



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO DEL SECTOR
COMERCIO TIENDAS DE ABARROTES DEL
MERCADO CAMPESINO EL SOL, PIURA 2020.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO

AUTOR:

CHOQUEHUANCA SANTOS, VIRGINIA

ORCID0000-0003-4014-1898

ASESOR

MONTANO BARBUDA, JULIO JAVIER

ORCID ID: 0000-0002-1620-5946

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Título

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL
FINANCIAMIENTO DEL SECTOR COMERCIO TIENDAS DE
ABARROTES DEL MERCADO CAMPESINO EL SOL, PIURA 2020.**

Equipo de trabajo

Autor:

Choquehuanca Santos Virginia

Orcid ID: 000-0003-4014-1898

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

Asesor:

Montano Barbuda, Julio Javier

Orcid ID: 0000-0002-1620-5946

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú

Jurados de Investigación

Espejo Chacón, Luis Fernando

Orcid ID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemín, Juan Marco

Orcid ID: 0000-0002-0762-4057

Yépez Pretel, Nidia Erlinda

Orcid ID: 0000-0001-6732-7890

Hoja de firma de jurados y asesor

Dr: Espejo Chacón, Luis Fernando

Mgtr: Baila Gemín, Juan Marco

Magtr: Yépez Pretel, Nidia Erlinda

Mgtr. Montano Barbuda, Julio Javier
ASESOR

Hoja de agradecimiento

Agradecer en primer lugar a Dios por el don de la vida y la salud, por regalarme una hermosa familia gracias a él hoy puedo seguir adelante desarrollándome profesionalmente.

Gracias a mis padres por estar conmigo en cada momento de mi vida y apoyarme para poder continuar con mis estudios superiores, gracias a mis hermanos por motivarme emocionalmente. Gracias a las personas maravillosas que he conocido durante el proceso de mi carrera profesional y que me brindan su apoyo, conocimientos y valores ejemplares.

Agradezco a la universidad por haberme permitido formarme profesionalmente y a todos los docentes de la escuela de contabilidad que me brindaron sus conocimientos e enseñanzas a lo largo de mi carrera profesional, y en especial a nuestro asesor Julio Javier Montano Barbuda.

Agradezco a los propietarios de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol por haberme permitido la facilidad necesaria para la aplicación de mi trabajo de investigación.

Dedicatoria

Este trabajo le dedico con mucho amor a mi padre Carlos D. Choquehuanca y a mi madre Luz M. Santos porque ellos son la razón y el motivo de mi vida, son quienes están conmigo en los buenos y malos momentos gracias a ellos y a mi esfuerzo hoy puedo continuar con mis estudios, a mis hermanos que son el motivo para continuar superándome tanto personalmente como profesionalmente.

Resumen

El presente trabajo de investigación obtuvo como título Propuestas de Mejora de los Factores Relevantes del Financiamiento del Sector Comercio Tiendas de Abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020. El trabajo de investigación fue de tipo cualitativo-descriptivo no experimental-documental, obtuvo como objetivo general Analizar propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020. Como Objetivos Específicos, Establecer las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Describir las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol y Explicar las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol. Los análisis se realizaron a través de la encuesta realizada a los comerciantes de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, teniendo como problemática ¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020?. Llegando a los siguientes resultados de propuestas para mejorar las oportunidades de financiamiento: Buscar alternativas de financiamiento, trazar alianzas comerciales con proveedores y cliente que se permitan facilidades de pago y establecer un cronograma de capacitaciones financieras a los dueños de las tiendas de abarrotes. Finalmente se concluye que mejorarían las posibilidades de crecimiento y financiamiento empresarial.

