto en atención; como en el servicio y costos que ofrece?	X			X		X		X


 Mg. L. ARI...
 CLAO 0018

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN N° 3

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Carrasco identificado con

DNI 02616283, con el grado de Magister en Administración;

Por medio de la presente hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos (S)

de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Hilary Khatiuska Guevara

Durand, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el

trabajo de investigación "Caracterización del Financiamiento y Competitividad en las Mypes rubro

Clínicas Particulares en la provincia de Talara, año 2019" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las

observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

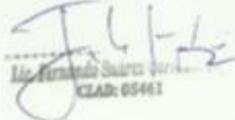
Plura Marzo 2019.


M. Fernando Suárez Carrasco
CIAD: 05461

Ítems relacionados con financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		* ¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Con qué entidad financiera trabaja para la obtención del capital?	X			X		X		X
¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cuál solicita su financiamiento?	X			X		X		X
¿En qué tiempo de duración de pago estable su financiamiento?	X		X			X		X
¿Cuál fue el aspecto primordial que considero pertinente para elección de la entidad financiera?	X			X		X		X
Detallar el requisito limitante con el que tuvo que enfrentarse para acceder al financiamiento.	X			X		X		X
Generalmente ¿Cuál es el destino o uso final del dinero que obtiene el capital mediante el financiamiento otorgado por las entidades?	X			X		X		X
¿De cuánto fue el monto capital con el que inicio la MYPE?	X			X		X		X
En base a la situación actual a la que se encuentra sometida la MYPE Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cómo priorizaría invertir el financiamiento de la MYPE?	X			X		X		X
¿Con que frecuencia solicita Financiamiento para la MYPE?	X			X		X		X
Considera usted que los financiamientos obtenidos, ¿Han sido suficientes y oportunos para la realización de mejoras de la Mype?	X			X		X		X


 El Encargado de los Datos
 CLAD: 05462

Ítems relacionados con competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares son relativamente iguales o hay algunas diferencias?	X		X			X		X
¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?	X		X			X		X
Usted como cliente ¿Cómo calificaría los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?	X			X		X		X
¿A qué segmento cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares?	X			X		X		X
Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?	X			X		X		X
¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de las Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?	X			X		X		X
¿La manera en cómo le ofrecen el servicio las MYPES en estudio es conveniente para usted?	X			X		X		X
¿Considera usted que la ubicación geografía de las Mypes en estudio es la más adecuada?	X			X		X		X
¿Qué es lo que marca la diferencia entre las Mypes estudiadas?	X			X		X		X
De todas la Clínicas Particulares que se encuentran ubicadas en la provincia de Talara a ¿Cuál considera que es la mejor tanto en atención; como en el servicio y costos que ofrece?	X			X		X		X


 No Firmado Sobre para
 CIAR: 05461

7. ¿Se le hace fácil y accesible con la obtención de un préstamo con los proveedores?

Si ()

No ()

8. ¿En qué tiempo de duración de pago estable su financiamiento?

Financiamiento a corto plazo ()

Financiamiento a largo plazo ()

9. ¿La MYPE cuenta con líneas de crédito libres para financiarse en caso de falta de liquidez?

Si ()

No ()

10. ¿La MYPE tiene financiamiento hipotecario?

Si ()

No ()

11. ¿Alguna vez a desarrollado la MYPE su financiamiento mediante arrendamiento financiero?

Si ()

No ()

12. ¿Qué beneficios le brinda la entidad financiera a la cual solicita su financiamiento?

Tasas de Interés mínima ()

Cuotas accesibles ()

Atención de calidad ()

13. ¿Cuál fue el aspecto primordial que considero pertinente para elección de la entidad financiera?

Tasa de interés ()

Plazos de pago ()

Prestigio de la entidad ()

Recomendaciones de algún allegado ()

14. Detallar el requisito limitante con el que tuvo que enfrentarse para acceder al financiamiento.

Tasa de interés ()

Demora en la aprobación del crédito ()

Demasiado requisitos ()

Plazos de pagos cortos ()

15. Generalmente ¿Cuál es el destino o uso final del dinero que obtiene el capital mediante el financiamiento otorgado por las entidades?

Mejora de Infraestructura () Mejora en la calidad de servicio (capacitación) ()
Pagos de deudas () Adquisición de maquinaria y/o equipos ()

16. ¿De cuánto fue el monto capital con el que inicio la MYPE?

1.000 a 5.000 () 5.00000 a 10.000 ()
10.000 a 15.000 () 15.000 a más ()

17. En base a la situación actual a la que se encuentra sometida la MYPE. Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cómo priorizaría invertir el financiamiento de la MYPE?

	1	2	3
Capacitación del Personal para un mejor servicio			
Obtención de equipos con la más alta tecnología			
Mejoramiento y/o ampliación de infraestructura			
Inversión en publicidad y marketing			

18. ¿Con que frecuencia solicita Financiamiento para la MYPE?

Una vez al año () 1 a 2 veces al año () De tres a más veces al año ()

19. Considera usted que los financiamientos obtenidos, ¿Han sido suficientes y oportunos para la realización de mejoras de la Mype?

