



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TITULO:**

**“CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR  
COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL MERCADO DE  
TALARA ALTA DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO  
2018”**

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**

Bach. ANYELA MAYIORI, ESPINOZA ROSALES

**ASESOR:**

Mgtr. CARLOS DAVID, RAMOS ROSAS.

SULLANA –PERÚ.

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TÍTULO:**

**“CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR  
COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL MERCADO DE  
TALARA ALTA DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO  
2018”**

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**

Bach. ANYELA MAYIORI, ESPINOZA ROSALES

**ASESOR:**

Mgtr. CARLOS DAVID, RAMOS ROSAS.

SULLANA –PERÚ.

2018

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.**

Mgtr. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

**PRESIDENTE**

Mgtr. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

**SECRETARIO**

Lic. Adm. MARITZA ZALIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

**MIEMBRO**

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

**ASESOR**

## **Agradecimiento**

A Dios, por ser mi guía espiritual que me da salud y bienestar me ha permitido, pasar cada obstáculo y seguir adelante en el día a día en este camino de superación.

A mis padres por su gran comprensión, amor y su apoyo incondicional, son las personas que me llenan de fortaleza día a día con sus consejos y gracias a sus esfuerzos y trabajo es que ahora puedo llegar a concluir mi trabajo de investigación gracias por su gran esfuerzo.

Se agradece a los dueños de cada una de las empresas por brindarme el apoyo y hacer posible el recojo de la información, a mi profesor Carlos Ramos por su paciencia y apoyo brindado para poder llevar a cabo esta investigación.

## **Dedicatoria.**

A Dios por ser mi guía y luz ante toda dificultad, y haberme permitido culminar este proyecto en mi vida profesional a mi familia, por ser la razón principal en mi desarrollo profesional, para brindarles lo mejor de mi vida.

## **Resumen.**

El presente trabajo titulado: “Características del financiamiento y competitividad de las mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018”, tuvo como objetivo general: Determinar las características del financiamiento y competitividad de las Mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo- cuantitativo. La primera población para la variable financiamiento esta conformada por 24 dueños. La segunda variable competitividad se considera infinita, la cual esta conformada por los clientes del rubro abarrotes, siendo la muestra 68; a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. los principales resultados del financiamiento fueron: el 50% manifiesta que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos, el 50% manifiesta que debemos de ser puntuales en nuestra entidad financiera para que nos ayuden a obtener condiciones favorables en nuestro siguiente crédito, el 88% manifiesta que al iniciar su negocio obtuvieron crédito, el 50% manifiesta que si conto con asesoramiento financiero. Respecto a la competitividad: el 59% manifiesta que ofrecerles un buen servicio sería una buena estrategia, el 59% manifiestan que capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención y el 82% manifiesta que el precio puede ser un criterio de calidad sería un objetivo para ser competitivos. Llegando a las conclusiones: Las Mype de sector comercio rubro abarrotes utilizan el financiamiento para crecer en su negocio con créditos a su medida.

Palabras claves: Financiamiento y competitividad.

## **Abstract.**

The present work entitled: "Characteristics of the trademarks of the sector of commerce sector, groceries of the Talara Alta market of the province of Talara, year 2018", had as its general objective: To determine the characteristics of the Mype industry of the commerce sector grocery item from the Talara Alta market in the province of Talara, 2018. The type of research was non-experimental-transversal-descriptive-quantitative. The first population for the quotation is made up of 24 owners. The second competitive variable is considered infinite, which is formed by the customers of the grocery item, being sample 68; to whom a questionnaire is applied, using the survey technique. the results of the results were: 50% indicates that it is advisable for the business to maintain a good relationship with the banks, 50% say it is more important in our financial institution to help us obtain the favorable characteristics in our next loan , 88% said that their business was anticipated, 50% said they were convinced with financial advice. Regarding competitiveness: 59% say they can do a good service for a good strategy, 59% say they can help a worker to improve their quality and 82% know that price can be a quality criterion. an objective to be competitive. Arriving at the conclusions: The Mype of the sector, commerce, groceries will use the su to grow in their business with credits to suit them.

Keywords: Financing and competitiveness.

## Contenido.

<b>TÍTULO</b> .....	i
<b>Hoja de firma del jurado y asesor</b> .....	ii
<b>Agradecimiento</b> .....	iii
<b>Dedicatoria</b> .....	iv
<b>Resumen</b> .....	v
<b>Abstract</b> .....	vi
<b>Indice de gráfico, tablas y cuadros</b> .....	ix
<b>I. Introducción</b> .....	1
<b>II. Revision de la literatura</b> .....	15
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	15
<b>2.1.1. Internacionales</b> .....	15
<b>2.1.2. Nacionales</b> .....	19
<b>2.1.2. Regionales</b> .....	25
<b>2.1.3. Locales</b> .....	28
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación</b> .....	30
<b>2.2.1. Tienda de abarrotes</b> .....	30
<b>2.2.2. Sector comercio</b> .....	30
<b>2.2.3. Teoría del financiamiento</b> .....	32
<b>2.2.4. Principales estrategias financieras de las empresas</b> .....	34
<b>2.2.5. La Gestión financiera</b> .....	37
<b>2.2.6. Fuentes de financiamiento empresarial</b> .....	38
<b>2.2.7. Teoria de la competitividad</b> .....	41
<b>2.2.8. Estrategias para mejorar la competitividad de tu empresa</b> .....	43
<b>2.2.9. Los factores que determinan la competitividad empresarial</b> .....	46
<b>III. Metodología</b> .....	49
<b>3.1. Diseño de la investigación</b> .....	49
<b>3.2. Poblacion y muestra</b> .....	50
<b>3.3. Definición y operacionalización de variables</b> .....	53
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	56
<b>3.5. Plan de análisis</b> .....	56
<b>3.6. Matriz de consistencia</b> .....	57
<b>3.7. Principios éticos</b> .....	59



<b>IV. Resultados.....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 Resultados .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2. Análisis de los resultados.....</b>	<b>80</b>
<b>4.2.1. Respecto al financiamiento.....</b>	<b>80</b>
<b>4.2.2. Respecto a la competitividad.....</b>	<b>85</b>
<b>V. Conclusiones.....</b>	<b>89</b>
<b>5.1. Propuesta de mejora.....</b>	<b>91</b>
<b>5.2. Referencias Bibliograficas.....</b>	<b>92</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>96</b>
.....	101

## **Indice de gráfico, tablas y cuadros.**

### **Respecto al financiamiento**

<b>Cuadro N° 1 y Gráfico N° 1: La Inversión.</b>	60
<b>Cuadro N° 2 y Gráfico N° 2: Crecimiento financiero</b>	61
<b>Cuadro N° 3 y Gráfico N° 3: Vision para el financiamiento</b>	62
<b>Cuadro N° 4 y Gráfico N° 4: Ser sujetos de crédito.</b>	63
<b>Cuadro N° 5 y Gráfico N° 5: Puntualidad del pago</b>	64
<b>Cuadro N° 6 y Gráfico N° 6: Tomar buenas deisiones financieras</b>	65
<b>Cuadro N° 7 y Gráfico N° 7: Asesoramiento financiero.</b>	66
<b>Cuadro N° 8 y Gráfico N° 8: Ahorro personal.</b>	67
<b>Cuadro N° 9 y Gráfico N° 9: Juntas ahorro</b>	68
<b>Cuadro N° 10 y Gráfico N° 10: Credito comercial.</b>	69
<b>Cuadro N° 11 y Gráfico N° 11: Credito por medio de amigos.</b>	70
<b>Cuadro N° 12 y Gráfico N° 12: Financiamiento bancario.</b>	71
<b>Cuadro N° 13 y Gráfico N° 13: Financiamiento a largo plazo.</b>	72

### **Respecto a la competitividad.**

<b>Cuadro N° 14 y Gráfico N° 14: Ofrecer un buen servicio.</b>	73
<b>Cuadro N° 15 y Gráfico N° 15: La modernización para la competitividad</b>	74
<b>Cuadro N° 16 y Gráfico N° 16: Innovación para ser competitivos</b>	75
<b>Cuadro N° 17 y Gráfico N° 17: Capacitar al personal para la competitividad</b>	76
<b>Cuadro N° 18 y Gráfico N° 18: La tecnologia en las empresas</b>	77
<b>Cuadro N° 19 y Gráfico N° 19: Conocer las necesidades del cliente</b>	78
<b>Cuadro N° 20 y Gráfico N° 20: Calidad es un medio competitivo.</b>	79

## **I. Introducción.**

En la actualidad el mundo avanza de una manera acelerada hacia la globalización y los avances tecnológicos, esto implica grandes retos y desafíos al Perú en las micro y pequeñas empresas (MYPE).

Se dice que el Perú es uno de los mercados más atractivos para las ventas minoristas regionales Y no le falta razón, pues la productividad de las tiendas locales es de las más altas de la región, al menos en los rubros de supermercados y tiendas departamentales.

El comercio minorista creció 6,9% en septiembre del 2016, por el mayor dinamismo de las ventas vinculadas a las tiendas por departamento y supermercados, que registraron buenos resultados por las continuas ofertas y promociones de las empresas del sector comercio. (Olaechea, 2017)

A pesar de un entorno con el consumo lento, nuestra estrategia de precios bajos todos los días continúa teniendo un efecto positivo en las ventas y nuestro formato ha tenido un desempeño en línea con lo esperado, refiere el reporte de los estados financieros. Dicha expansión en puntos de venta les ha permitido sumar 106 supermercados (Plaza Veá y Vivanda) y 125 tiendas Mass, los cuales sumado a la estrategia de precios les ha permitido posicionarse de cara al consumidor en el supermercado peruano. La compañía peruana Supermercados Peruano que maneja las marcas Plaza Veá, Vivanda y Mass, luego de un año difícil se ha consolidado como la compañía líder del canal de supermercados desplazando a Cencosud (Wong y Metro). Al cierre del tercer trimestre del presente año, en el comercio minorista apunta que los ingresos de

los supermercados crecieron S/82 millones, un 8.0% más que el mismo periodo del año anterior. (Retail, 2017).

Así mismo un reciente ranking de países atractivos para invertir en el sector comercio, ubicó al Perú en el puesto nueve a nivel mundial y primero en América Latina por delante de Colombia y Brasil. Con una puntuación de 51.9, Perú se ubica en la novena posición gracias a los continuos esfuerzos del gobierno para estimular la integración comercial y buscar acuerdos de libre comercio que han ayudado a abrir la economía y atraer la inversión extranjera al país. (Kearney, 2016)

Por otro lado, el diario comercio., (2014) manifiesta seis de cada diez bodegueros afirman que su negocio está mejor que antes, siendo las tiendas de Lima centro (77%), norte (69%) y moderna (67%) las más optimistas, según reveló Ipsos Perú en su estudio “Perfil de la bodega y el bodeguero 2014”. Tal percepción se condice con el incremento de 12% que han experimentado en sus ingresos, pues de vender S/.1.217 a la semana en el 2012 han pasado a S/.1.360 en promedio este año, así mismo la encuesta, realizada a 596 bodegueros de Lima, Arequipa y Trujillo, también arrojó que las categorías que les dejan más ganancias son las gaseosas, cervezas, los abarrotes como azúcar, arroz y agua envasada, entre otros y para los arequipeños, la cerveza es lo que más margen les genera.

Sin embargo, ante el constante aumento en la creación de tiendas de autoservicio y departamentales, y la proliferación de las tiendas de conveniencia, existe una latente preocupación en los ámbitos social y económico de que se pierdan los espacios tradicionales de compra al por menor, conocidos coloquialmente como “tiendita de la esquina” o “tienda de abarrotes”. Estas

tiendas han sido, son y serán consideradas como áreas tradicionales en las colonias y barrios, donde se desarrolla la economía de una familia o de varias. Sitios en los que se pueden adquirir los más diversos artículos, “principalmente comestibles de uso cotidiano y venta ordinaria”, pero que sin duda alguna se han convertido en un imprescindible para nuestro día a día.

La globalización y la apertura de los mercados han propiciado grandes cambios en las empresas, pues al abrirse las fronteras aparecen nuevos competidores y se pierden las ventajas competitivas que se tenían. Por ello, se deben crear otras opciones, basadas en conocimiento, innovación y tecnología, que permitan crear productos y ofrecer servicios de mejores costo, tiempo de respuesta y calidad.

Por su misma naturaleza y estructura, las tiendas de abarrotes son principalmente micro y pequeñas unidades de negocios familiares que representan un canal sobresaliente para la distribución de mayoristas y proveedores, así como para pequeños productores regionales que, de otra manera, no tendrían acceso a los mercados finales. Por su nivel de impacto en la creación de empleo y ocupación, constituyen una valiosa red de protección que, de una u otra forma, sustituye un seguro de desempleo que no existe en el país.

Por otra parte, una ventaja particular de la pequeña empresa es que tiene posibilidades de establecer relaciones personales de acercamiento con la clientela, de tal forma que la empresa debe entender que, para que su establecimiento tenga éxito, es necesario tener en cuenta que el cliente puede ser objeto de atenciones, consideraciones y un trato especial para que, de este modo, prefiera seguir haciendo sus compras en ese establecimiento.

Tomando en cuenta lo anterior, se manifiesta la necesidad de dirigir los esfuerzos de las microempresas (tiendas de abarrotes) en la implementación de estrategias de bajo costo que les ayuden a permanecer en el mercado y a competir con las grandes cadenas, los minisúper y las tiendas de conveniencia que están emergiendo con mayor frecuencia en el mismo. La calidad en el servicio aparece como una alternativa para las empresas, la cual, con base en el enfoque del cliente, se convierte en una latente oportunidad para obtener ventajas competitivas en el mercado. (Cuevas, s.f.)

Al igual que los emprendedores de pequeños negocios, los dueños de tiendas de abarrotes deben saber cuándo es el momento preciso para crecer; además de cómo hacer que ese crecimiento sea beneficioso y no se convierta en un problema lleno de deudas en el futuro; y así los préstamos para tiendas de abarrotes valgan la pena.

El norte del Perú soporta su economía en actividades extractivas y turísticas. Las primeras mantienen mejor proyección gracias a la inversión privada y la Caja Piura apuesta por impulsar esos sectores porque son el motor del crecimiento, la región Piura también creció en los últimos meses por el destrabe de importantes proyectos públicos como la modernización de la refinería de Talara, el reinicio del proyecto de irrigación del Alto Piura, las obras de infraestructura vial de impacto, entre otros.

Sabemos que las micro y pequeñas empresas mype son muy importantes en la economía de nuestro país, por ser la mayor fuente generadora de empleo, pues el problema en nuestro país es la falta de empleo.

Hoy en la actualidad existe la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el estado, ni por las grandes empresas del Perú, en los puestos de trabajo,

entonces las personas buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, para luego crear sus propios negocios a través de micro y pequeñas empresas.

En la región Piura, según el tamaño de empresa, las Mype absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores.

La mayor cantidad de trabajadores se encuentran en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 %, así lo dio a conocer el Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en base a la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAH) para el año 2015. del total de trabajadores que integran las Mype el 77.6 % son hombres; según grupos de edad los ocupados se concentran en la población de 14 a 29 años, en un 38 % y de 30 a 59 años un 57 %; según nivel educativo culminado lo conforman en mayor parte aquellos que culminaron la primaria y secundaria.

Así mismo las ciudades de Piura y La Libertad concentran el 53,9% de créditos directos que el sistema financiero otorgó a las Mype en la Macro región norte el 31 de agosto del 2016, según el informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE).

Piura registró la mayor participación en estos créditos con el 28,1%, de acuerdo al informe. Le siguieron La Libertad con 25,8%, Lambayeque con 21,7%, Cajamarca con 19,8% y Tumbes con 4,6%.

Los créditos directos otorgados por el sistema financiero a las micro y pequeñas empresas en la Macro Región Norte ascendieron a S/ 5,939.7millones

al 31 de agosto de este año. Esto representa un incremento de 13% con relación al mismo mes del 2015.

El financiamiento para el Perú en los mercados es sumamente favorable, típicamente la tasa promedio de financiamiento multilateral que tenemos, se compara favorablemente con los bonos emitidos en el mercado privado también existen múltiples opciones, las cuales se pueden adecuar a nuestras necesidades, dependiendo de si nuestro emprendimiento está en la fase de lanzamiento, crecimiento, expansión o consolidación

Sabemos también que en el país hay mypes informales que no aprovechan el crecimiento económico, pues aún existe el temor en los microempresarios para tributar en la sunat.

En la región Piura se estima que existen mypes informales; debido al bajo nivel de cultura empresarial, lo que no permite entender que para crecer y lograr el éxito en sus empresas o negocios tienen que formalizarse y aprovechar todas las ventajas y oportunidades que se ofrecen cuando se es formal en el desarrollo de sus negocios.

La informalidad es un problema para la economía de las Micro y pequeñas empresas, por lo tanto, del 100% de negocios que funcionan en el Perú el 40% son formales, mientras que el 60% son informales, este problema se origina porque muchas micro y pequeñas empresas son administradas por jefes de hogar que trabajan por necesidad y así deciden abrir su negocio, sin embargo, al no ponerse en regla no se benefician en el crecimiento económico y también cobran tasa de interés muy altas que les disminuye su rentabilidad.



Liderar una micro y pequeña empresa consiste en una tarea muy difícil, pues están fracasando por falta de información del negocio, mala selección de personal, se descuidan el buen trato al cliente, se compran demasiado al crédito.

Las micro y pequeñas empresas en Talara son una de las fuentes de empleo y ocupaciones de la mayoría de los ciudadanos que ejercen una actividad económica independiente. En su mayoría las Mype presentan problemas como en su desempeño a consecuencia de la baja capacitación del empresario y los trabajadores, lo cual no favorece a la competitividad, El más común es la informalidad en la cual muchas de estas ejercen sus actividades económicas. Sin embargo, no solo existen desventajas, a esto podemos nombrar como aspectos favorables los bajos costos de los productos que son nacionales e importados, la gran demanda de los mismos en la ciudad de Talara, capacidad de adaptación, flexibilidad, contacto directo entre el empresario, el cliente y sus trabajadores.