Palabras claves: Financiamiento, MYPE, Comercio de Abarrotes

Abstract

The title of this research work is proposals for the improvement of the relevant factors of the financing of the commercial sector grocery stores of the peasant Market El Sol, Piura 2020. The research work was of a qualitative-descriptive non-experimental type, its general objective is to analyze proposals of improvement of the relevant factors of the financing of the commercial sector grocery stores of the Campesino El Sol market, Piura 2020. As Specific Objectives, establish financing opportunities that improve the possibilities of the commercial sector grocery stores of the Campesino El Sol market, describe the financing opportunities that improve the possibilities of the commercial sector grocery stores of the peasant Market El Sol and Explain the proposals for improvement of the relevant Factors of the Financing of the commercial sector grocery stores of the peasant Market El Sol. The analyzes were carried out through the survey carried out to the merchants of the grocery stores of the El Sol Peasant Market, having as a problem What are the proposals for improving the relevant factors of the financing of the commerce sector grocery stores of the el Sol Peasant Market, Piura 2020?. Reaching the following results of proposals to improve financing opportunities: Look for financing alternatives, draw commercial alliances with suppliers and clients that allow payment facilities and establish a schedule of financial training for the owners of grocery stores. Finally, it is concluded that the possibilities of growth and business financing would improve.

Keywords: Financing, MYPE, grocery trade

Contenido

Título de la tesis.....	ii
Equipo de trabajo.....	iii
Hoja de firma de jurados y asesor.....	iv
Hola de agradecimiento.....	v
Hoja de dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Contenido.....	ix
Índice de cuadros.....	x
Índice de tablas.....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	17
2.1. Antecedente.....	17
2.1.1. Internacionales.....	17
2.1.2. Nacionales.....	19
2.1.3. Regionales/locales.....	21
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1 Teorías del financiamiento.....	24
2.2.2 Teorías de las empresas.....	29
2.2.3. Teoría de las Mypes.....	31
2.2.4. Teorías del sector comercio.....	33
2.2.5. Estudio de Tiendas de Abarrotes del Mercado Campesino El Sol.....	37
2.3 Marco conceptual.....	39
2.3.1 Definición de financiamiento.....	39
2.3.2 Definición de empresa.....	40
2.3.3 Definición de Mypes.....	40
2.3.4 Definición de comercio.....	40
2.3.4 Definición de abarrotes.....	41
III. Hipótesis.....	41
IV. Metodología.....	42

4.1. Tipo de investigación.....	42
4.2. Población y muestra.....	43
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
4.5. Plan de análisis.....	45
4.6. Matriz de consistencia.....	47
4.7. Principios éticos.....	48
V. Resultados.....	40
5.1. Resultados.....	40
5.1.1. Respecto al Objetivo Específico N° 1.....	40
5.1.2. Respecto al Objetivo Específico N° 2.....	70
5.1.3. Respecto al Objetivo Específico N° 3.....	73
5.2. Análisis de resultados.....	82
5.1.1. Respecto al Objetivo Específico N° 1.....	82
5.1.2. Respecto al Objetivo Específico N° 2.....	83
5.1.3. Respecto al Objetivo Específico N° 3.....	85
VI. Conclusiones.....	87
6.1. Respecto al Objetivo Específico N° 1.....	87
6.2. Respecto al Objetivo Específico N° 2.....	88
6.3. Respecto al Objetivo Específico N° 3.....	88
6.4 Respecto al objetivo general.....	89
Aspectos complementarios.....	90
VII. Referencias bibliográficas.....	92
Anexos.....	96