Totalmente satisfecho y oportuno () No fue el monto esperado ()
La cantidad aprobada fue muy limitada () No fue suficiente y oportuno ()

ENCUESTA APLICADA – VARIABLE COMPETITIVIDAD.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada "CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES RUBRO CLÍNICAS PARTICULARES EN LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2019".

Para lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del paréntesis.

II. Variable de Competitividad.

2.1 Dimensión Estratégicas Competitivas.

1. ¿Cómo considera que son los precios ofrecidos por las Clínicas Particulares de la provincia de Talara?

Relativamente iguales ()

Son montos elevados ()

Están accesibles al cliente ()

Tienen sus diferencias en algunas especialidades ()

2. ¿Cuáles son los motivos por el que usted se fideliza con una Clínica Particular en específico?

Su precio de consultas ()

Atención de Calidad en las consultas ()

Staff médico ()

Por los equipos de alta tecnología ()

3. Usted como cliente ¿Cómo califica los servicios ofrecidos por las Clínicas Particulares?

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

No precisa ()

4. ¿A qué segmento socioeconómico cree usted que está dirigidas las Clínicas Particulares?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

No precisa ()

5. Enumerar del 1= menos importante; 2= medio importante; 3= realmente importante ¿Cuáles son los aspectos que usted considera importantes para elección de una Clínica Particular?

	1	2	3
Infraestructura del local			
Adecuado equipamiento de salud			
Atención del médico			
Atención del personal de apoyo administrativo			
Los horarios de atención			
Precio de la consulta			

2.2 Dimensión Ventaja Competitiva.

6. ¿Cree usted que hay una buena distribución de las instalaciones de las Clínicas Particulares ubicadas en la provincia de Talara?

Muy buena () Necesita hacer cambios ()
 No tiene buena distribución en su infraestructura () No precisa ()

7. ¿La manera en cómo le ofrecen el servicio las MYPES en estudio es el adecuado para usted?

Si () No () No precisa ()

8. ¿Considera que la ubicación geográfica de las Mypes en estudio es la más adecuada?

Si () No () No precisa ()

9. ¿Qué es lo que marca la diferencia entre las Mypes estudiadas?

Atención () Precio () Ubicación () Calidad de Médicos ()

10. De todas la Clínicas Particulares que se encuentran ubicadas en la provincia de Talara a ¿Cuál es la clínica que considera como la en la provincia de Talara?

Clinica Santa Beatriz () Clinica Torres ()
 Clinica Vigo () Clinica Sanna ()

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS.

ADMINISTRADORES DE LAS CLÍNICAS PARTICULARES QUE MÁS DESTACAN EN LA PROVINCIA DE TALARA.



Administrador de Clínica Torres - Ubicada en
Avenida A N°98 Segundo Piso.



Propietario y/o Administrador de Santa Beatriz - Ubicada
en Avenida A N° 104.

PACIENTES DE LAS CLÍNICAS PARTICULARES QUE MÁS DESTACAN EN LA PROVINCIA DE TALARA.



Paciente de las MYPES en estudio - Afueras de Clínica Vigo.



Paciente de las MYPES en estudio - Afueras de Clínica Torres.

Paciente de las MYPES en estudio - Afueras de Clínica Santa Beatriz



RESULTADOS DE TURNITIN

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 30-mar-2019 19:42 -05
Identificador: 1102753389
Número de palabras: 14444
Entregado: 1

IN FINAL Por Guevarra Durand Guevarra Durand

Índice de similitud	
4%	

Similitud según fuente	
Internet Sources:	12%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	N/A

ENCUESTA DE APOYO VALIDADA POR EXPERTOS.

TESIS: “Fuentes de Financiamiento para el incremento de la Rentabilidad de las Mypes” en Huancayo.

	PREGUNTAS	SI	NO	N/A
1	¿El capital inicial aportado para el negocio es suficiente?			
2	¿Ud. Como propietario puede realizar nuevo aporte de capital al negocio?			
3	¿La empresa posee activos fijos?			
4	¿La empresa se financio alguna vez con la venta de un activo fijo?			
5	¿Se realizan repartición de utilidades?			
6	¿La empresa alguna vez capitalizó las utilidades obtenidas?			
7	¿La empresa tiene créditos otorgados por entidades bancarias?			
8	¿La empresa tiene créditos con entidades micro financieras como las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito?			
9	¿Es fácilmente accesible a obtener crédito de los proveedores?			
10	¿Los proveedores le cobran interés por la deuda obtenida?			
11	¿La empresa necesita financiarse con prestamistas, familiares, panderos o banquitos?			
12	¿El costo de financiación de prestamistas, panderos y banquitos es mayor al del sistema financiero?			
13	¿Conoce su nivel de ventas mensual?			
14	¿Conoce la cantidad en unidades y costo de su mercadería?			
15	¿Su negocio se encuentra formalmente inscrito ante SUNAT?			
16	¿Ud. pertenece al NRUS?			
17	¿Conoce los ratios de rentabilidad?			
18	¿Realiza el pago de sus obligaciones financiera de forma puntual?			
19	¿El capital actual de la empresa es suficiente?			