Esto no quita las ganas y la facultad de muchas personas por sobresalir, ya sea dedicándose a negocios de diferentes rubros, es así que existen ciertos establecimientos de comercio conocidas como MYPE, en las que más predominan son las dedicadas a la compra y venta de abarrotes, considerándolas de vital importancia debido a que concurre la gran mayoría de población rural y urbano para adquirir productos de primera necesidad.

En el Perú las microempresas están regidas bajo la nueva Ley de las Mype, con la cual se busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las mismas, el número de mypes supera los 3 millones, de las cuales alrededor de 1.5 millones están formalizadas. De este grupo solo 400 mil acceden a créditos en el sistema financiero formal. Cabe indicar que el 50% del

financiamiento a las mypes lo atienden los bancos; el 30% lo atienden las cajas municipales, y el 19% las financieras.

Al menos el 60% de las micro y pequeñas empresas Mype del Perú fueron creadas por una necesidad antes que por una oportunidad de negocio, cabe destacar que las tiendas de abarrotes cumplen un rol importante en el marco social ya que permite obtener mercancías de primera mano; cada tienda es un subsistema en el gran organismo socioeconómico de Perú. las de abarrotes simboliza una afable disyuntiva y enérgico la cual permite enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional e internacional, ya que son producto de auto emplearse, lo cual ayuda generar ingresos en el corto plazo.

Dentro del Factor político legal, el análisis que afecta los entornos políticos y legales de una nación, han cogido fuerza a medida que el mundo se ha globalizado. La entrada de nuevas naciones a la globalización, con diferentes factores políticos y legales, hace que la clasificación de los potenciales mercados sea objeto de análisis mas profundos, la nacionalización de empresas por ejemplo, la política de no pagos o la aplicación de barreras discriminatorias contra determinados países, pueden afectar el clima de los negocios seriamente y causar efectos devastadores a los exportadores de un país. (Mondragon, 2017)

En el factor económico, Perú mantienen ocupada a aproximadamente 85.4% de la Población Económicamente Activa (PEA) regional que representan 869,280 personas. Si bien es cierto las empresas impulsan el desarrollo económico de la región, su crecimiento es muchas veces impedido por la inconstancia, dificultad de acceso al subvencionar, uso inadecuado de la tecnología, entre otros; lo cual llevan a una baja productividad y rendimiento, así como a una menor renta y domino evitando muchas veces que salgan al mercado.

La economía peruana viene en buen momento, con buenos vientos y el reto es que se consolide el siguiente año. El escenario internacional es favorable y esto explica la mayor demanda de las exportaciones peruanas. Adrian Armas, también destacó las tasas de interés de largo plazo que, si bien han bajado en la región, en el Perú, a 10 años, está en menos de 5%. Lo cual está asociado a que el Perú asumió una posición fiscal correcta y una baja inflación. (Armas, 2017)

En relación al factor sociocultural, Los exportadores de productos de consumo se verán afectados por la cultura de un país más que por los exportadores de bienes o componentes industriales porque los productos de consumo deben diseñarse para satisfacer necesidades, valores y creencias, cada mercado internacional tiene distintas preferencias por productos, alimentos, calidad de productos o alimentos e incluso marcas. El significado de las formas, los colores y las características icónicas también pueden tener distintos significados culturales. Éstos deben tenerse en cuenta para determinar si los productos son aptos para un mercado o si pueden adaptarse para un mayor éxito empresarial.

Dentro del factor tecnológico, las distintas opciones de conexión, de digitalización y de rapidez que ha ofrecido el desarrollo tecnológico le ha permitido a muchas empresas no morir y, por el contrario, darse a conocer o llegar a más clientes, en una era tecnológica, hay factores que todo negocio naciente debe tener, no sólo darse a conocer sino también que les permite mantenerse vivos. El gran aliado deben ser la: venta online. Para eso, lo más conveniente es que los datos estén siempre disponibles y se dispongan de sistemas para vender en internet, también La idea siempre será satisfacer al cliente, por lo que es necesario organizar la información, respaldarla y mantener

la seguridad de la continuidad del negocio para atender al cliente en todo momento y lugar y sobre cualquier dispositivo o plataforma.

Respecto al factor ecológico, las empresas del sector industrial o de manufactura a menudo trabajan con diferentes tipos de equipos, maquinaria y agentes productores de químicos. En efecto, las operaciones del día a día de un negocio pueden suponer una amenaza constante para el medio ambiente natural. Para reducir la posibilidad de daños al medio ambiente, las regulaciones federales y estatales requieren que las empresas consideren ciertos factores naturales del medio ambiente en sus planes de operaciones globales. (Jeanty, 2018)

Dentro del factor legislativo, existe la Ley General de Salud que correspondan, se aplicarán para proteger la salud de la población por las actividades relacionadas a la producción, publicidad e importación de productos del tabaco en las tiendas, La información sobre los productos del tabaco, que se presente en el interior de los sitios de venta, deberá ser igual para todos los productos equivalentes, y consistirá sólo en el nombre y precio de los mismos, escritos en letra molde negra sobre fondo blanco no debiendo incluir información escrita o visual que posibilite o induzca al consumidor a pensar que alguno de los productos o marcas, representa menor riesgo para los consumidores. Los exhibidores de los productos de tabaco que se encuentren en los establecimientos que comercialicen, vendan, distribuyan, suministren o expendan productos del tabaco únicamente deberán incluir la siguiente información: “Se prohíbe el comercio, venta, distribución o suministro a menores de edad”. (Hidalgo, s.f.)

En cuanto a los proveedores tienen un papel determinante en el éxito de tu tienda, elegir al indicado te traerá grandes beneficios para el crecimiento de tu

negocio, un buen proveedor es aquel que se convierte en tu aliado y responde a tus necesidades garantizándote un buen servicio, en términos generales, el papel principal de éstos, es apoyarte para el crecimiento de tu negocio. Un buen proveedor es aquel con el cual puedes trabajar de la mano en temas de calidad, variedad, precios, promociones, efectividad en la entrega y condiciones de pago. (abarrotero, 2017)

La competitividad es muy importante para las micro y pequeñas empresas para obtener la rentabilidad, es decir una empresa seria competitiva si obtiene una buena rentabilidad, hay empresas que llevan muchos años trabajando y no han crecido demasiado pues su rentabilidad no es superior a lo normal, por eso hay que esforzarse por tener ventajas competitivas para así no desaparecer del mercado por falta de competitividad.

Las Mype dedicadas al sector comercio rubro abarrotes de Talara Alta. Por tanto nos planteamos la siguiente pregunta de investigación.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como; ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y competitividad de las MYPE del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018?, problemática que existe en la Región Piura y que gracias a la ULADECH católica, sede Sullana, escuela de Administración se buscará dar solución a la problemática antes identificada.

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente Objetivo General: Determinar las características del financiamiento y competitividad de las Mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales estrategias financieras que utilizan las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.
- Identificar las principales fuentes de financiamiento que utilizan las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.
- Determinar las estrategias para mejorar la competitividad en las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.
- Identificar los factores de la competitividad en las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.

La investigación se justificación porque brindara informacion del presente estudio, en cuanto al aspecto teórico, en la actualidad las MYPE sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta, 2018 se preocupan por obtener un buen financiamiento y llegar a ser competitivos entre ellos, para crecer como empresa. También en el aspecto práctico, la presente investigación se realiza con la finalidad de determinar qué características tiene el financiamiento y competitividad en las MYPE, sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta, 2018, así su desarrollo ayuda a la MYPE de este rubro a que el empresario pueda diseñar estrategias que al aplicarse contribuirían al desarrollo de una mejor competitividad, la información sirve para el actuar

futuro de la empresa, a fin de mejorar o realizar cambios que contribuyan a mejorar. De la misma manera se menciona el aspecto metodológico, en el cual la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. En cuanto a su relevancia social de este estudio trasciende en las MYPE, ya que son estas las que se benefician con los resultados de la investigación, al saber cuáles son las características en financiamiento y competitividad, y de esta manera dentro de sus posibilidades puedan tomar alternativas favorables.

Finalmente, la presente investigación servirá como línea de investigación de la carrera profesional de administración de la Universidad los Ángeles de Chimbote; es decir, a partir de esta investigación se generarán subproyectos de investigación por parte de los alumnos de la escuela profesional referida, en donde se profundizará más sobre el sector comercio de la ciudad de Talara, así como de otros sectores tales como: industrial, agropecuario, pesquero, entre otros.

Para un mejor entendimiento del presente informe final de tesis se ha considerado realizar la siguiente distribución:

I). - Introducción, se detallará la caracterización del problema, el enunciado del problema, los objetivos de la investigación, la justificación y la distribución del informe de tesis.

II). - Revisión Literaria, se detallará los antecedentes, las bases teorías y el marco conceptual.

III). - Metodología, se detalla el nivel y tipo de investigación, diseño de investigación, población, muestra y técnicas, utilizados en el presente informe de tesis.

IV). - Resultados, se detalla la descripción de los resultados de la investigación y el análisis de los mismos y finalmente en la parte

V). - Conclusiones, se detallan las conclusiones arribados en el informe final de tesis. El informe de tesis contiene además las referencias bibliográficas y anexos.



## II. Revision de la literatura

### 2.1. Antecedentes.

#### 2.1.1. Internacionales.

**Cristina Logreira y Mauricio Bonett (2017)** en su tesis titulada: “Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en barranquilla – colombia”. Utilizado para optar al grado de Magister en Administración de la Universidad de la Costa. El objetivo del proyecto es analizar las fuentes de financiación privada disponibles para las microempresas, la empleabilidad de éstas en Colombia, así como también sus ventajas y desventajas. . El enfoque epistemológico es empírico inductivo, bajo un paradigma cuantitativo y método deductivo confirmatorio. A su vez, el diseño de investigación es no experimental de campo, con un tipo de estudio descriptivo, transversal, en el que se emplea la encuesta como técnica de recolección de la información mediante un cuestionario que se aplicó a 200 microempresas del sector textil-confecciones de Barranquilla – Colombia. Entre los resultados se determinó que de las alternativas de financiación existentes, las microempresas conocen muy pocas fuentes de financiación y se limitan a utilizar las más comunes, como lo son sus pasivos acumulados y créditos con bancos comerciales. Estos últimos, exigen muchos requisitos, y aquellas microempresas que no logran acceder a estos, recurren a prestamistas informales. Si bien todos los instrumentos tienen ventajas y desventajas se concluyó que es necesario socializar a las microempresas las fuentes de financiación disponibles para su uso y asesorarlas para un óptimo uso de los recursos y desarrollo de la empresa. Tuvo como conclusión: el 50,5% de las microempresas encuestadas afirmó

contar con financiación de largo plazo compuesta en su mayoría por préstamos en moneda local proveniente de Bancos comerciales. Respecto a la financiación de corto plazo, las microempresas utilizan también los préstamos bancarios, crédito comerciales (con proveedores) pero estos no ofrecían ventaja alguna para el microempresario, debido que el acceso a estos eran en las mismas condiciones que cualquier Pyme o gran empresa. Se debe tener en cuenta que los bancos comerciales son los que más requisitos exigen. Aun cuando se estableció que algunas entidades ofertaban los créditos microempresariales, con condiciones más favorables para su acceso, estos tienen un costo financiero elevado debido al riesgo que asume el intermediario financiero. Lo anterior conlleva a que estas microempresas prefieran utilizar sus propios recursos para financiar sus operaciones o accedan con mayor facilidad a créditos informales que de igual manera son onerosos

**Abambari (2013)** En su trabajo de investigación titulado: “Análisis de las fuentes de financiamiento para las pymes”. Usado para la obtención del Título de magister en gestión y dirección de empresas. Tuvo como objetivo general: Identificar y calificar las posibilidades de financiamiento que el Ecuador otorga, considerando las que ofertan las Instituciones Bancarias y Organizaciones Auxiliares del Sistema Financiero Ecuatoriano, que están encausadas a pequeñas y medianas empresas (PYMES), de igual manera, los sistemas e información requerida por estos para viabilizar una oportunidad de financiamiento. El principal objetivo de este trabajo es dar una visión general sobre las Pequeñas y Medianas Empresas "PYME", partiendo de un estudio de las PYMES en América Latina, a continuación, centrándose en el estudio de la situación de este tipo de empresas en el Ecuador. Por esta razón en esta tesis se describen las

principales características de las PYMES así como las deficiencias y problemas que enfrentan estas empresas en crecimiento en el mercado local al momento de solicitar una fuente de financiamiento. También esta tesis proporciona una guía general que incluye los pasos para identificar y aplicar los principios contables, financieros y administrativos en las pequeñas empresas con el fin de lograr una adecuada fuente de financiamiento que pueden ser obtenidas de recursos externos o internos, formales o informales que se encuentran disponibles en el Mercado Ecuatoriano. Finalmente la autora concluye con lo siguiente: Que en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las PYMES, pues sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, consideran que sus procesos son tediosos y generalmente buscan la opción más cara pero que finalmente termina siendo la más rápida como es el caso de los prestamistas informales. También Muchas de estas trabas que se le presenta al microempresario al buscar financiamiento formal están dadas por la Banca en General, se ha podido determinar que para acoplarse a la estructura de las Pymes, son las propias instituciones bancarias las que se encargan de construir una estructura contable y financiera que les permita proceder a conceder un préstamo.

**Ríos (2015)** realizó una investigación titulada Oportunidades competitivas para la empresa indudise, a la luz del tlc entre Colombia y Estados Unidos. Utilizado para obtener el título de maestría en administración de negocios. Su objetivo general fue: determinar las oportunidades competitivas para la empresa indudise, a la luz del tlc entre Colombia y Estados Unidos. El proyecto se asumió desde el campo cualitativo y cuantitativo, con un enfoque mixto, posibilitando comparar diferentes contextos (local, nacional e internacional), se adoptó un método inductivo-deductivo y se realizó una

triangulación de herramientas para garantizar la fiabilidad y validez de la información recolectada que permitiera una perspectiva más amplia y profunda para una integración y discusión conjunta; de tal manera que se lograra una mayor comprensión del fenómeno de estudio. En este sentido, se encontró en el aprovechamiento del tlc y la explotación de las oportunidades y ventajas que tiene la empresa indudise debe enfocarse en un mercado que sea a fin de las líneas de productos con las que cuenta actualmente y que si se enfocara o delimitara más sus acciones comerciales en el mercado de estados unidos, estas estrategias podrían generar mayores resultados con un canal de distribución detallado que permitan generar competitividad, máxime cuando se piensa en la articulación y estrategias a desarrollar en el mercado internacional. Tuvo como conclusión: el perfil de los consumidores estadounidenses es tan diverso como la población misma, sin embargo, el común denominador para competir en dicho mercado, es ofrecer productos con altos estándares de calidad a precios competitivos, esto debido a la gran oferta de productos existentes en el mercado estadounidenses provenientes de todas partes del mundo.

**Jéssica (2013)** en su trabajo de investigacion titulado “ La Economía Digital Como Mecanismo Para Mejorar La Productividad Y Competitividad De Las Pymes En El Sector Turístico”. Tuvo como objetivo general: Proponer el uso, manejo y dominio de la economía digital como mecanismo para mejorar la productividad y competitividad en las PYMES del sector turístico. a Nueva Economía o también llamada Economía Digital se basa principalmente en el conocimiento e innovación; la digitalización de la información y el concepto de virtualidad. Se caracteriza por suponer cambios en la comprensión del sistema socio económico: en el cual los mercados se vuelven dinámicos a diferencia de

la estabilidad en la economía tradicional del siglo XX, la competencia deja de ser nacional y pasa a ser mundial, las estructuras organizativas dejan de ser burocráticas y jerárquicas para interconectarse, la movilidad geográfica de las empresas aumentan logrando crecimiento en la competencia entre las regiones. Tuvo como conclusión: Una de las transformaciones más directas de la Economía Digital es sobre el empleo y su estructura ocupacional, debido a que el proceso del trabajo está en el núcleo de la estructura social. El trabajo humano se ha venido transformando durante décadas con las tecnología de la información, primero con la mecanización y luego con la automatización, y mientras más avanzamos hacia la llamada sociedad de la información, toman mayor importancia los puestos profesionales y técnicos, generando un problema de conocimiento, quienes tengan competencias comunicativas y tecnológicas serán los más creativos, los más productivos y tendrán trabajo; por el contrario los que no, quedarán fuera del sistema, transformando lo que antes era desigualdad en exclusión social. La globalización de los mercados y la aplicación económica de las tecnologías digitales son grandes fuerzas de cambio que inciden actualmente sobre las empresas. La velocidad a la cual se está produciendo la digitalización de las sociedades ha dejado obsoletas muchas de las formas tradicionales de concebir las relaciones económicas, laborales y sociales.