Índice de cuadros

Cuadro N° 01: Matriz de consistencia.....	47
---	----

Índice de tablas

Tabla N° 01: ¿Usted inició su negocio con capital propio?	49
Tabla N° 02: ¿Usted cree que su capital inicial es suficiente para su negocio?.....	50
Tabla N° 03: ¿Usted como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital a su negocio?	50
Tabla N° 04: ¿Cree usted que es importante el financiamiento para negocio?.....	51
Tabla N° 05: ¿su negocio trabaja con entidades financieras?.....	52
Tabla N° 06: ¿En los últimos 5 años usted solicitó algún crédito bancario?.....	53
Tabla N° 07: ¿Con qué recursos financia su empresa su actividad?.....	53
Tabla N° 08: ¿Cuál cree usted que es la manera más fácil para obtener un crédito?.....	54
Tabla N° 09: ¿Cuáles considera usted que son sus fuentes de financiamiento?.....	55
Tabla N° 10: Si usted tuviera crédito bancario vigente marque el concepto principal a lo que destinaria su crédito.....	56
Tabla N° 11: ¿Señale usted que instrumento bancario utiliza?.....	57
Tabla N° 12: Señale usted cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría.....	58
Tabla N° 13: ¿Cuál sería la modalidad del préstamo?	59
Tabla N° 14: ¿Cree que el financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa?.....	60
Tabla N° 15: ¿Los créditos obtenidos fueron suficientes?.....	61
Tabla N° 16: ¿Marque usted los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario?.....	62
Tabla n.- 17: ¿Usted obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito financiero?.....	63
Tabla N° 18: ¿En algún momento su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento?.....	64
Tabla N° 19: ¿Cuál es el desafío que enfrenta actualmente su negocio?.....	64

Tabla N° 20: ¿Para usted que factores limitan la obtención de financiamiento?.....	65
Tabla N° 21: ¿Usted conoce su nivel de ventas mensual?.....	66
Tabla N° 22: ¿Usted cree que el capital actual de la empresa es suficiente?.....	67
Tabla N° 23: ¿Usted está conforme con las utilidades que obtiene?.....	68
Tabla N° 24: ¿Usted cree que con recursos que tiene la empresa podrá ampliar más su negocio?	69

Índice de gráficos

Gráfico N° 01: Inició su negocio con capital propio.....	49
Gráfico N° 02: Su capital inicial es suficiente.....	50
Gráfico N° 03: Como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital.....	51
Gráfico N° 04: Como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital.....	51
Gráfico N° 05: Su negocio trabaja con entidades financieras.....	52
Gráfico N° 06: En los últimos 5 años solicitó algún crédito bancario.....	53
Gráfico N° 07: Recursos financia su empresa su actividad.....	54
Gráfico N° 08: Cuál es la manera más fácil para obtener un crédito.....	55
Gráfico N° 09: Cuáles son sus fuentes de financiamiento.....	56
Gráfico N° 10: Si tuviera crédito bancario.....	57
Gráfico N° 11: Que instrumento bancario utiliza.....	58
Gráfico N° 12: Cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría.....	59
Gráfico N° 13: Cuál sería la modalidad del préstamo.....	60
Gráfico N° 14: El financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa.....	61
Gráfico N° 15: Los créditos obtenidos fueron suficiente.....	61
Gráfico N° 16: Los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario.....	62
Gráfico N° 17: Obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito.....	63
Gráfico N° 18: Su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento.....	64
Gráfico N° 19: El desafío que enfrenta actualmente su negocio.....	65
Gráfico N° 20: Factores que limitan la obtención de financiamiento.....	66
Gráfico N° 21: Conoce su nivel de ventas mensual.....	66
Gráfico N° 22: El capital actual de la empresa es suficiente.....	67
Gráfico N° 23: Las utilidades que obtiene.....	69
Gráfico N° 24: Los recursos que tiene la empresa podrá ampliar su negocio.....	70

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación se deriva desde el reglamento de las líneas de investigación: Auditoría, Tributación, Finanzas y Rentabilidad en las micro y pequeñas empresas. Por la cual el presente investigación obtuvo como título “Propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020”. Ubicado exactamente en Piura en el distrito de Castilla A.A. H.H. Nuevo Horizonte de la cual he considerado permanente investigar los factores que reflejan con mayor intensidad y condicionan el entorno corporativo de hoy en día entre los que se destacan: El cambio de la economía a nivel mundial y nacional; por otro lado no podemos dejar de mencionar lo que hoy en estos tiempos está ocurriendo por la pandemia del Covid 19 que viene siendo un factor muy relevante e imprescindible en la economía de mundo empresarial.