### **2.1.2. Nacionales.**

**Bernaola Alfaro (2013).** En un estudio sobre la “Caracterización Del Financiamiento, Capacitación Competitividad Y Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Cevicherías Del Distrito De Chimbote, Período 2012-2013”. Formulación del Problema: ¿Cuáles son las principales

características del Financiamiento, Capacitación, Competitividad y Rentabilidad de las MYPES del Sector Comercio Rubro- Cevicherías del Distrito de Chimbote, periodo 2012-2013? La investigación tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio - Rubro Cevicherías del distrito de Chimbote, período 2012-2013.” La investigación fue descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 110 Mypes, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: Con relación a la competitividad: el 67% de las Mypes encuestadas no cuentan con un plan estratégico, mientras que el 33% si cuenta con este documento, el 64% de la Mypes creen que son competitivas por la calidad de sus productos, mientras que un 37% no cree que su empresa es competitiva. Con relación al financiamiento: el 58% de las MyPES encuestadas obtienen financiamiento del Sistema Bancario y el 41% del financiamiento recibido lo utilizan como capital de trabajo. Llegando a la Conclusión: Respecto a la Competitividad: La mayoría de los representantes de las Mypes encuestadas no cuentan con Plan estratégico, lo que significaría que no están preparados para el futuro empresarial, conocen el término de competitividad y creen que su empresa es competitiva porque están obteniendo rentabilidad en el mercado por la calidad de sus productos, mientras que un porcentaje menor de los encuestados consideran como ventaja competitiva sus precios bajos y la buena atención que brindan a los clientes. Respecto al Financiamiento: La mayoría de las MyPES encuestadas obtienen financiamiento del sistema bancario

Por otro lado **Galvez Ruiz (2010)**. En un estudio de la “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero-rubro piscigranjas de Paco y Gamitana, del distrito de Callería-periodo 2009-2010”. Por el cual tenemos como Formulación del problema: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las MYPES del sector pesquero –rubro piscigranjas de Paco y Gamitana del distrito de Callería, periodo 2009-2010? Para dar respuesta al problema enunciado, se ha planeado el siguiente objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las MYPES del sector pesquero, rubro de piscigranjas de Paco y Gamitana del distrito de Calleria, periodo 2009-2010. Para poder conseguir el objetivo general, hemos planteado los siguientes objetivos específicos: Tenemos Describir las principales características de los gerentes y representantes legales de las Mypes del ámbito de estudio. – también Describir las principales características de las Mypes del ámbito de estudio. -Describir las principales características de financiamiento de las Mypes en el ámbito de estudio. -Describir las principales características de la capacitación de las Mypes en el ámbito de estudio, Describir las principales características de la competitividad de las Mypes en el ámbito de estudio. -Describir las principales características de la rentabilidad de las Mypes en el ámbito de estudio. Los siguientes resultados: Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% del financiamiento que obtuvieron fue de entidades bancarias y el 100% que recibieron créditos en los años 2009 y 2010, no precisaron en qué invirtieron sus créditos. Llegando a la Conclusión: Respecto a la competitividad: Los

empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de sus Mypes son: el 71% si ha mejorado su proceso de compra – venta y el 71% si ha mejorado los servicios de atención al cliente, el 86% si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 71% si ha preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores, el 57% manifestaron que los clientes compran en su establecimiento por otros motivos no especificados en el cuestionario y el 71% manifestaron que si ha preocupado por mejorar los procesos de compra y venta de sus productos.

**Merca Rojas (2016).** En un estudio de la “Innovación tecnológica, financiamiento y rentabilidad, como medios para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho, 2016”. Utilizado para optar el título profesional de Contador Público Por el cual tenemos como Formulación del problema: ¿En qué medida la innovación tecnológica, financiamiento y la rentabilidad, son medios que sirven para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho, 2016? Para corroborar el problema se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar que la innovación tecnológica, financiamiento y la rentabilidad, son medios que sirven para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho, 2016. Se ha planteado los siguientes objetivos específicos: 1. Determinar que la innovación tecnológica es un medio que sirve para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho. 2. Determinar que el financiamiento es un medio que sirve para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra



y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho. 3. Determinar que la rentabilidad, es un medio que sirve para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho. El tema de investigación tiene como resultados lo siguiente: De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 93% de los encuestados consideran que la innovación tecnológica es un medio que sirve para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y ventas de abarrotes en el distrito de Ayacucho. De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 97% de los encuestados consideran que el financiamiento es un medio que sirve para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarrotes en el distrito de Ayacucho.

Por su parte **Oropeza Julio (2012)**. Estudio la “Caracterización De La Competitividad Y La Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Servicio - Rubro Transporte De Moto taxis De La Ciudad De Chimbote, Año 2012.” Formulación del problema: ¿Cuáles son las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de Mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012. Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos: - Determinar las características de los representantes legales de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012. - Determinar las características de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012. -

Determinar las principales características de la competitividad de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de moto taxis de la ciudad de Chimbote, año 2012. - Determinar las principales características de la rentabilidad de las Mypes del sector servicio - rubro transporte de moto taxis de la ciudad de Chimbote, año 2012, con respecto a las principales características de la competitividad: el 100% de las Mypes son competitivas en el mercado, el 69% utiliza estrategias competitivas y del 81% su servicio cuenta con valor agregado; Llegando a la Conclusión: Principales características de la Competitividad: La totalidad de las Mypes son competitivas en el mercado y su servicio es de calidad La mayoría de las Mypes utiliza estrategias competitivas El servicio de la mayoría relativa de las Mypes cuenta con valor agregado y su característica principal de su servicio es el trato amable.

Por lo tanto **Aguirre Díaz (2011)**. Estudio la “Caracterización de la formalización y la competitividad en las MYPES del sector comercio - rubro licorerías del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010 – 2011”. La investigación tiene como objetivo determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro licorerías y objetivos específicos las principales características de cada una de las variables en estudio. Respecto a los resultados de la competitividad: Un 78% considera necesaria la competitividad en su negocio para poder obtener mayores recursos y Sólo un 61% considera competitivo su MYPE. Por conclusión: La mayoría considera necesaria la competitividad en su negocio para poder obtener mayores ingresos económicos, pero no todos ellos consideran competitiva su MYPE.

### **2.1.2. Regionales.**

Por lo tanto **Dominguez Palacios (2017)**. En un estudio de la “caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017”. Utilizado para optar el título profesional de licenciado en Administración. Se estableció como objetivo general determinar las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017. La investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental - transversal. Se realizó a través de un cuestionario, con la finalidad de recoger los datos de la MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017, para llevar a cabo se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta a 10 MYPE. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al financiamiento que el 60% utiliza financiamiento bancario, el 70% solicitaron en el 2017 créditos bancarios, el 100% atendieron su crédito en menos de una semana, el 100% de las MYPE estudiadas les otorgaron los créditos en los montos solicitados, el 70% que sus créditos fueron a largo plazo y que el 60% trabaja con dinero de prestamistas. Respecto a la competitividad: el 63% si percibe que motivan a los trabajadores, el 68% afirma que la atención es buena, el 71% que innovan en los productos, el 92% si le ofrecen descuento y que el 83% los productos son de buena calidad.

**Soplopuco Távora (2012)**. En un estudio del presente trabajo de investigación “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el sector agroindustrial - rubro frutas del valle del Alto Piura: periodo 2011”, tuvo como objetivo general, describir las principales

características del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas en el sector Agroindustrial rubro frutas del valle del alto Piura, la investigación fue descriptiva. Para llevarse a cabo se escogió una muestra de población de 20 microempresas agroindustriales, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Para luego establecer cuál es el nivel de competitividad alcanzado por la micro y pequeña empresa agroindustrial piurana en el ámbito empresarial, y determinar su grado de correlación con el financiamiento explicando, evaluando y demostrando la participación estratégica de la caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas agroindustriales piuranas. Tuvo como resultados: que el 75% acudieron a las entidades financieras para solicitar un crédito y/o préstamo, mientras que el 65%, no pudieron recibir apoyo de un banco o una entidad Financiera, el 35% de los representantes de las empresas Agroindustriales contestaron que por sus deudas anteriores no cumplían con la aprobación de un crédito o préstamo, también se puede observar que, el 85% contestaron que si debe existir la creación de un banco para las Mypes para solucionar sus problemas con respecto a sus financiamiento que ellos aceptan realizar y así poder satisfacer sus necesidades ante el mercado. Por conclusión: La falta de tecnología, falta de apoyo financiero, desarticulación empresarial, escasas capacidades operativas y gerenciales, problemas de información, lo cual sumado a una falta de apoyo estatal hace que este sector, eminentemente de carácter familiar, no haya desarrollado aun el verdadero potencial que tiene.

Según **Moran Viera (2013)**. Estudio la “Caracterización De La Rentabilidad Y Competitividad En Las Mype Comerciales Rubro Arroz En Las Lomas Piura Año 2013”. A continuación, la Formulación del Problema: ¿Qué

características tiene la rentabilidad en la competitividad de las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013? Estableciéndose como objetivo general: Determinar las características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013. Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar los elementos que tiene la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013. -Conocer los tipos de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013. -Identificar los factores de la competitividad en las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013. -Conocer los elementos de la competitividad que emplean las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013. Respecto a la competitividad: El 80% de las MYPE son competentes porque capacitan a su personal constantemente y adquieren equipos acordes con las nuevas tecnologías para así tener una mejor producción. Llegando a la Conclusión. La competencia es un factor que determina la competitividad de las MYPE, ya que la competitividad en la organización es una importante estrategia para el logro de los objetivos y la visión de la compañía. Por ello, es importante fomentar, desarrollar y mantener, tanto en la organización como un todo, como en cada uno de los empleados.

Por otro lado **Palacios Vélchez (2013)**. Estudio la “Caracterización De Capacitación Y Competitividad En Las Mype Rubro Ropa De Bebés Del Mercado Modelo De Piura, 2013” Formulación del Problema: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro ropa de bebes en el sector Blas Atienza del mercado modelo de Piura, año 2013? El Objetivo General de esta investigación será: Determinar las características de la

capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura, año 2013. Objetivos Específicos: a) Determinar las características de la capacitación de las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura, año 2013. b) Indicar los medios de capacitación que se utilizan en las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura, año 2013. c) Determinar las características de la competitividad de las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura, año 2013. d) Describir las estrategias competitivas que utilizan las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura, año 2013.

Llegando a la Conclusiones: En cuanto a las estrategias utilizadas, estas se basan en la calidad (89%) y el precio en un 45%; las cuales responde a la percepción de los clientes. Es importantes identificar en su stand de productos aquellos que le hagan ser más competitivo; priorizando la marca o el precio en su totalidad 100%. La percepción de los clientes en relación a la infraestructura de las tiendas es buena en un 50%; la calidad en un 40%; y el precio en un 42%; además el nivel de satisfacción de los clientes es del 74%. Las siguientes recomendaciones: En relación a las MYPE, se debe mejorar las instalaciones para que la percepción de los clientes sea la mejor, de tal manera que se mejore la percepción de los clientes y el nivel de satisfacción. Debe mejorar la distribución de los productos, y adquirir mobiliario adecuado, que permita a la MYPE ser más competitiva en relación a otras tiendas de ropa de bebés, en la ciudad de Piura en general.

### **2.1.3. Locales.**

**Celi Cavero (2014).** En un estudio de la presente investigación determinó las características del Financiamiento y la Competitividad de las Micro y

Pequeñas empresas del rubro de servicios de estimulación temprana, ubicadas en el cercado de Sullana, año 2014; tuvo como Objetivo general: Determinar las características del financiamiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de Estimulación Temprana, ubicadas en el Cercado de Sullana, año 2014. Tuvo como resultado respecto al financiamiento: Se determinó que los centros de Estimulación Temprana de Sullana no recibieron financiamiento en un 60% y los que recibieron que ha sido la minoría fue a través de las Cajas Municipales; también se aprecia que el 70 % de los encuestados no reunía los requisitos cuando solicitaban un crédito aun teniendo estas entidades que mantienen requisitos mínimos. Respecto a la competitividad: Existe un 50% que no se adapta a los cambios tecnológicos y un mínimo del 40% que casi nunca están al tanto de las innovaciones y de este último grupo consideran que existen barreras para su empresa lo que genera atraso en la expansión y crecimiento de las mismas. -Se concluye que en general las micro y pequeñas empresas del rubro de estimulación temprana no son competitivas frente a las características identificadas en el estudio y carecen de Empowerment direccional limitando medir el desempeño de los trabajadores hacia sus clientes.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación.**

### **2.2.1. Tienda de abarrotes.**

Campos (2013) nos dice que las tiendas de abarrotes en México tienen origen en la época de la conquista, el concepto de la palabra “abarrotes” comenzó a utilizarse en las colonias españolas de América, donde los establecimientos de venta quedaban “abarrotados” de víveres y otros productos tras la llegada de un buque al puerto procedente de España o de otras colonias. Además, se dice que la palabra es de origen gallego y durante el Virreinato se daba a los bultos con mercancía que transportaban las embarcaciones comerciales. Después de esto, las mercancías se conocieron como abarrotes, en lugar de los envoltorios. A lo largo de la historia de este tipo de comercios en México, los abarrotes se han convertido en productos de primera necesidad y, por lo tanto, altamente redituables. De tal manera que los analistas aseguran que las tiendas se están yendo a poblaciones donde tradicionalmente no tenían presencia. Las tiendas de abarrotes han adquirido notable importancia en cualquier rincón del país, pues tienen una importante participación, conformando un sólido esquema dentro del comercio mexicano, como el comercio detallista, que marcó la pauta para que en México los tenderos se transformaran en abarroteros, y sus negocios en las tiendas de abarrotes.

### **2.2.2. Sector comercio.**

Según **Orozco David (2006)**. El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido



al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos.

El comercio se desarrolla en un ámbito de ferias, muestras y mercados, cuya actividad tiende a exhibir el producto terminado y a favorecer su difusión y venta, lo que conocemos como comercialización.

### **SECTOR COMERCIAL.**

Gonzalo (2018) Indica que la importancia que debe poner el sector comercial en la formación a los equipos comerciales, no solo en el producto y/o servicio, sino también en técnicas de venta y gestión de clientes, en actitudes, en el desarrollo de habilidades digitales así como en habilidades relacionadas con el mundo de la comunicación.

En Fuerza Comercial somos especialistas precisamente en eso: en la mejora de ventas a través de la selección y desarrollo de equipos comerciales. Llevamos mucho tiempo haciéndolo incrementando las ventas de nuestros clientes hasta en un 14'6%.

### **La Función mayorista.**

Luis godas (2010). Nos dice que el comercio mayorista se caracteriza por adquirir productos a fabricantes y otros mayoristas y distribuirlos a otros mayoristas, distribuidores, minoristas e incluso a fabricantes, pero no a los consumidores finales.

#### **✓ Tipo de producto**

- Agricultura y alimentación.
- Textil, confección y calzado.
- Droguería, farmacia y hogar.
- Vehículos y accesorios.

- Artículos de consumo duradero.
- Comercio interindustrial.
- Otro comercio al por mayor.

### **La Función minorista.**

El comercio minorista es el que vende los productos al consumidor o usuario final. Su importancia estriba no sólo en que representa el eslabón final en la cadena de distribución, sino que al conectar directamente con el mercado puede influir directamente en las ventas.

#### ✓ **Tipo de producto**

- Alimentación, bebidas y tabaco.
- Textil, vestido y cuero.
- Droguería, perfumería y farmacia.
- Equipamiento del hogar.
- Vehículos y accesorios.
- Carburantes y lubricantes.
- Otros comercios.

### **2.2.3. Teoría del financiamiento**

Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden

utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable en lo que respecta a pagos.

### **Financiamiento**

Pineda (2010) señala que el financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de obligaciones o deudas.

El financiamiento se obtiene en los mercados financieros cuya función esencial es la de canalizar fondos de quienes han ahorrado, por gastar menos que su ingreso, hacia aquellos que tienen escasez de dinero, porque desean gastar más que su ingreso. Esta función se muestra esquemáticamente en la siguiente gráfica.

Los principales ahorradores y deudores son los individuos y le siguen las empresas, después el gobierno y por último los extranjeros, estos normalmente piden prestado para comprar casas, automóviles o algún consumo. En el financiamiento directo, los deudores obtienen fondos directamente de los prestamistas en los mercados financieros vendiéndoles valores que son derechos sobre los futuros ingresos o activos de los deudores.

Por su parte Reyes (2016) señala que el financiamiento es el proceso mediante el cual y a través de diversos medios se brinda un préstamo económico a personas físicas o morales para cumplir con sus obligaciones o comenzar algunos proyectos. Las formas de financiamiento más comunes son los créditos bancarios con los cuales se pueden resolver problemas de liquidez financiera para la adquisición de bienes inmuebles, automóviles, remodelación de la vivienda o

el comienzo de un proyecto empresarial. También se otorgan para el pago de deudas o para solventar los gastos de crecimiento y expansión de las empresas.

### **Importancia del estudio del financiamiento para las empresas.**

Por su parte Arellano (2013) señala que hoy en día el comportamiento de las empresas para obtener un financiamiento está sufriendo grandes cambios, debido a que el entorno económico incide al análisis más profundo y serio de la Estructura financiera de la empresa, debido a que los costos de los recursos cada vez se incrementan de manera sorprendente.

El financiamiento es una alternativa de decisión en que las empresas recurren en ocasiones para aplicarlos en inversiones como una estrategia financiera, por tal motivo la alternativa de financiamiento debe ser analizada desde su origen.

#### **2.2.4. Principales estrategias financieras de las empresas.**

Diaz (2008) señala que las estrategias financieras empresariales deberán estar en correspondencia con la estrategia maestra que se haya decidido a partir del proceso de planeación estratégica de la organización. Consecuentemente, cada estrategia deberá llevar el sello distintivo que le permita apoyar el cumplimiento de la estrategia general y con ello la misión y los objetivos estratégicos.

Ahora bien, cualquiera que sea la estrategia general de la empresa, desde el punto de vista funcional, la estrategia financiera deberá abarcar un conjunto de áreas clave que resultan del análisis estratégico que se haya realizado.

## **Estrategias financieras para hacer crecer su negocio**

Según El grupo Asobancaria (2012) señala que sin importar el tamaño del negocio los objetivos generalmente son los mismos: crecer y llegar a más clientes.

### **❖ Fundamentos de las estrategias financieras.**

#### **Crecimiento estratégico financiero.**

Arias (2016) señala que el éxito de un negocio se encuentra, fundamentalmente, en la correcta aplicación de estrategias financieras que le permitan crecer cada vez más.