Los gobiernos en América Latina mientras buscan medidas para poder generar cada vez más empleos y tener mayor y mejores productividades, se han enfocado en las pequeñas empresas y en los desafíos que estas presentan para poder financiarse y expandir sus operaciones, obteniendo como resultado años de escasos acceso al financiamiento, por lo cual esto genero una baja economía en varios países, sobre todo por la crisis financiera alarmado a los organismos internacionales a que puedan tomar medidas correspondientes sobre esta situación, como resultado en los años 2011 y 2012 se han visto obligados a implementar nuevos enfoques sobre la economía y mejorar en lo posible los que ya existen, teniendo en cuenta los surgimientos de una economía colaborativa (Rojas, 2017).

Una de las características que tienen las empresas pequeñas en América Latina lo que hacen es usar recursos propios y muy pocos recursos externos como financiamiento, lo que esto conlleva a que esto limite su crecimiento como entidad, y cuando requieren de financiamiento externo utilizan el instrumento de corto plazo como por ejemplo si hablamos de préstamos bancarios, sumado a todo esto se documentan las dificultades que presentan para obtener el crédito de cierta forma y no pueden tener éxito financiero, como por nombrar en casos especiales cuando la entidad requiere realizar proyectos grandes, por lo cual esto es evaluado y percibido por la entidad bancaria como algo de alto riesgo (Rojas, 2017).

En el año 2020, las mypes representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon a un 26.6% de la población económica activa (PEA), lo que evidenció una caída de 21.2 puntos porcentuales (pp) en el porcentaje de la PEA que laboraba en el año 2019. Estas unidades de negocio registraron ventas anuales por S/ 60,489 millones, lo que significó una disminución del 59.2% frente a lo reportado en 2019, y equivalen a un 8% del PBI. Estos resultados se explicarían por el cierre masivo de negocios y la reducción tanto en la producción como la demanda (ComexPeru, 2020).

Por lo mencionado anteriormente el enunciado del problema de la investigación es la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020?

Para responder al problema de investigación se ha planteado el siguiente objetivo general: Analizar las propuestas de mejora de los factores relevantes del

financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

Seguidamente para poder encontrar un objetivo general se han planteado los objetivos específicos siguientes:

1. Establecer las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.
2. Describir las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.
3. Explicar las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

El presente trabajo de investigación se justificó por que obtuvo como finalidad analizar las propuestas de mejora en el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de debido a que existen muchos factores de riesgo cuando estas empresas desean aumentar su recursos y continuar su operatividad, las ventajas y desventajas que existen.

Se justifica también que en la parte académica, el trabajo de investigación servirá como antecedente para investigadores futuros en la misma línea de investigación del financiamiento empresarial en la escuela profesional de contabilidad, y servirá para poder tener conocimientos en la variable seleccionada.

El trabajo de investigación fue de tipo cualitativo-descriptivo no experimental, documental y bibliográfico.

Como resultados se obtuvo que las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio si resultan eficientes teniendo buenas propuestas de mejora, así mismo se menciona un 75% de las tiendas de abarrotes no trabaja con entidades financieras debido a que su principal razón de no solicitar un crédito bancario son las altas tasas de interés que les cobran.

Se concluye también que un 62.50% de las empresas que solicitaron financiamiento no recibieron capacitación de ello para poder predecir de cuan efectivo era trabajar con presamos bancarios de acuerdo a sus inversión y lograr tener una empresa sólida por lo cual se debe incentivar a los dueños de las tiendas a tener una cultura financiera.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Al hablar de antecedentes internacionales nos referimos a investigaciones realizadas por diferentes autores en cualquier ciudad o país del mundo, menos a las investigaciones realizadas en el Perú, referidas a la misma variable de investigación.

López (2018). En sus tesis investigación de titulada “*Análisis de alternativas de financiamiento para las pymes del sector comercial e industrial de Guayaquil*” teniendo como objetivo general establecer referencias que permitan conocer otras formas de financiamiento, no tradicionales, a las pequeñas y medianas empresas del sector industrial y comercial de Guayaquil. Una metodología de investigativo cuantitativo-descriptivo, no – experimental. Llegando a los siguientes resultados: El 79% de las empresas encuestadas

indicaron que el mercado de valores les brinda un nivel de confianza muy confiable, mientras que el 21% nos indicó que tenían un nivel de confianza confiable como alternativa de financiamiento.