#### **▪ Sobre la inversión.**

Como ya se ha planteado, existen cuatro tipos de estrategias: las ofensivas, las defensivas, de reorientación y de supervivencia, por lo que, para definir la estrategia que deberá seguir la organización acerca de la inversión, resulta indispensable volver a examinar qué plantea la estrategia general del caso en cuestión. Generalmente, si la empresa se propone una estrategia ofensiva o de reorientación, incluso, en ocasiones defensiva, entonces es muy probable que las decisiones sobre la inversión apunten hacia el crecimiento.

#### **▪ Contar con los medios financieros para el crecimiento futuro.**

Benito (2014) señala que para lograr el éxito en un negocio, es necesario contar con un financiamiento, es decir, la aportación de dinero para poder comenzar un negocio nuevo o hacer crecer lo que hasta el momento es una mediana empresa. Muchas de las pequeñas y medianas empresas no logran persistir en el mercado debido a la falta de recursos

financieros. Todo crecimiento con lleva la necesidad de tener un presupuesto y sobre todo, contar con los recursos para lograrlo.

- **Tener una clara visión del futuro**

Arias (2016) señala que todo empieza por definir a dónde se desea llegar con la empresa. Establecer una visión clara y realizable en un plazo determinado permitirá definir la eventualidad y el camino financiero para cumplir con ese objetivo y alcanzar la meta que se propone. Es importante que el objetivo especificado en la visión del negocio sea alcanzable y realista, de otra forma nos generará frustración el no poder llegar hacia él.

- **Ser sujetos de crédito, siempre**

Arias (2016) señala que lograr el financiamiento adecuado es crucial en una empresa. Por ello, es más que recomendable para la salud financiera del negocio mantener una buena relación con los bancos, ser sujeto de crédito y no caer en moras que dañen nuestra reputación financiera. Un buen cumplimiento con las obligaciones de pago serán un gran referente para la obtención de nuevos préstamos.

Estas estrategias financieras te permitirán tener los conocimientos necesarios para una próspera vida para los negocios. Ya no tienes excusa, haz crecer tu negocio de manera segura y firme. Es necesario que en el camino se vayan tomando las medidas correctivas necesarias, de acuerdo a las circunstancias que se vayan presentando. Aplica estas recomendaciones en tu organización y las finanzas estarán a salvo; la caja de tu empresa estará bien resguardada.

- **Beneficios en la puntualidad del pago de los créditos**

Quesada Cantuarias (2016). Indica que el pagar a tiempo los créditos contribuye a mantener un impecable historial crediticio y beneficia la relación con la institución financiera. "Los bancos cuentan con el registro de comportamiento de pago de todos los préstamos que haya tenido a lo largo de su vida. Esto es lo que se llama historial crediticio. Mientras haya sido puntual, le beneficiará como cliente", así podrá aplicar a otros productos financieros tanto para su negocio como de uso personal. Honrar el pago del crédito contraído permitirá obtener mejores condiciones para un siguiente préstamo: menores tasas de interés, acceder a financiamientos más altos o a plazos más acordes con las necesidades. Además, la imagen que proyectarás será de un cliente con bajo riesgo para los bancos.

### **2.2.5. La Gestión financiera.**

Bien desarrollada puede ayudar al empresario a lograr el objetivo fijado desde la estrategia.

- **La toma de decisiones financieras en la empresa.**

Americas (2015), Indica que una de las principales funciones que tendrás que asumir como gerente de una empresa, será la toma de decisiones, entre ellas las de tipo financiero, este complejo proceso de elección es fundamental para la supervivencia y el crecimiento de tu organización. De las decisiones efectuadas dependerá conseguir maximizar el valor empresarial, obtener beneficios y alcanzar los objetivos corporativos propuestos.

Una cuestión fundamental a tener en consideración en las decisiones financieras es saber qué tipo de decisión vamos a tomar: si es una decisión para inversión o si es para financiamiento.

▪ **Asesoría Financiera.**

Aventura (2011), Señala que la asesoría financiera es un servicio que presta un asesor financiero que puede ayudarte en las decisiones que debas tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedas rentabilizar cada vez más tus recursos financieros. el asesor financiero es un profesional que te ayudará a descubrir cuales son tus necesidades financieras en donde analizará tu historial pasado, presente y futuro en materia financiera, considerando tu edad, tu patrimonio, tu tipo impositivo, tu situación profesional y familiar, entre otros aspectos.

La finalidad de la asesoría financiera es que puedas:

- ✓ Poder fijar metas financieras y personales
- ✓ Poder evaluar tu estado financiero
- ✓ Desarrollar un plan coherente y realista para que puedas llevar a cabo tus metas financieras

### **2.2.6. Fuentes de financiamiento empresarial.**

Bautista (2014) señalo que de todas las actividades de un negocio, la de reunir el capital es de las más importantes. La forma de conseguir ese capital, es a lo que se llama financiamiento. A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de



seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

Asi también Alonso, (2016) señala que Las empresas pueden escoger entre un conjunto de modalidades para conseguir capital que les permita crecer y desarrollarse. Esas son las fuentes de financiamiento.

## **Financiamiento a corto plazo.**

- **Los ahorros personales:**

la mayoría de negocios se ha iniciado y dado sus primeros pasos con los ahorros y otros recursos personales, incluyendo la venta de propiedades de diversas dimensiones.

- **Junta ahorro.**

En la práctica es una forma de ahorro personal pero obligatorio por el compromiso de aportar periódicamente (por lo general cada mes) asumido con los integrantes de la junta. En forma rotatoria, cada integrante percibe un monto que proviene de los aportes de los demás. Dependiendo del monto se puede reunir un capital como para invertir en el inicio de una empresa.

Una junta se basa en la confianza mutua de las personas –no se requieren garantías físicas, con lo cual es muy importante saber seleccionar a los participantes de la misma. Una vez formado el grupo, se decide si los aportes serán quincenales o mensuales. Luego se realiza el sorteo para saber el orden de los pagos.

- **Crédito comercial.**

Es el uso de las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado. Ejemplos: los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

- **Los amigos y parientes.**

Ellos suelen prestar sin intereses o a tasas muy bajas, lo cual resulta muy conveniente para el inicio de una empresa.

- **Financiamiento bancario.**

Son los créditos concedidos por el sistema bancario a las familias, empresas privadas y sector público, así como valores emitidos por empresas privadas, sector público y banco central adquiridos por el sistema bancario.

### **Financiamientos a largo plazo**

- **Hipoteca:** una propiedad inmueble es puesta en garantía de pago de un crédito, por lo general otorgado por un banco. En caso de incumplimiento de pago el acreedor puede ejecutar la hipoteca y hacerse de la propiedad del inmueble entregado en garantía.
- **Acciones:** son papeles que acreditan la participación patrimonial o de capital de un accionista en la organización. El propietario o los socios pueden vender parcial o totalmente su participación accionaria y así financiar un proyecto de la empresa. También se puede acordar con un proveedor de bienes o servicios el pago en acciones.

- **Bonos:** es un instrumento certificado mediante el cual el emisor del bono o prestatario, por lo general una sociedad anónima, se compromete a pagar una suma específica y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.
- **Arrendamiento financiero:** es un contrato entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario). A esta última se le permite el uso de los bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica.

### **2.2.7. Teoría de la competitividad.**

Se dice que la competencia en dos o más empresas genera innovación y mejoran entre ellas, a su vez ganan ventajas, forman ideas y si un producto salió mejor que el otro pues la competencia trata de mejorar su producto y siempre cumpliendo las expectativas de sus clientes aún más, y no solo en el producto si no en un precio que supere la oferta de la competencia entre ellas son los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.

Según **Villegas Carlos (2013)**. Indica que la competitividad empresarial es parte importante para las empresas porque gracias a ello ha podido ver crecimiento en el entorno económico y social por que las empresas están comprometidas con sus clientes a dar el mejor servicio o productos y cada vez mejorarlo para que esto se pueda realizar también se necesita que dentro de la empresa haya un departamento de recursos humanos, aunque en la actualidad se cree que es un departamento que casi no hace nada pero es parte fundamental para que la empresa tenga una buena dirección y tener control de cada situación que pase en interior o exterior de la empresa.

Según **Bengochea Valietti (2008)**. Considera que la competitividad empresarial en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa. La competitividad interna está referida a la competencia de la empresa consigo misma a partir de la comparación de su eficiencia en el tiempo y de la eficiencia de sus estructuras internas (productivas y de servicios.) Este tipo de análisis resulta esencial para encontrar reservas internas de eficiencia, pero por lo general se le confiere menos importancia que al análisis competitivo externo, el cual expresa el concepto más debatido, divulgado y analizado universalmente.

Según **Porter Michael (2005)**. Habla que la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender la competitividad, el punto de partida son las fuentes subyacentes de prosperidad que posee un país. El nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales.

Por tanto, la verdadera competitividad se mide por la productividad. La productividad permite a un país soportar salarios altos, una divisa fuerte y una rentabilidad atractiva del capital. Y con ello, un alto nivel de vida.

### **La Empresa Competitiva.**

Según **Castillo Dennys (2014)**. Una empresa competitiva se caracteriza por desarrollar y mantener ventajas para operar de manera exitosa y crecer en su mercado, proporcionando bienes y servicios que superan a los de sus rivales. La competitividad es una capacidad decisiva, vital para las empresas que aspiran sobrevivir y progresar en condiciones de competencia creciente.

La competitividad es un asunto de toda la organización. Es por ello, que la empresa competitiva es una organización en la cual todos sus componentes están alineados para tener la capacidad de producir y mercadear sus productos, bienes o servicios, en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. No obstante, es importante tener en cuenta que el logro de la capacidad necesaria para implantarse y competir en los mercados internacionales, o para resistir a la competencia de empresas extranjeras en el país, debe ir en comunión con las políticas públicas que deben promover los niveles de competitividad nacional.

#### **2.2.8. Estrategias para mejorar la competitividad de tu empresa.**

Samuel (2018) señala que las empresas viven en un entorno en el que todo ha cambiado y la renovación constante se ha convertido en una dinámica arrolladora. No tomar medidas para mejorar la competitividad en el momento actual, a la velocidad a la que surgen nuevas tecnologías y nuestros competidores toman posiciones, es sencillamente una locura.

También algunas estrategias pueden ayudar a mejorar la competitividad como empresa, ten en cuenta que muchas de ellas implican tener un conocimiento profundo de las tendencias y las dinámicas del mercado, así como una inversión para buscar una mayor satisfacción del cliente.

Hay multitud de ámbitos en los que las empresas pueden intentar mejorar su competitividad. Al mejorar la competitividad, no sólo podemos obtener una mayor rentabilidad, sino fortalecer y consolidar nuestra marca de cara al futuro, crecer y expandirnos a otros mercados, y sobre todo, generar confianza en nuestro público objetivo.

- **Ofrecer un buen servicio al cliente.**

Arturo, (2012). Señala que debido a la alta competencia, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes, y lo que buscan ya no es sólo el precio y la calidad, sino también, una buena atención, un trato personalizado, un ambiente agradable, un servicio rápido; es decir, buscan un buen servicio al cliente.

Siempre debemos procurar ofrecer un buen servicio o atención al cliente, de ese modo, lo “fidelizaremos”, es decir, nos ganaremos su preferencia y confianza, y además, lograremos que muy probablemente nos recomienden.

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya interacción con el cliente, y debe ser practicado por todos los trabajadores.

- **Modernícese**

Analice las opciones que tiene para modernizar su aparato productivo, maquinaria, equipos, procesos y gestión. Modernizarse no solo implica adquirir tecnología, también es una forma de pensar y proyectar su empresa hacia el futuro. Por medio de la modernización su empresa puede aumentar su capacidad de adaptación al cambio y de mantenerse vigente, a través del tiempo.

- **Invertir constantemente en innovación.**

Bir (2016), señala que prácticamente todos los sectores aparecen constantemente innovaciones que sitúan a aquellas empresas que son capaces de incorporarlas por delante de las otras. Especialmente en

determinados sectores, como el de las nuevas tecnologías, las compañías invierten grandes cantidades de dinero para ser los primeros en crear o desarrollar una innovación que satisfaga de una forma más completa las necesidades mostradas por los clientes a partir de sus preferencias. Por lo tanto, toda compañía está obligada a innovar de forma constante para no perder posiciones y no quedarse atrás.

- **Busca la innovación y el desarrollo de nuevos productos.**

Muchas empresas dependen única y exclusivamente de productos de proveedores, no desarrollan productos. En este sentido, la innovación parece un terreno reservado a las empresas que apuestan por la fabricación de sus propios productos, o que cubren todas las fases de trazabilidad de un producto. En cualquier caso, una empresa que quiera ser competitiva tiene que ser innovadora. Y la innovación pasa por un profundo conocimiento de las necesidades de tus clientes, una investigación exhaustiva y constante de tus productos y una inversión adecuada en la mejora y la gestión de los mismos, así como en el diseño y creación de otros nuevos en un entorno cambiante y en el que continuamente surgen nuevas necesidades.

- **Capacite a su personal para mejorar la competitividad.**

Perez (2016) señala que el capital humano de su empresa es su recurso más importante, por esto es clave que sus empleados se capaciten constantemente y adquieran nuevos conocimientos que les permitan seguir desarrollando habilidades para realizar eficaz y eficientemente las tareas que les corresponden en su empresa. Capacitar a sus empleados le

ayudará a tener un buen nivel de motivación, productividad, integración y compromiso. Existen diferentes opciones de actualización y capacitación que le permitirán tanto a los directivos como a sus empleados desarrollar mejor sus habilidades, competencias y aumentar la productividad de su negocio y así brindar una mejor atención a nuestros clientes.

### **2.2.9. Los factores que determinan la competitividad empresarial.**

Según Albert (2016) Serán los factores que definan la capacidad de la empresa para formular y aplicar estrategias coherentes que te permitan, de manera duradera, una posición significativa en el mercado.

Por ese motivo, en caso que se quiera conseguir una situación determinante o estable en un mercado, hay que ser capaz de mantener de forma sostenida una productividad tal que impida a los competidores llevarse parte de los clientes propios y un alto porcentaje del público objetivo. Para ello, ha tomado mucho valor el concepto de competitividad. Consiste en utilizar los recursos propios de tal forma que funcionen con el máximo rendimiento. Como recursos no solamente se entiende aquellos aspectos técnicos o materiales, sino también humanos y de otro tipo, como comercial o de marketing. Así pues, si una empresa quiere proseguir con su actividad, debe de ser altamente competitiva.

Así mismo Martínez (2014) señala que las empresas de hoy se preocupan más por vender y pagar cuentas que por ser verdaderamente competitivas; para esto, es necesario contar con niveles de dirección dinámicos, actualizados, abiertos al cambio y conscientes de que se debe poner en primer lugar a los trabajadores, ya que sin ellos la empresa no funcionaría.



- **La Tecnología en el negocio.**

Aplicar tecnología en un negocio no deben ser entendido como un fin, sino como un medio para poder llegar a los objetivos de las empresas. La tecnología bien aplicada ayuda a las empresas a ser más competitivas e incrementar su capacidad de producción, agilizar los procesos, la operación del negocio y mejorar la toma de decisiones, ya que brindan información relevante y en tiempo para las empresas.

En un mundo tan globalizado es importante contar con este tipo de herramientas para alcanzar metas financieras y poder comunicarnos mejor con clientes y colaboradores. La tecnología va desde la implementación de correo electrónico, creación de páginas web para el negocio y sistemas de administración de negocios (software).

- **Conocer las necesidades del cliente es un objetivo para la competitividad.**

Así mismo Revson (2011), señala que la satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones es la identificación de las necesidades y expectativas de los distintos segmentos de clientes es fundamental para alcanzar su satisfacción. Los clientes o potenciales clientes de los productos o servicios de la empresa tienen una serie de características que es necesario tener en cuenta sin hacer juicios de valor sobre ellas. Estas características hacen del cliente un ser bastante imprevisible, si bien no debemos olvidar que la razón de ser de la empresa es satisfacer sus necesidades.

- **Relación calidad / precio**

Grönroos (2012) señala que cuando la calidad no importa y el único objetivo es el precio, disminuimos la competitividad de la empresa. Con un cliente muy especial puedes hacer un esfuerzo y dar la misma calidad a menor precio pero esto no suele ser sostenible en el tiempo. Es claro que los consumidores siempre buscamos productos y servicios que nos ofrezcan una buena relación precio-calidad. Preferimos un servicio de menor precio si consideramos que la calidad es similar a la de otro más caro, en el caso de servicios altamente intangibles, el precio puede ser un criterio de calidad. Entonces entiende tu mercado, intenta hacer esta combinación y pon a tus competidores donde esta cada uno y ve donde está menos competido y ahí emprende. Pon precio, calidad y servicio y solo ponle atención a tu competencia y ve como esta de competido tu mercado.

### III. Metodología.

#### 3.1. Diseño de la investigación.

El nivel de investigación que se utilizó fue cuantitativo, puesto que para la recolección de datos respecto a financiamiento y competitividad se realizará con base a la medición numérica y análisis estadístico, con la finalidad de conocer e identificar patrones de comportamiento de MYPES, del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la Provincia de Talara, Año 2018.

El tipo de investigación fue descriptivo, puesto que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar el objetivo de estudio de la investigación con respecto a financiamiento y competitividad.

La investigación no experimental se observó tal y como es el campo de estudio y así poder analizar deliberadamente las variables. Es decir, se trata de investigación, donde no hacemos variar intencionalmente las variables de estudio: financiamiento y competitividad - lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Es transversal, debido a que se recolectan y estudian los datos o la realidad en un solo momento, respecto a las variables de la investigación financiamiento y competitividad en un único tiempo. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en su momento dado y en forma simultánea.

El diseño de la investigación fue no experimental, descriptivo y de nivel cuantitativo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Microempresas encuestadas.  
O = Observación de las variables: financiamiento y competitividad.

### 3.2. Poblacion y muestra

#### Poblacion.

Para el estudio de la variable financiamiento de la población esta conformada por los gerentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta. Por lo tanto se considera una población finita, siendo el número de 24 tiendas de abarrotes.

Para la variable competitividad la población es de carácter exterior, es decir, la población esta conformada por los clientes, ya que son ellos los que dieron su opinión respecto a la variable. La misma que se considera infinita.

<b>DUEÑOS DE LA MYPE EN ESTUDIO.</b>				
<b>N°</b>	<b>Nombre del propietario</b>	<b>DNI N°</b>	<b>Dirección</b>	<b>RUC</b>
1	Sullón Seferino Yesenia Del Socorro.	03894600	Call.4 - Puesto Nro. 02 Interior mercado Talara Alta.	10038946001
2	Cuya Canchari, Nelly Yolanda	03896318	Nro 5 Mercado C.H. Talara Alta-2do Piso	10038963185
3	Alemán De Silva Zoila.	00320328	Call.4 Nro. 45 Mercado Talara Alta.	10003203285
4	Villalta Luna, Hilda Roció Jael.	40893565	Call.04 Nro. 34 Mercado Talara Alta.	10408935658
5	Viera Carreño Alicia	03889605	Nro. 19 Mercado (Altura Calle Y-Talara Alta)	10038896054
6	Valverde Namuche, Deysi	03838363	Call.5 Nro. 54 Mercado. Talara Alta	10038383634
7	Sandoval Almestar Mercedes.	03649492	Puesto N° 10-Interior Mercado Talara Alta.	10036494927
8	Vega de rojas Carmen rosa.	03837430	Call.5 Nro. 13 Mercado Talara Alta.	10038374309
9	Martínez Espinoza, Aníbal.	03857618	No S/N Int D-8 Mercado Talara Alta	10038576181
10	Peña Pintado, Adiel.	03888060	Nro. 9 Mercado Talara Alta	10038880603
11	Mogollón Agurto Raúl	03843124	D-2 Mercado Talara Alta	10038431248
12	Vivas De Estrada Ignacia Loyola.	03824941	Nro. E1 Int. Mercado – Talara Alta.	10038249415
13	Marcelo De Ayala Teresa	03874561	Nro. D-1 Int. Mercado Talara Alta.	10038745617
14	Castro Córdova Humberto.	03325589	Puesto N° 23-Interior Mercado Talara Alta.	10033255891

15	Farfán De Zavala Socorro Del Pilar	03827984	Call.4 Nro. 7 Mercado Talara Alta.	10038279845
16	Amaya Castillo José Mercedes	02782482	Nro. 33 Mercado. Talara Alta.	10027824825
17	Vignes De Chiroque Victoria Angela	03844300	Puesto N° 20-Interior Mercado Talara Alta.	10038443009
18	Zapata Acedo Norma Elvira	03877565	Nro. D-3 Int. Mercado Talara Alta.	10038775656
19	Lloverá Valencia María Ignacia	03894050	Nro. 15 Mercado Talara Alta	10038940509
20	Orozco De Saavedra Gladys Josefa	03821232	Nro. 18 Mercado Talara Alta	10038212325
21	Mondragón Erazo, Santos	03342823	Puesto N° 3-Interior Mercado Talara Alta.	10033428231
22	Campos Ordinola, María Emma	03884413	Nro. F Int. 7 Mercado Talara Alta	10038844135
23	Pingo De Calderón, María Juana	32780086	Nro. C- 24 Mercado Talara Alta	10327800863
24	Peña Gonzales, Inés Amada	03564117	Nro. I-26 Mercado (Talara Alta)	10035641179

### **Muestra:**

La muestra para la variable financiamiento se considera a los dueños, siendo una muestra igual a la población; es decir,  $N = n$ , ya que según (Hernández, Fernández y Batista 2010) manifiestan que para poblaciones menores de 50 individuos, se considera que la muestra es igual a la población. Por lo tanto, la muestra es de 24.

Para la variable competitividad, la muestra esta conformada por los clientes, por lo cual se considera una muestra infinita al no saber el número exacto de unidades del que esta compuesta la población. Por lo tanto (Hernández, Fernández y Batista 2014), señalan que se requiere de la aplicación de fórmula estadística para obtener el resultado muestral a encuestar, siendo la fórmula a aplicar la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

Z= Nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z= 1.65)

p= Probabilidad de concurrencia: (0.50)

q= Probabilidad de no concurrencia: (0.50) e= Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.65^2 (0.50) (0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

**Criterios de inclusión:**

- Para la variable competitividad las características de la población de carácter exterior son los clientes, por lo tanto se consideró sujetos de inclusión 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.
- Para la variable financiamiento se incluye a la totalidad de los gerentes, ambos sexos, mayores de edad y con más de un año en el negocio.

**Criterios de exclusión:**

- Para la variable competitividad se excluye a clientes menores de edad, y aquellos que no tengan voluntad de brindar información.
- Para la variable financiamiento se excluye a gerentes que tengan menos de 1 año en el negocio.

### 3.3. Definición y operacionalización de variables.

VARIABLE	DIMENSION	SUB DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	
<b>FINANCIAMIENTO</b>  El financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de obligaciones o deudas. (pineda., 2010)	Las principales estrategias financieras.	<b>Crecimiento.</b>	<b>Inversión</b>	¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?	<b>C U E S T I O N A R I O</b>	
				¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?		
			<b>Crédito.</b>	<b>Visión</b>		¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?
				<b>Tomar Decisiones</b>		¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?
		<b>Gestión.</b>	<b>Asesoramiento</b>			¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?
				¿Es importante tomar buenas decisiones en el financiamiento?		
		¿Usted conto con asesoramiento financiero?				

VARIABLE	DIMENSION	SUB DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
<b>FINANCIAMIENTO</b>  El financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de obligaciones o deudas. (pineda., 2010)	<b>Fuentes de financiamiento.</b>	<b>Corto plazo</b>	<b>Ahorro</b>	¿Inicio su negocio con un ahorro personal?	<b>C U E S T I O N A R I O</b>
				¿Lo han invitado a participar en una junta de dinero entre amigos, familiares o vecinos?	
			<b>Crédito</b>	¿ Al iniciar su negocio obtuvo crédito?	
				¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?	
		<b>Bancos</b>	¿Usted utiliza el financiamiento bancario ?		
<b>Largo plazo.</b>	<b>Externa.</b>	¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?			



VARIABLE	DIMENSION	SUB DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
<p><b>COMPETITIVIDAD</b> Se dice que la competencia en dos o más empresas genera innovación y mejoran entre ellas, a su vez ganan ventajas, forman ideas y si un producto salió mejor que el otro pues la competencia trata de mejorar su producto y siempre cumpliendo las expectativas de sus clientes aún más, y no solo en el producto si no en un precio que supere la oferta de la competencia entre ellas son los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.</p>	<p><b>Estrategias para mejorar la competitividad</b></p>	<p><b>Estrategia.</b></p>	<p><b>Un buen servicio.</b></p>	<p>¿Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?</p>	<p><b>C U E S T I O N A R I O</b></p>
			<p><b>Innovar.</b></p>	<p>¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?</p>	
				<p>¿Usted considera que la empresa es innovadora?</p>	
	<p><b>Capacitación</b></p>	<p>¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?</p>			
	<p><b>Factores de la competitividad</b></p>	<p><b>Liderazgo</b></p>	<p><b>Tecnología.</b></p>	<p>¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?</p>	
			<p><b>Conocimiento</b></p>	<p>¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?</p>	
		<p><b>Calidad.</b></p>	<p><b>Precio</b></p>	<p>¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?</p>	

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

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta que se aplicó a los dueños y clientes del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, Año 2018, se aplicará como instrumento para las variables financiamiento y competitividad; además se aplicará la técnica de la entrevista, como instrumento, una lista de cotejo o verificación.

### **3.5. Plan de análisis.**

En la presente investigación se usó la técnica de la encuesta que permitió recoger datos mediante 2 cuestionarios estructurados de preguntas, los mismos que fueron revisados por tres expertos para su validación, además para garantizar la calidad de los datos, se realizó un análisis de confiabilidad mediante el programa estadístico SPSS versión 22, arrojando como resultado que el instrumento utilizado es fiable.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de cada una de las variables en estudio, para ello se utilizó el programa Microsoft Excel, el cual examinó los datos de manera cuantitativa permitiendo organizar la información recolectada mediante tablas y gráficos con su respectiva interpretación, lo que a su vez permitió elaborar la discusión de los resultados de cada una de las preguntas y posteriormente finalizando con las conclusiones de la investigación.



<p>provincia de Talara, año 2018?</p>	<p>que utilizan las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.</p> <p>-Determinar las estrategias para mejorar la competitividad en las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.</p> <p>-Identificar los factores de la competitividad en las Mype de sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018.”</p>		<p><b>Competitividad.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estrategias para mejorar la competitividad.</b></li> <li>• <b>Factores de la competitividad.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buen servicio.</li> <li>2. Modernización del negocio</li> <li>3. Innovación</li> <li>4. Capacitar al personal.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tecnología.</li> <li>2. Conocer las preferencias del cliente</li> <li>3. Calidad.</li> </ol>
---------------------------------------	--	--	-------------------------------	---	---

### **3.7. Principios éticos**

En el presente trabajo de investigación dirigida a las Micro y Pequeñas empresas, el estudio se hizo con responsabilidad, respeto e información real, donde vamos a cumplir los objetivos, también tendremos la idea de cooperar en lo necesario para así lograr una buena culminación y cumplir con el objetivo, porque los resultados y la investigación presentada serán veraz conforme a los datos obtenidos, creando la confianza al momento de la revisión de la tesis.

Así mismo los datos se basan por principios éticos, como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, privacidad y confiabilidad. También se respaldara por el respeto a la persona humana, que en este caso estuvo representado por los representantes legales de las Mype, también se tomara en cuenta la lealtad, donde se guarda transparencia toda la información proporcionada, tanto en la preparación y seguimiento de la investigación, por último el principio de la solidaridad, ya que el trabajo que se realizó, solo será utilizado para fines académicos

Porque cumpliré mis deberes como profesional para el buen desarrollo de esta investigación seremos respetuoso, responsables y puntuales.

## IV. Resultados.

### 4.1 Resultados

#### Financiamiento

TABLA N° 1

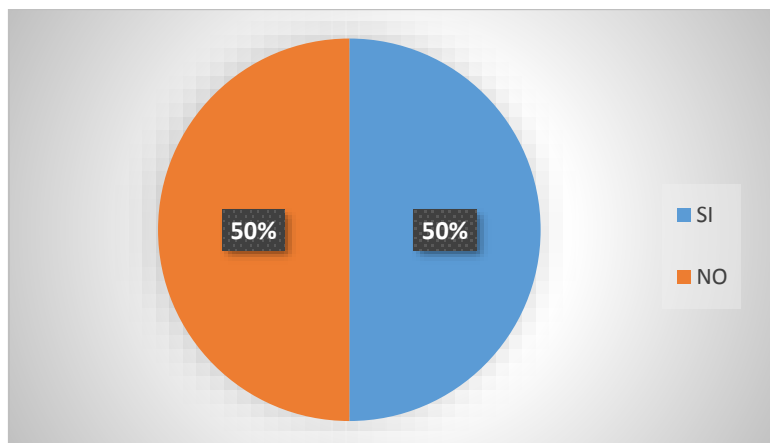
#### La Inversión.

¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

GRÁFICO N° 1

¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?



En la tabla N° 1 y gráfico N°1 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% piensa que para crecer en su negocio hay que invertir, mientras que el 50% manifiestan que no.

**TABLA N° 2.**

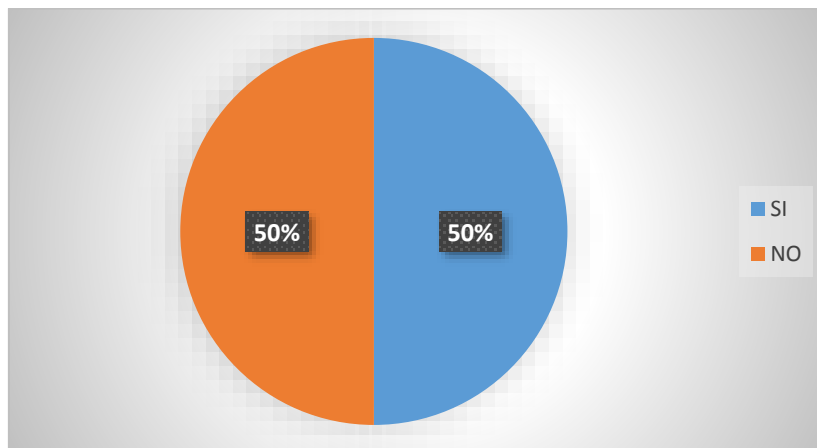
**El crecimiento financiero.**

<b>¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 2.**

**¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?**



En la tabla N° 2 y grafico N°2 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% piensa que es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro, mientras que el 50% no piensa lo mismo.

**TABLA N° 3.**

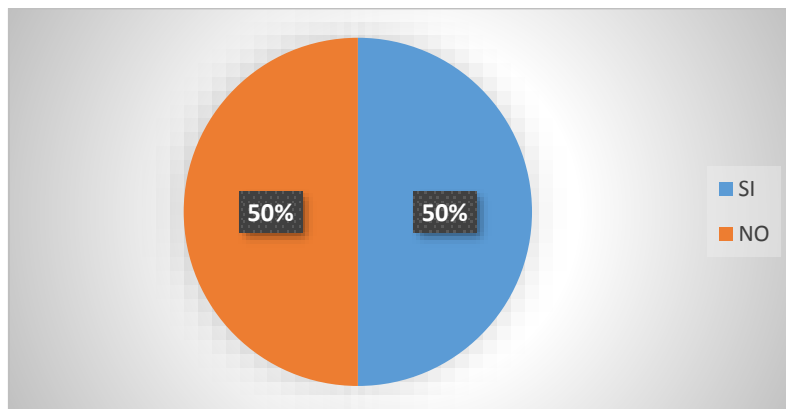
**Tener visión para el financiamiento.**

<b>¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 3.**

**¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?**



En la tabla N° 3 y gráfico N°3 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% dice que tener una visión financiera les permitirá cumplir con su objetivo, mientras que al 50% no.



**TABLA N° 4**

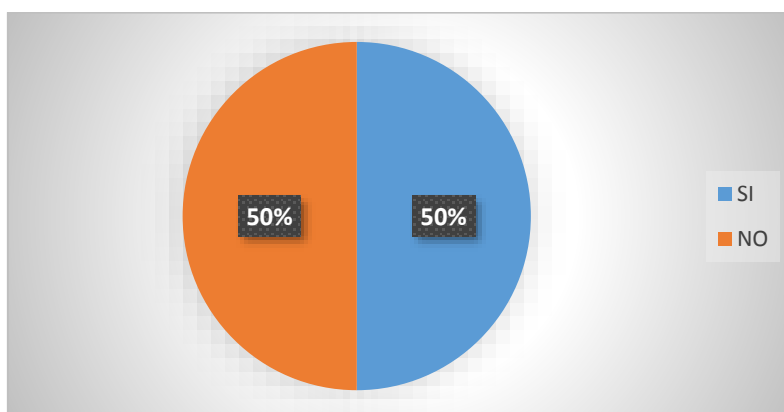
**Ser sujetos de crédito, siempre.**

<b>¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 4.**

**¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?**



En la tabla N° 4 y gráfico N° 4 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos, mientras que al 50% no.

**TABLA N° 5.**

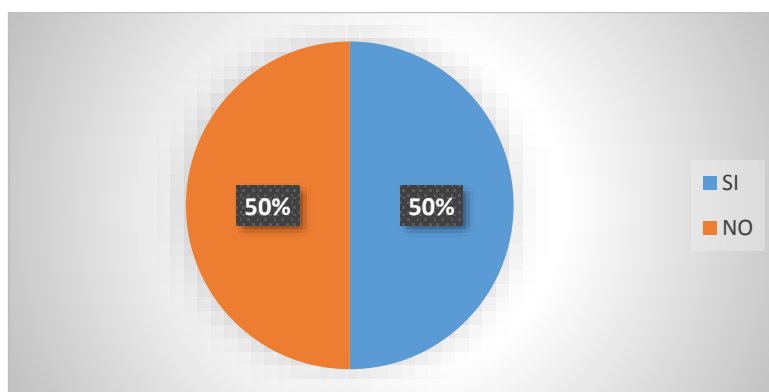
**La puntualidad del pago de los créditos.**

<b>¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 5.**

**¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?**



En la tabla N° 5 y gráfico N° 5 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que debemos de ser puntuales en nuestra entidad financiera para que nos ayuden a obtener condiciones más favorables en nuestro siguiente crédito, mientras que al 50% no piensa igual.

**TABLA N° 6.**

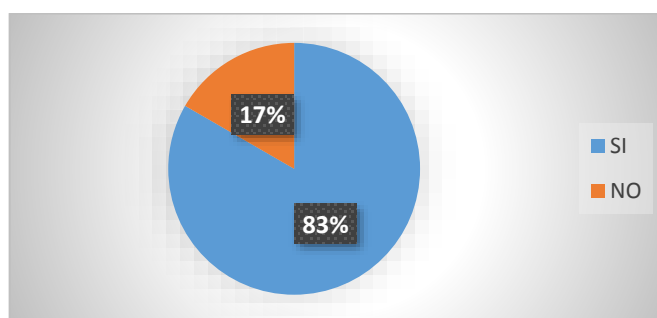
**Tomar buenas decisiones financieras.**

<b>¿Es importante tomar buenas decisiones financieras?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	20	83%
NO	4	17%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 6**

**¿Es importante tomar buenas decisiones financieras?**



En la tabla N° 6 y gráfico N° 6 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 83% manifiesta que es importante tomar buenas decisiones financieras, mientras que el 17% no piensa igual.

**TABLA N° 7.**

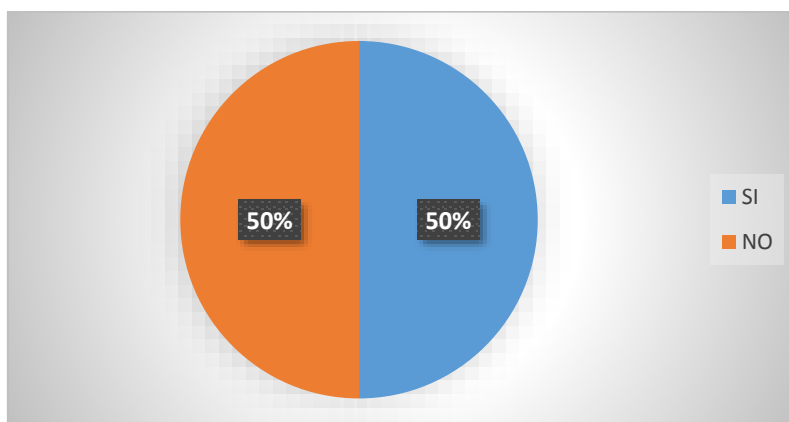
**Asesoramiento financiero.**

<b>¿Usted conto con asesoramiento financiero?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE.</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 7**

**¿Usted conto con asesoramiento financiero?**



En la tabla N° 7 y grafico N° 7 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que si conto con asesoramiento financiero, mientras que el otro 50% no conto con asesoramiento financiero.

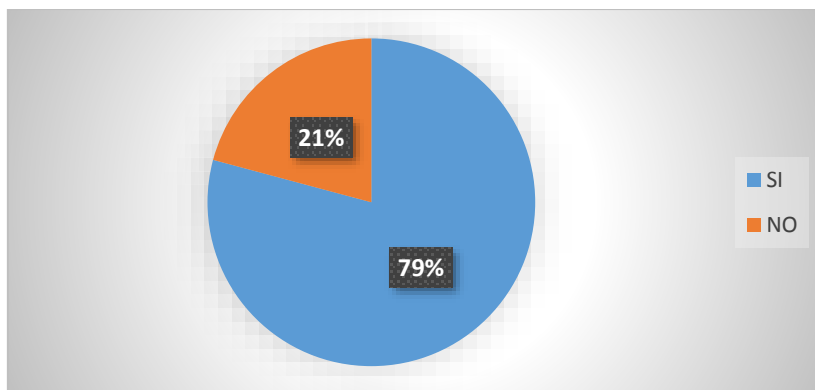
**TABLA N° 8.**  
**Ahorro personal.**

<b>¿Inicio su negocio, con un ahorro personal?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	19	79%
NO	5	21%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 8**

**¿Cuándo inicio su negocio empezó con un ahorro personal?**



En la tabla N° 8 y gráfico N° 8 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 79% manifiesta que cuando empezó su negocio fue mediante sus ahorros personales, mientras que el 21% empezó su negocio de otra forma.

**TABLA N° 9.**

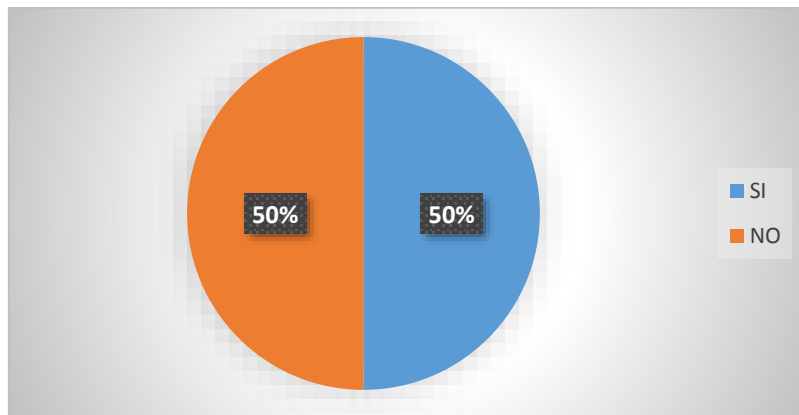
**Junta ahorro.**

<b>¿Lo han invitado a participar en una junta de dinero entre amigos, familiares o vecinos?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE.</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 9**

**¿Lo han invitado a participar en una junta de dinero entre amigos, familiares o vecinos?**



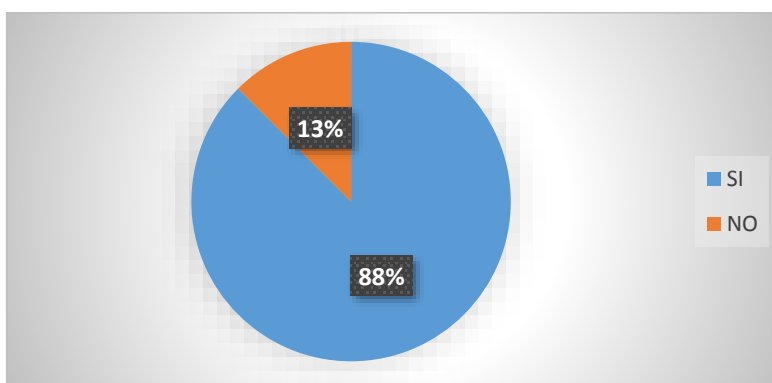
En la tabla N° 9 y gráfico N° 9 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que participó en una junta ahorro entre amigos, mientras que el 50% manifiestan que no.

**TABLA N° 10.**  
**Crédito comercial.**

¿Al iniciar su negocio obtuvo crédito?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	88%
NO	3	13%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 10**  
**¿Al iniciar su negocio obtuvo crédito?**



En la tabla N° 10 y gráfico N° 10 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 88% manifiesta que al iniciar su negocio obtuvieron crédito, mientras que el 13% manifiesta que no obtuvieron crédito.

**TABLA N° 11.**

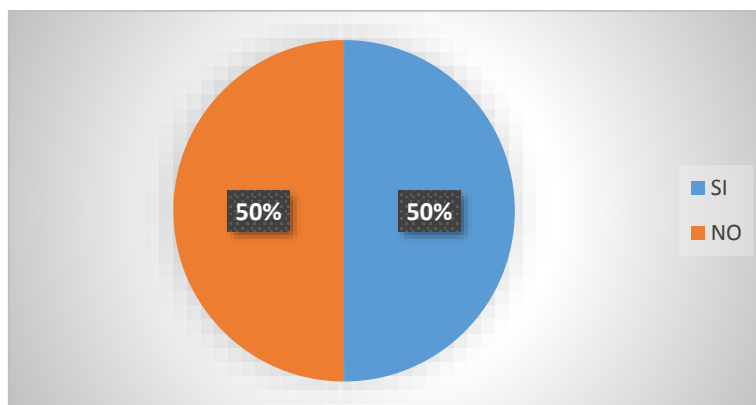
**Crédito por medio de amigos o familiar.**

<b>¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 11**

**¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?**



En la tabla N° 11 y gráfico N° 11 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que obtuvieron crédito por medio de un amigo, mientras que el 50% manifestaron que no.



**TABLA N° 12.**

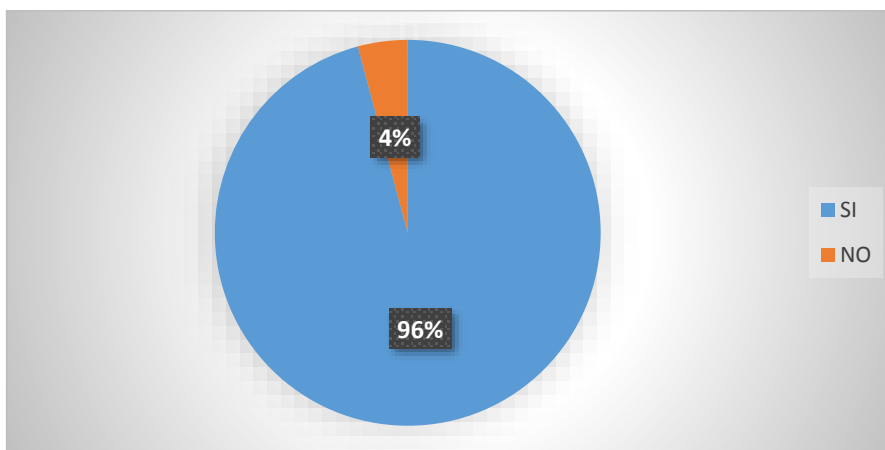
**Financiamiento bancario.**

<b>¿Usted utiliza el financiamiento bancario?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	23	96%
NO	1	4%
<b>Total</b>	24	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 12**

**¿Usted utiliza el financiamiento bancario?**



En la tabla N° 12 y gráfico N° 12 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 96% manifiesta que utilizan el financiamiento bancario, mientras que el 4% no lo utilizan.

**TABLA N° 13.**

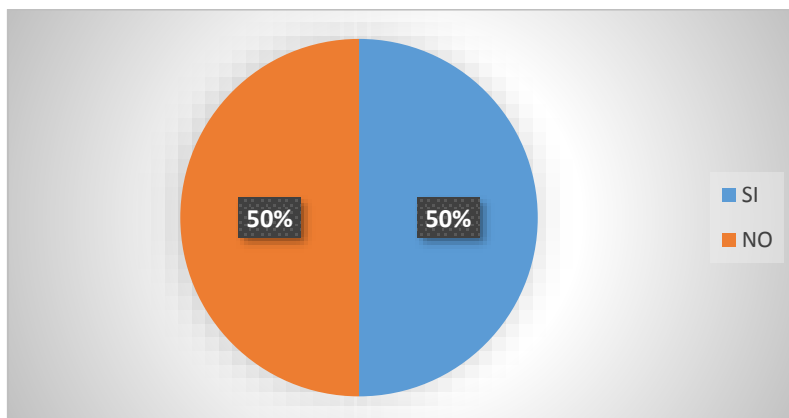
**Financiación a largo plazo.**

<b>¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	50%
NO	12	50%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 13**

**¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?**



En la tabla N° 13 y gráfico N° 13 se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que si obtuvo una financiación externa a largo plazo, mientras que el 50% no lo obtuvieron.

## Competitividad.

**TABLA N° 14.**

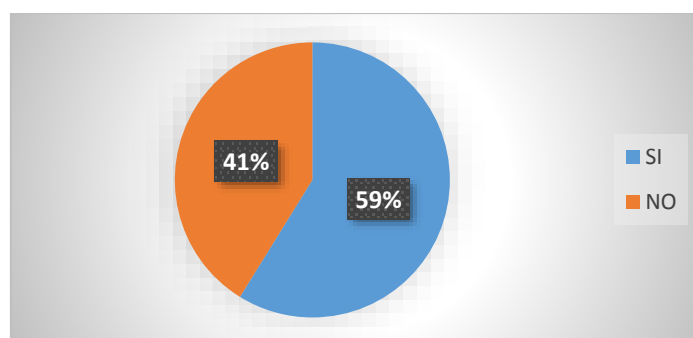
### Ofrecer un buen servicio.

¿ Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	59%
NO	28	41%
<b>Total</b>	68	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 14.**

¿ Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?



En la tabla N° 14 y gráfico N° 14 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta que ofrecerles un buen servicio sería una buena estrategia para que la Mype sea competitiva, mientras que el 41% manifiesta que no.

**TABLA N° 15.**

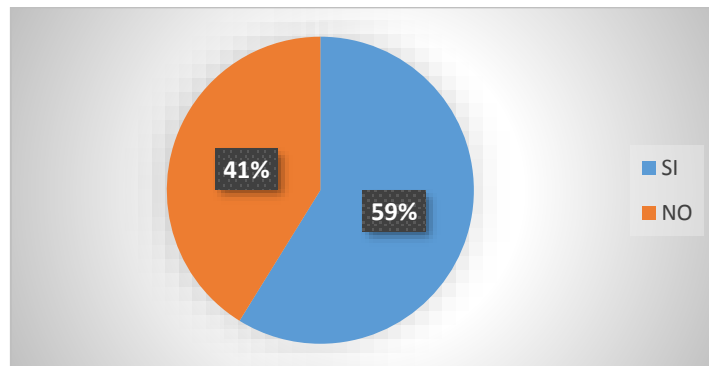
**La modernización en nuestra empresa para ser competitivas.**

<b>¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	40	59%
NO	28	41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 15.**

**¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?**



En la tabla N° 15 y gráfico N° 15 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta que si modernizan su negocio aumentara la capacidad de ser competitivas, mientras que el 41% manifiesta que no.

**TABLA N° 16.**

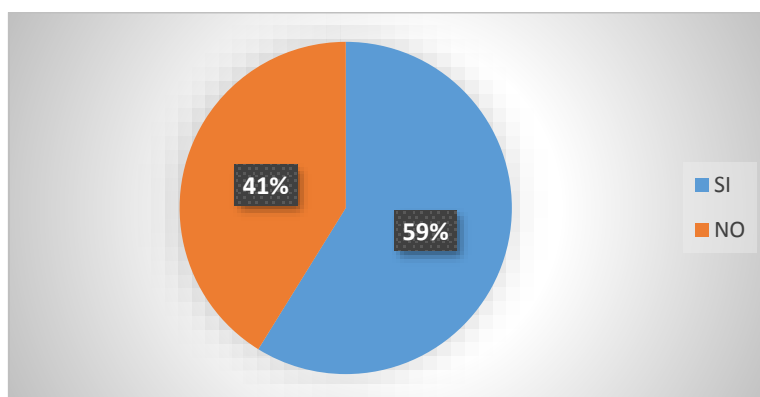
**La innovación en la empresa.**

<b>¿Usted considera que la empresa es innovadora?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	40	59%
NO	28	41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 16.**

**¿Usted considera que la empresa es innovadora?**



En la tabla N° 16 y gráfico N° 16 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta que las Mype son innovadoras, mientras que el 41% manifiesta que no.

**TABLA N° 17.**

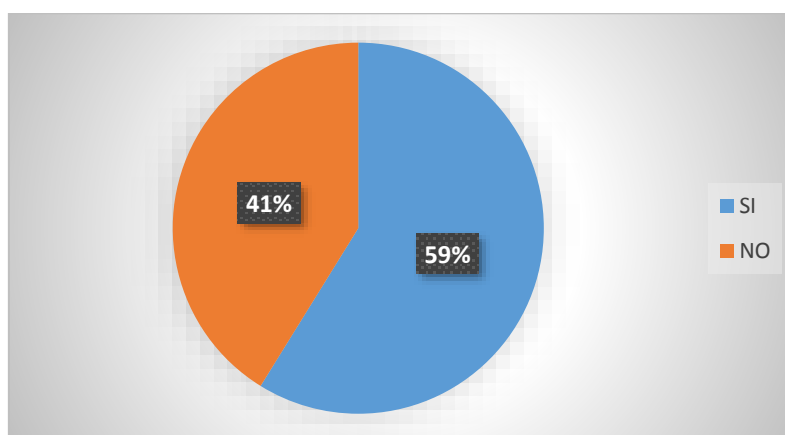
**Capacitar al personal para mejorar la competitividad.**

<b>¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	40	59%
NO	28	41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 17.**

**¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?**



En la tabla N° 17 y gráfico N° 17 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiestan que capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención, mientras que el 41% manifiesta que no.

**TABLA N° 18.**

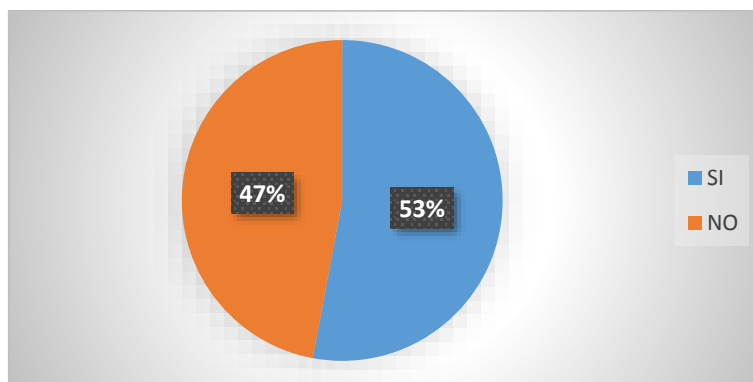
**La tecnología en las empresas.**

<b>¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	36	53%
NO	32	47%
<b>Total</b>	68	100%

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 18.**

**¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?**



En la tabla N° 18 y gráfico N° 18 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 53% manifiesta que algunos de los negocios cuentan con tecnología, mientras que el 47% manifiesta que no.

**TABLA N° 19.**

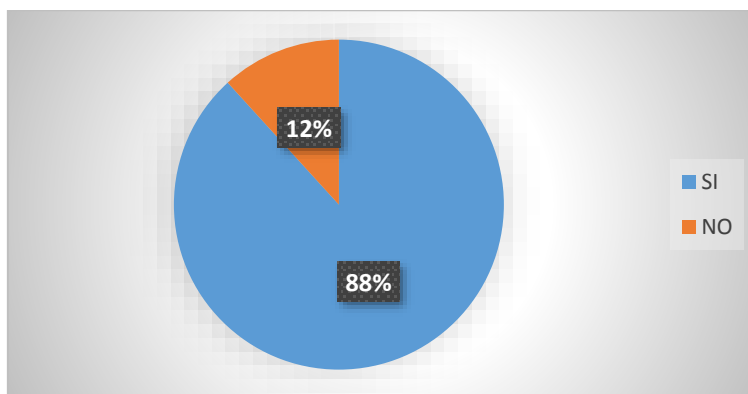
**Conocer las necesidades del cliente es un objetivo para la competitividad.**

<b>¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	60	88%
NO	8	12%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 19.**

**¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?**



En la tabla N° 19 y gráfico N° 19 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 88% manifiesta que conocer sus necesidades y preferencias sería un objetivo para que la empresa sea competitiva, mientras que el 12% manifiesta que no.



**TABLA N° 20.**

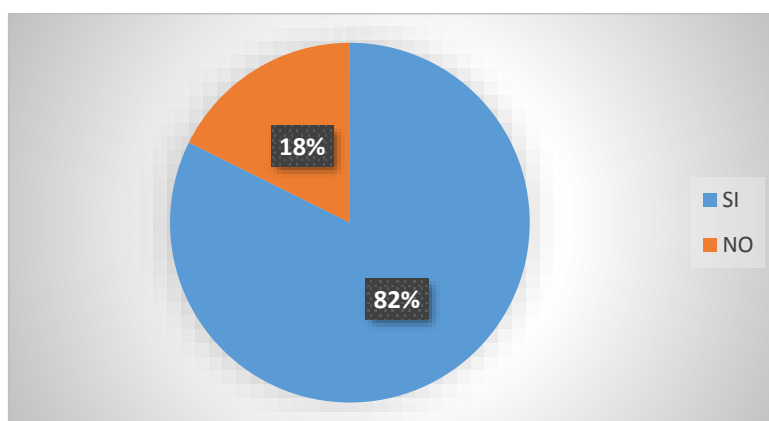
**Calidad es un medio competitivo.**

<b>¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	56	82%
NO	12	18%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mype encuesta en el sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta.

**GRÁFICO N° 20.**

**¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?**



En la tabla N° 20 y gráfico N° 20 se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 82% manifiesta que el precio puede ser un criterio de calidad pues sería un objetivo para que la empresa sea competitiva, mientras que el 18% manifiesta que no.

## **4.2. Análisis de los resultados.**

### **4.2.1. Respecto al financiamiento.**

- ❖ En la tabla N° 1, sobre la “Inversión” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% piensa que para crecer en su negocio hay que invertir mientras que al 50% no piensa lo mismo.

Por otro lado, Díaz (2008), nos dice que generalmente, si la empresa se propone una estrategia ofensiva o de reorientación, incluso, en ocasiones defensiva, entonces es muy probable que las decisiones sobre la inversión apunten hacia el crecimiento.

- ❖ En la tabla N° 2, sobre el “Crecimiento financiero” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% piensa que es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro, mientras que al 50% no piensa lo mismo.

Al respecto Benito (2014), señala que para lograr el éxito en un negocio, es necesario contar con un financiamiento, es decir, la aportación de dinero para poder comenzar un negocio nuevo o hacer crecer lo que hasta el momento es una mediana empresa.

- ❖ En la tabla N° 3, sobre “Tener visión para el financiamiento” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% dice que tener una visión financiera les permitirá cumplir con su objetivo, mientras que al 50% no piensa igual.

Al respecto Arias (2016), señala que se empieza por definir a dónde se

desea llegar con la empresa. Establecer una visión clara y realizable en un plazo determinado permitirá definir la eventualidad y el camino financiero para cumplir con ese objetivo y alcanzar la meta que se propone.

- ❖ En la tabla N° 4, sobre “ser sujetos de créditos siempre” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos, mientras que al 50% no.

Por lo tanto, Arias (2016), señala que al lograr el financiamiento adecuado es crucial en una empresa. Por ello, es más que recomendable para la salud financiera del negocio mantener una buena relación con los bancos, ser sujeto de crédito y no caer en moras que dañen nuestra reputación financiera.

- ❖ En la tabla N° 5, sobre “La puntualidad del pago de los créditos” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que debemos de ser puntuales en nuestra entidad financiera para que nos ayuden a obtener condiciones más favorables en nuestro siguiente crédito, mientras que al 50% no piensa igual.

Por lo tanto, Quesada Cantuarias (2016). Indica que el pagar a tiempo los créditos contribuye a mantener un impecable historial crediticio y beneficia la relación con la institución financiera.

- ❖ En la tabla N° 6, sobre “Tomar buenas decisiones financieras” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 83% manifiesta que tomar buenas decisiones es la forma de financiar a la empresa, mientras que el 17% no piensa igual.

Al respecto Americas (2015), Indica que una de las principales funciones que tendrás que asumir como gerente de una empresa, será la toma de decisiones, entre ellas las de tipo financiero, este complejo proceso de elección es fundamental para la supervivencia y el crecimiento de tu organización. De las decisiones efectuadas dependerá conseguir maximizar el valor empresarial, obtener beneficios y alcanzar los objetivos corporativos propuestos. Una cuestión fundamental a tener en consideración en las decisiones financieras es saber qué tipo de decisión vamos a tomar: si es una decisión para inversión o si es para financiamiento.

- ❖ En la tabla N° 7, sobre “Asesoramiento financiero” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que si conto con asesoramiento financiero, mientras que el 50% no conto con asesoramiento financiero.

Al respecto Aventura (2011), Señala que la asesoría financiera es un servicio que presta un asesor financiero que puede ayudarte en las

decisiones que debas tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedas rentabilizar cada vez más tus recursos financieros.

- ❖ En la tabla N° 8, sobre “Ahorro personal” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 79% manifiesta que cuando empezó su negocio fue mediante sus ahorros personales, mientras que el 21% empezó su negocio de otra forma.

Bautista (2014) señala que la mayoría de negocios se ha iniciado y dado sus primeros pasos con los ahorros y otros recursos personales, incluyendo la venta de propiedades de diversas dimensiones.

- ❖ En la tabla N° 9, sobre “Junta ahorro” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que participó en una junta ahorro entre amigos, mientras que el 50% manifiestan que no.

Bautista (2014) señala en la práctica es una forma de ahorro personal pero obligatorio por el compromiso de aportar periódicamente (por lo general cada mes) asumido con los integrantes de la junta. En forma rotatoria, cada integrante percibe un monto que proviene de los aportes de los demás.

- ❖ En la tabla N° 10, sobre “Crédito comercial” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 88% manifiesta que al iniciar su negocio

obtuvieron crédito, mientras que el 13% manifiesta que no obtuvieron crédito.

**Soplopuco Távora (2012).** Señala que en un estudio del presente trabajo de investigación “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el sector agroindustrial - rubro frutas del valle del Alto Piura: periodo 2011”, demostrando la participación estratégica de la caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas agroindustriales piuranas. Tuvo como resultados: que el 75% acudieron a las entidades financieras para solicitar un crédito y/o préstamo, mientras que el 65%, no pudieron recibir apoyo de un banco o una entidad Financiera.

- ❖ En la tabla N° 11, sobre “Créditos mediante amigos y familiares” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que obtuvieron crédito por medio de un amigo, mientras que el 50% no obtuvieron crédito.

**Cristina Logreira y Mauricio Bonett (2017)** en su tesis titulada: “Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en barranquilla – Colombia”, Entre los resultados se determinó que de las alternativas de financiación existentes, las microempresas conocen muy pocas fuentes de financiación y se limitan a utilizar las más comunes, como lo son sus pasivos acumulados y créditos con bancos comerciales, estos últimos, exigen muchos requisitos, y aquellas microempresas que no logran acceder a estos, recurren a prestamistas informales.

- ❖ En la tabla N° 12, se observa el “Financiamiento bancario” que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 96% manifiesta que utilizan el financiamiento bancario, mientras que el 4% no lo utilizan.

Por lo tanto, Domínguez Palacios (2017). En un estudio de la “caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura, Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al financiamiento que el 60% utiliza financiamiento bancario.

- ❖ En la tabla N° 13, sobre “Largo plazo” se observa que del 100% de los dueños encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 50% manifiesta que obtuvo una financiación externa a largo plazo, mientras que el 50% no lo obtuvieron.

Por lo tanto, **Domínguez Palacios (2017)**. En un estudio de la “caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017”, Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al financiamiento el 70% que sus créditos fueron a largo plazo.

#### **4.2.2. Respecto a la competitividad.**

- ❖ En la tabla N° 14, sobre “Ofrecer un buen servicio” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta que ofrecerles un buen servicio sería una buena estrategia para que la Mype sea competitiva, mientras que el 41% manifiesta que no.

Arturo, (2012). Señala que debido a la alta competencia, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes, y lo que buscan ya no es sólo el precio y la calidad, sino también, una buena atención, un trato personalizado, un ambiente agradable, un servicio rápido; es decir, buscan un buen servicio al cliente.

- ❖ En la tabla N° 15, sobre “La modernización en la empresa” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta si modernizan los negocios así, aumentara la capacidad de ser competitivas, mientras que el 41% manifiesta que no.

Samuel (2018), señala que analizar las opciones que tiene para modernizar su aparato productivo, maquinaria, equipos, procesos y gestión. Modernizarse no solo implica adquirir tecnología, también es una forma de pensar y proyectar su empresa hacia el futuro.

- ❖ En la tabla N° 16, sobre “La innovación en la empresa” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiesta que las Mype son innovadoras, mientras que el 41% manifiesta que no.

Bir (2016), señala que especialmente en determinados sectores, como el de las nuevas tecnologías, las compañías invierten grandes cantidades de dinero para ser los primeros en crear o desarrollar una innovación que satisfaga de una forma más completa las necesidades mostradas por los clientes a partir de sus preferencias.



- ❖ En la tabla N° 17, sobre “Capacitación para mejorar la competitividad” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 59% manifiestan que capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención, mientras que el 41% manifiesta que no.

Perez (2016) señala que el capital humano de su empresa es su recurso más importante, por esto es clave que sus empleados se capaciten constantemente y adquieran nuevos conocimientos que les permitan seguir desarrollando habilidades para realizar eficaz y eficientemente las tareas que les corresponden en su empresa, también brindarles una mejor atención a los clientes.

- ❖ En la tabla N° 18, sobre “La tecnología en las empresas” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 53% manifiesta que algunos de los negocios cuentan con tecnología, mientras que el 47% manifiesta que no.

Al respecto Martínez (2014), señala Aplicar tecnología en un negocio no deben ser entendido como un fin, sino como un medio para poder llegar a los objetivos de las empresas. La tecnología bien aplicada ayuda a las empresas a ser más competitivas e incrementar su capacidad de producción, agilizar los procesos, la operación del negocio y mejorar la toma de decisiones, ya que brindan información relevante y en tiempo para las empresas.

- ❖ En la tabla N° 19, sobre “Las necesidades del cliente es un objetivo para la competitividad” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las

MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 88% manifiesta que conocer sus necesidades y preferencias sería un objetivo para que la empresa sea competitiva, mientras que el 12% manifiesta que no.

Asi mismo Revson (2011), señala que la satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones es la identificación de las necesidades y expectativas de los distintos segmentos de clientes es fundamental para alcanzar su satisfacción.

- ❖ En la tabla N° 20, sobre “La calidad es un medio competitivo” se observa que del 100% de los clientes encuestados de las MYPE sector comercio rubro abarrotes del Mercado de Talara Alta, el 82% manifiesta que el precio puede ser un criterio de calidad pues sería un objetivo para que la empresa sea competitiva, mientras que el 18% manifiesta que no.

Por otro lado **Palacios Vélchez (2013)**. Estudio la “Caracterización de Capacitación Y Competitividad en las Mype rubro ropa de bebés del mercado Modelo De Piura, 2013”, en cuanto a las conclusiones: las estrategias utilizadas, estas se basan en la calidad (89%) y el precio en un 45%; las cuales responde a la percepción de los clientes. Es importantes identificar en su stand de productos aquellos que le hagan ser más competitivo; priorizando la marca o el precio en su totalidad el 100%.

## V. Conclusiones.

❖ Con respecto a las estrategias financieras “Sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta”, señalaron que es bueno contar con los medios financieros para el futuro y tener una visión para los objetivos financieros, así mismo tener una buena relación con los bancos para así no caer en moras y dañen su reputación financiera, también indicaron que ser puntual en los pagos los ayudara a obtener condiciones favorables con las entidades financieras, señalan los empresario del sector comercio rubro abarrotes que algunos contaron con asesoramiento financiero mientras que otros no han tenido la oportunidad.

❖ Con respecto a las fuentes de financiamiento el “Sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta” señalan que al iniciar su negocio unos comenzaron con su ahorro personal mientras que otros obtuvieron crédito, indicaron que participaron en una junta ahorro entre amigos, señalan que algunos obtuvieron créditos en su entidad financiera mientras que otros los obtuvieron mediante un amigo, los empresarios indicaron que utilizan el financiamiento bancario.

❖ Con respecto a las estrategias competitivas los clientes del “Sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta” Indicaron que ofrecerles un buen servicio sería muy bueno para que la Mype sea competitiva, así mismo modernizar es una forma de pensar y proyectar su empresa hacia el futuro, los clientes indicaron que algunos negocios son innovadores, así mismo señalan que capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención.

❖ Con respecto a los factores de la competitividad los clientes del “Sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta” identifican que algunos de los negocios cuentan con tecnología pues al aplicarlas ayuda a las empresas a ser más competitivas, así mismo señalan que conocer sus necesidades y preferencias sería un objetivo, los clientes indicaron que el precio puede ser un criterio de calidad pues sería un objetivo para que la empresa sea competitiva.

### 5.1. Propuesta de mejora.

<b>PROBLEMA ENCONTRADO</b>	<b>SOLUCIÓN DE MEJORA</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Unos de los problemas encontrados es que no cuentan con asesoramiento financiero.	Pues sería muy importante contar con un asesor financiero ya que puede ayudar en las decisiones que deben tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedan rentabilizar cada vez más los recursos financieros.	Gerente o Propietario
También la falta de puntualidad en los pagos hace que tengan una mala relación con las entidades financieras y así recurrir a prestamistas informales.	Sería muy importante pagar a tiempo los créditos, pues contribuye a mantener un impecable historial crediticio y beneficia la relación con la institución financiera.	Gerente o Propietario
No identifican las necesidades de los clientes y también la falta de capacitación a sus empleados y hoy en día lo más importante la falta de tecnología en los negocios.	Es importan conocer las necesidades y expectativas de los distintos segmentos de clientes es fundamental para alcanzar su satisfacción, también es clave que los empleados se capaciten y adquieran nuevos conocimientos que les permitan seguir desarrollando habilidades Para que los clientes reciban un buen trato y llegar a ser competitivos. También aplicar la tecnología bien aplicada ayuda a las empresas a ser más competitivas e incrementar su capacidad de producción.	Cliente o

## 5.2. Referencias Bibliográficas.

- Abambari., E. V. (2013). *ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES*.  
Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>
- abarrotero, G. (2017). Obtenido de <http://abarrotero.com/2017/05/el-proveedor-ideal-para-tu-tienda-2/>
- Aguirre Díaz. (2011). *Caracterización de la formalización y la competitividad en las MYPES del sector comercio - rubro licorerías del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010 - 2011*.  
Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000028209>
- Albert, B. (2016). *¿Qué factores determinan la competitividad?* Obtenido de  
<https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>
- Alonso. (2016). *fuentes de financiamiento empresarial*. Obtenido de  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/15-fuentes-de-financiamiento-empresarial/>
- Americas. (2015). *La estrategia financiera, paso a paso*. Obtenido de  
<https://connectamericas.com/es/content/la-estrategia-financiera-paso-paso#>
- Arellano, C. (2013). *Importancia del estudio del financiamiento para las empresas*. Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/importancia-del-estudio-del-financiamiento-para-las-empresas/>
- Arias, M. (2016). Obtenido de <https://credilike.me/blog/estrategias-financieras/>
- Armas, A. (2017). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/bcr-peru-creceria-4-2-2018-222528>
- Arturo. (2012). *Empresa competitiva*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/requisitos-para-tener-una-empresa-competitiva/>
- Asobancaria. (2012). *Estrategias financieras para hacer crecer su negocio*. Obtenido de  
<http://www.asobancaria.com/sabermassermas/estrategias-financieras-para-hacer-crecer-su-negocio/>
- Aventura, S. (2011). *Asesoría financiera*. Obtenido de <https://www.gestion.org/que-es-la-asesoria-financiera/>
- base, B. (2016). *La importancia del financiamiento para hacer crecer tu negocio*. Obtenido de  
<https://blog.bancobase.com/la-importancia-del-financiamiento-para-hacer-crecer-tu-negocio>
- Bautista, J. L. (2014). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Benito, C. (2014). Obtenido de <https://blog.cualli.mx/financiamiento-para-pymes>
- Bernaola Alfaro. (2013). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, CAPACITACIÓN COMPETITIVIDAD Y DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO CEVICHÉRÍAS DEL DISTRITO- DE CHIMBOTE, PERÍODO 2012-2013*. Obtenido de  
[file:///C:/Users/Angie/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Angie/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf)

- Bir, A. (2016). Obtenido de <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>
- Bonett Cristina Logreira y Mauricio. (2017). *Financiamiento privado en las microempresas del sector textil confecciones en barranquilla colombia*. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/xmlui/bitstream/handle/11323/914/TESIS%20FINANCIAMIENTO%20PRIVADO%20LOGREIRA%20%26%20BONETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Campos, S. (2013). *Tienda de abarrotes*. Obtenido de <https://semperiodismo.wordpress.com/2013/01/17/tienda-de-abarrotes/>
- Celi Cavero. (2014). *Caracterización del financiamiento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de estimulación temprana, ubicadas en el cercado de Sullana, año 2014*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043088>
- comercio., E. (2014). Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/60-bodegueros-lima-dice-negocio-mejor-175686>
- Cuevas, F. H. (s.f.). *competitividad en tienda de abarrotes*. Obtenido de <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/59/109>
- Dennys, C. (2014). *La empresa competitiva*. Obtenido de <http://planificaciondeempresasunipap.blogspot.pe/p/la-empresa-competitiva.html>
- Diaz, K. (2008). *Principales estrategias financieras de las empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/principales-estrategias-financieras-de-las-empresas/>
- Dominguez Palacios. (2017). *Caracterización del financiamiento y competitividad de las mype rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande-Piura, año 2017*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044028>
- Galvez Ruiz. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero - rubro piscigranjas de Paco y Gamitana, del distrito de Callería - período 2009-2010*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000024865>
- Gomez, G. (2001). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/administracion-activos-fijos/>
- Gonzalo, d. I. (2018). *Sector Comercial: un futuro muy prometedor*. Obtenido de <http://www.fuerzacomercial.es/sector-comercial-un-futuro-muy-prometedor/>
- Grönroos. (2012). Obtenido de <https://pymex.com/marketing/marketing-y-ventas/relacion-entre-calidadprecio-y-servicio>
- Hidalgo, M. (s.f.). Obtenido de <http://www.tiendasdeabarotes.com/reglamentos-y-leyes/>
- Jeanty, J. (2018). Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/los-factores-ambientales-naturales-que-afectan-un-negocio-5353.html>
- JÉSSICA, N. (2013). *LA ECONOMÍA DIGITAL COMO MECANISMO PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES* . Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/2562/1/T-UCE-0005-423.pdf>

- Julio Oropeza. (2012). *Caracterización de la competitividad y la rentabilidad de las mypes del sector servicio - rubro transporte de mototaxis de la ciudad de Chimbote, año 2012*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034360>
- Kearney. (2016). *Peru lidera desarrollo en el sector comercio*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-lidera-desarrollo-sector-retail-america-latina-noveno-mundo-149532>
- Lopez, T. (2014). *Relación de una empresa con las entidades financieras*. Obtenido de <https://nosoloeconomia.com/empresa-entidades-financieras-inicio/>
- Luis godas. (2010). *Comercio mayorista y minorista*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-la-distribucion-comercio-mayorista-minorista-13101022>
- Martinez, A. E. (2014). Obtenido de <https://revistaenfoques.com/factores-de-competitividad-empresarial/>
- Merca Rojas. (2016). *Innovación tecnológica, financiamiento y rentabilidad, como medios para consolidar la competitividad en las empresas del sector comercio rubro compra y venta de abarros en el distrito de Ayacucho, 2016*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044986>
- Mondragon, V. (2017). *DDE*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/04/el-factor-economico-financiero-politico.html>
- Olaechea, P. (2017). *América economía*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/comercio-minorista-en-peru-crece-69-impulsado-por-el-sector-retail-y>
- Orozco David. (2006). *Definición de comercio*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Palacios Vilchez. (2013). *Caracterización de capacitación y competitividad en las mype rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034226>
- Perez., A. (2016). Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/10-tips-para-mejorar-la-productividad-de-su-empresa/193162>
- pineda., G. (2010). *Importancia del financiamiento*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20FINANCIAMIENTO%20Y%20LAS%20VARIABLES%20QUE%20LO%20AFECTAN.htm>
- Quesada Cantuarias, F. (2016). *Beneficios de pagar a tiempo tus créditos*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/personal/mibanco-tres-beneficios-pagar-tus-creditos-277555>
- Retail, P. (2017). Obtenido de <https://www.peru-retail.com/supermercados-peruanos-consolida-como-lider-comercio-minorista-peru/>
- Revson, C. (2011). *Identificación y satisfacción de las necesidades de los clientes*. Obtenido de <http://cursodemba.com/identificacion-y-satisfaccion-de-las-necesidades-de-los-clientes/>



- Reyes, D. (2016). Obtenido de <https://www.cualli.mx/glosario/que-es-financiamiento>
- RÍOS, D. C. (2015). *OPORTUNIDADES COMPETITIVAS PARA LA EMPRESA INDUDISE, A LA LUZ DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS*. . Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/896/1/INFORME%20FINAL%20TESIS%20DE%20MAESTRIA.pdf>
- Samuel. (2018). Obtenido de <https://www.mygestion.com/blog/estrategias-para-mejorar-la-competitividad-de-tu-empresa>
- Soplopuco Távara. (2012). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el sector agroindustrial - rubro frutas del valle del Alto Piura: periodo 2011*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000028233>
- Valiente, J. C. (2017). *Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en colombia*. Obtenido de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21572/63112137\\_2017.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21572/63112137_2017.pdf?sequence=1)
- Valiotti, B. (2008). *Competitividad empresarial un nuevo concepto*. Obtenido de [http://www.degerencia.com/articulo/competitividad\\_empresarial\\_un\\_nuevo\\_concepto](http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto)
- Viera Moran. (2013). *Caracterización de la rentabilidad y competitividad en las MYPE comerciales rubro arroz en Las Lomas Piura año 2013*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038584>
- Villegas Carlos. (2013). *Competitividad empresarial- Labor empresarial, empresa de recursos humanos*. . Obtenido de [http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/competitividad.html#\\_ftn1](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/competitividad.html#_ftn1)
- Vitez, O. (2012). *los componentes del riesgo financiero*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-componentes-del-riesgo-financiero-4616.html>

# ANEXOS.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FINANCIERAS,**  
**CONTABLES y ADMINISTRATIVAS**

**ENCUESTAS APLICADOS A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O**  
**REPRESENTANTES DE LAS MYPE SECTOR COMERCIO RUBRO**  
**ABARROTOS DEL MERCADO DE TALARA ALTA DE LA PROVINCIA DE**  
**TALARA, AÑO 2018.**

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información Del Sector Comercio Rubro Abarrotos del Mercado de Talara Alta de la Provincia de Talara, Año 2018; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de proyecto de investigación denominado:

**Características Del Financiamiento Y Competitividad De Las Mype Del Sector Comercio Rubro Abarrotos Del Mercado De Talara Alta De La Provincia De Talara, Año 2018.**

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

**Preguntas referente al financiamiento de las Mype:**

**Marque con una "X" según sea el caso**

- 1. ¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?**

SI  NO

- 2. ¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?**

SI  NO

- 3. ¿ Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?**

SI  NO

- 4. ¿ Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?**

SI  NO

5. ¿ Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene, le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?

SI  NO

6. ¿ Es importante tomar buenas decisiones en el financiamiento?

SI  NO

7. ¿ Usted conto con asesoramiento financiero?

SI  NO

8. ¿ Cuándo inicio su negocio empezó con un ahorro personal?

SI  NO

9. ¿Lo han invitado a participar en una junta de dinero entre amigos, familiares o vecinos??

SI  NO

10. ¿ Al iniciar su negocio obtuvo crédito?

SI  NO

11. ¿ Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?

SI  NO

12. ¿ Usted utiliza el financiamiento bancario?

SI  NO

13. ¿ Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?

SI  NO

**ANEXO N°02: CUESTIONARIO N°2**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FINANCIERAS,  
CONTABLES y ADMINISTRATIVAS**

**ENCUESTAS APLICADOS A LOS CLIENTES DE LAS MYPE SECTOR  
COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL MERCADO DE TALARA ALTA DE  
LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2018.**

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información Del Sector Comercio Rubro Abarrotes del Mercado de Talara Alta de la Provincia de Talara, Año 2018; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de proyecto de investigación denominado:

**Características Del Financiamiento Y Competitividad De Las Mype Del Sector  
Comercio Rubro Abarrotes Del Mercado De Talara Alta De La Provincia De  
Talara, Año 2018.**

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

**3. Preguntas referente a la competitividad.**

**Marque con una "X" según sea el caso.**

- 1. ¿ Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?**

SI

NO

- 2. ¿ Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?**

SI

NO

**3. ¿Usted considera que la empresa es innovadora?**

SI

NO

**4. ¿ Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?**

SI

NO

**5. ¿ Considera que estas empresas cuentan con tecnología?**

SI

NO

**6. ¿ Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?**

SI

NO

**7. ¿ Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?**

SI

NO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FINANCIERAS,**  
**CONTABLES y ADMINISTRATIVAS**

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información Del Sector Comercio Rubro Abarrotes del Mercado de Talara Alta de la Provincia de Talara, Año 2018; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de proyecto de investigación denominado:

**Características Del Financiamiento Y Competitividad De Las Mype Del Sector Comercio Rubro Abarrotes Del Mercado De Talara Alta De La Provincia De Talara, Año 2018.**

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

N°	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?	12	12
2	¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?	12	12
3	¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?	12	12
4	¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?	12	12
5	¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?	12	12
6	¿Es importante tomar buenas decisiones en el financiamiento?	20	4
7	¿Usted conto con asesoramiento financiero?	12	12
8	¿Inicio su negocio con un ahorro personal?	19	5
9	¿Lo han invitado a participar en una junta de dinero entre amigos, familiares o vecinos?	12	12
10	¿ Al iniciar su negocio obtuvo crédito?	21	3
11	¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?	12	12
12	¿Usted utiliza el financiamiento bancario?	23	1
13	¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?	12	12
<b>COMPETITIVIDAD</b>			

14	¿Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?	40	28
15	¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?	40	28
16	¿Usted considera que la empresa es innovadora?	40	28
17	¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?	40	28
18	¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?	36	32
19	¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?	60	8
20	¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?	56	12



**ANEXO N° 03: PRESUPUESTO.**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PARCIAL	TOTAL
<b>1</b>	<b>Remuneraciones</b>					
	-Asesor	Unidad	1	16500.00	1500.00	1600.00
	-Encuestador	Unidad	1	100.00	100.00	100.00
	-Estadista	Unidad	1	50.00	50.00	70.00
	-Validador		3	30.00	90.00	90.00
<b>2</b>	<b>Bienes</b>			30.00		
	-USB	Unidad	1	20.00	30.00	300.00
	-Hojas	Ciento	5	200.00	20.00	
	-Bibliografía	Global		50.00	200.00	
-Materiales de escritorio.	Global			50.00		
<b>3</b>	<b>Servicios</b>		300	0.05	15.00	
	-Fotocopiado	Unidad	200	0.30	60.00	
	-Impresión	Unidad				
	-Internet	Global	-----	90.00	90.00	
	-Transporte	Global	-----	80.00	80.00	
	-Teléfono		-----	50.00	50.00	
			-----	10.00	10.00	
<b>TOTAL</b>						<b>2465.00</b>

## ANEXO N°04: Analisis de Confiabilidad.

---

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

DOCENTE: MG. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

**Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 92 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

**Validez:** El instrumento que midió determinar las características del financiamiento y competitividad de las Mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la Provincia de Talara, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

**Confiabilidad:** La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 22. Dando el siguiente resultado:

**ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL MERCADO DE TALARA ALTA DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2018.**

**VARIABLE FINANCIAMIENTO:**

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
13	0.947

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	7,4583	17,911	,976	,935
P02	7,4583	17,911	,976	,935
P03	7,4583	17,911	,976	,935
P04	7,4583	17,911	,976	,935
P05	7,4583	17,911	,976	,935
P06	7,1250	21,940	,085	,958
P07	7,4583	17,911	,976	,935
P08	7,1667	21,449	,200	,956
P09	7,4583	17,911	,976	,935
P10	7,0833	21,906	,117	,956
P11	7,4583	17,911	,976	,935
P12	7,0000	22,609	-,134	,957
P13	7,4583	17,911	,976	,935

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 94.7% de confiabilidad con respecto a 13 Preguntas de la Variable Financiamiento.

VARIABLE COMPETITIVIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
7	0.825

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	4,0000	3,224	,905	,737
P02	4,0000	3,224	,905	,737
P03	4,0000	3,224	,905	,737
P04	4,0000	3,224	,905	,737
P05	4,0588	4,176	,318	,845
P06	3,7059	4,957	,013	,865
P07	3,7647	4,869	,038	,869

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 82.5% de confiabilidad con respecto a 7 Preguntas de la Variable Competitividad.

  
 LIC. IGNACIA MIRGAIL LOZANO RARIB  
 COESPPE 214  
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

## ANEXO N°05: Validaciones de los cuestionarios.

### CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS.

NOMBRE DEL EXPERTO: Esther Edmundo Vivas Landa  
PROFESIÓN: Contador Público  
DNI: 02617157

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: "Características del financiamiento y competitividad de las mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018", presentado por el estudiante universitario Anyela Mayori Espinoza Rosales, cursante del taller de titulación de administración.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que los instrumentos de recolección de datos son válidos para su aplicación.

  
Mg. CPC Esther E. Vivas Landa

Firma y sello.

## VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo Esther Elizabeth Viras Landa

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del tesista Myela Marjorie Espinoza Rosales

O R D E N	Financiamiento									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso aquiescente ?		¿Se necesita más ITEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?	X			X	X				X
2	¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?	X			X	X				X
3	¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?	X			X	X				X
4	¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?	X			X	X				X
5	¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?	X			X	X				X
6	¿Tomar buenas decisiones óptimas es la forma de financiar a la empresa?		X	X	X					X
7	¿Usted contó con asesoramiento financiero?	X			X	X				X
8	¿Inició su negocio con un ahorro personal?	X			X					X
9	¿Inició su negocio por medio de una junta ahorro?		X	X		X				X
10	¿ Al iniciar su negocio obtuvo crédito?	X			X	X				X
11	¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?	X			X	X				X
12	¿Usted utiliza el financiamiento bancario?	X			X	X				X
13	¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?	X			X	X				X

  
Mg. CPC Esther E. Viras Landa

### VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo Esther Elizabeth Vivas Landa

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del tesisista Angela Mojica Espinoza Rosales

O R D E N	Competitividad									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente ?		¿Se necesita más ÍTEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?	x			x	x				x
2	¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?	x			x	x				x
3	¿Usted considera que la empresa es innovadora?	x			x	x				x
4	¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?	x			x	x				x
5	¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?	x			x	x				x
6	¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?	x			x	x				x
7	¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?	x			x	x				x

  
 Mg. CPC Esther E. Vivas Landa

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS.

NOMBRE DEL EXPERTO: Elizabeth Diamina Zapata Castro  
PROFESIÓN: Doc. Ciencias Administrativas  
DNI: 03564030

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: "Características del financiamiento y competitividad de las mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018", presentado por el estudiante universitario Anyela Mayiori Espinoza Rosales, cursante del taller de titulación de administración.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que los instrumentos de recolección de datos son válidos para su aplicación.

  
.....  
Mg. Elizabeth D. Zapata Castro

---

Firma y sello.



## VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo Elizabeth Diomina Zapata Castro

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del testista Angela Mayiori Espinosa Rosales

O R D E N	Financiamiento									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ÍTEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?	X			X	X				X
2	¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?	X			X	X				X
3	¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?	X			X	X				X
4	¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?	X			X	X				X
5	¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?	X			X	X				X
6	¿Tomar buenas decisiones óptimas es la forma de financiar a la empresa?		X	X						X
7	¿Usted contó con asesoramiento financiero?	X			X	X				X
8	¿Inició su negocio con un ahorro personal?	X			X	X				X
9	¿Inició su negocio por medio de una junta ahorro?		X	X						X
10	¿Al iniciar su negocio obtuvo crédito?	X			X	X				X
11	¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?	X			X	X				X
12	¿Usted utiliza el financiamiento bancario?	X			X	X				X
13	¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?	X			X	X				X

  
 .....  
 Mg. Elizabeth D. Zapata Castro

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo Elizabeth Diamina Zapata Castro

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del tesista Anyela Mayicori Espinoza Peralta

O R D E N	Competitividad									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso a que se desprecie?		¿Se necesita más ÍTEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Qué lo ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?	X			X					X
2	¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?	X			X					X
3	¿Usted considera que la empresa es innovadora?	X			X					X
4	¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?	X			X					X
5	¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?	X			X					X
6	¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?	X			X					X
7	¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?	X			X					X

*Elizabeth D. Zapata Castro*  
Elizabeth D. Zapata Castro

**CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS.**

NOMBRE DEL EXPERTO: MARIA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA  
PROFESIÓN: LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
DNI: 02818255

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: "Características del financiamiento y competitividad de las mype del sector comercio rubro abarrotes del mercado de Talara Alta de la provincia de Talara, año 2018", presentado por el estudiante universitario Anyela Mayiori Espinoza Rosales, cursante del taller de titulación de administración.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que los instrumentos de recolección de datos son válidos para su aplicación.

  
.....  
María Del C. Rosillo de Purizaca  
CLAD 03970

Firma y sello.

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo MARIA DEL CARMEN ROSILLO DE PUZOSCA

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del testista ANAYELA MAYORA ESPINOZA ROMES

O R D E N	Financiamiento									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso aquiescente ?		¿Se necesita más ITEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Usted cree que para crecer en el negocio hay que invertir?	X			X	X				X
2	¿Es bueno contar con los medios financieros para el crecimiento futuro?	X			X	X				X
3	¿Tener una visión clara permitirá definir el camino financiero para cumplir con ese objetivo?	X			X	X				X
4	¿Usted cree que es recomendable que el negocio mantenga una buena relación con los bancos?	X			X	X				X
5	¿Cumplir con el pago puntual de los préstamos que tiene le ayudará a obtener condiciones más favorables para un siguiente crédito?	X			X	X				X
6	¿Tomar buenas decisiones óptimas es la forma de financiar a la empresa?		X	X						X
7	¿Usted conto con asesoramiento financiero?	X			X	X				X
8	¿Inicio su negocio con un ahorro personal?	X			X	X				X
9	¿Inicio su negocio por medio de una junta ahorro?		X	X						X
10	¿ Al iniciar su negocio obtuvo crédito?	X			X	X				X
11	¿Obtuvo crédito por medio de un amigo o familiar?	X			X	X				X
12	¿Usted utiliza el financiamiento bancario?	X			X	X				X
13	¿Tiene su empresa alguna fuente de financiación externa de largo plazo?	X			X	X				X

  
 Mg. María Del C. Rosillo de Puzosca  
 CLAD 03070

### VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO.

Yo MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PUZAZACA

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del testista ANAYELA MAYORAL ESPINOZA ROSALES

O R D E N	Competitividad									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente ?		¿Se necesita más ITEM para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Qué le ofrezcan un buen servicio sería una estrategia para que la Mype sea competitiva?	X			X					X
2	¿Si la empresa se moderniza puede aumentar su capacidad para ser competitiva?	X			X					X
3	¿Usted considera que la empresa es innovadora?	X			X					X
4	¿Capacitar a los trabajadores sería bueno para brindarles una mejor atención?	X			X					X
5	¿Considera que estas empresas cuentan con tecnología?	X			X					X
6	¿Conocer sus preferencias y necesidades como cliente sería un objetivo para la competitividad?	X			X					X
7	¿Usted cree que el precio puede ser un criterio de calidad para la competitividad?	X			X					X

  
 .....  
 Mg. María Del C. Rosillo de Puzazaca  
 CLAD 03970