Torres (2017). En su tesis titulada “*Fuentes de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas ferreteras (pymes)*” en el municipio de Trujillo, Estado de Trujillo – Venezuela, teniendo como objetivo: Determinar las fuentes de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas ferreteras (pymes) en el municipio de Trujillo, Estado de Trujillo – Venezuela. La cual corresponde una investigación con enfoque cuantitativo de tipo descriptiva con un diseño de campo; interpretados y analizados los resultados y contrastados con los autores Breal (2007) Domínguez (2007), Aching (2006), Gitman (2007), Levy (2009), entre otros se concluyó que las pymes ferreteras del municipio de Trujillo se usan fuentes de financiamiento internas y externas, las de mayor tendencia es el uso de las fuentes internas como aportaciones de los socios y reinversión de utilidades y en las externas el crédito comercial, el crédito comercial y la línea de crédito. Uno de los resultados más importantes resaltados sobre el uso de financiamiento externo las fuentes de corto plazo son lo que solicitan con más frecuencia que son usados de acuerdo a los resultados que obtienen, lo cual coincide con la literatura al mencionar que dentro de esta categoría de financiamiento existe gran variedad disponible y al conocer las ventajas concluye al mantenimiento de una estructura sana.

Logreira (2017). En su tesis titulada “*Financiamiento privado en las micro del sector textil confecciones Barranquilla-Colombia*”, expuesto en la Universidad de la Costa, cuyo objetivo; analizar las fuentes financieras privadas disponibles

para las microempresas, tipo de investigación paradigma cuantitativo, a su vez el diseño de investigación no experimental de campo, con un tipo de estudio descriptivo y transversal de recolección de muestra mediante un cuestionario que fueron 200 micro empresas del sector comercial textil, obteniendo como conclusión, considerando que Colombia es un país compuesto en su mayoría por microempresas las estas deberían recibir un mayor apoyo de financiamiento que el que reciben hasta la actualidad, el cual no representan ni el 20% del total de colocaciones a nivel nacional realizadas por las entidades privadas y que a su vez es el porcentaje más bajo de todas las modalidades de colocaciones a nivel nacional. Adicional a lo anterior, el micro crédito es considerado el más costoso en el mercado debido q que estas representan mayores riesgos para las entidades financieras.

2.1.2. Nacionales

Al mencionar antecedentes nacionales nos referimos especialmente a investigaciones realizadas por diferentes autores en cualquier lugar del Perú, menos a las investigaciones realizadas en la región de Piura y que tengan la misma variable de investigación.

Montañez (2019). En su tesis titulada “*Propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas nacionales del sector comercio, rubro abarrotes de la provincia de Yungay, 2019*”. Teniendo como objetivo general: Identificar las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de las micro y/o pequeñas empresas nacionales del sector comercio, rubro abarrotes de la provincia de Yungay, 2019; utilizó el tipo de metodología de investigación cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no

experimental, con una muestra de 12 Mype a quienes aplicó un cuestionario estructurado, obtuvo los siguientes resultados más relevantes: el 75% de los participantes no se autofinanciaron, el 86% de los participantes solicitaron crédito a entidades bancarias, el 74% de los participantes no usan sus utilidades para aumentar su capital, el 90% de los participantes obtuvieron crédito solicitado. Finalmente se llegó a la conclusión: Se identifica las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de las micro y/o pequeñas empresas.

Samir (2019). En su tesis titulada *“Propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Belén, 2019”* obtuvo como objetivo general: Describir las propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Belén, 2019 la metodología fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 30 microempresarios, obteniendo como resultados siguientes: Con respecto al pago del financiamiento el 26,67% (8) mypes pagaron 9% mensuales; el 30,00% (9) mypes pagaron 12% mensuales; el 36,67% (11) mypes pagaron 14,5% mensuales; y el 6,67% (2) mypes no realizaron ningún préstamo. Con respecto al monto promedio solicitado el 26,67% (4) mypes solicitaron en promedio 5 000 soles; el 40,00% (12) mypes solicitaron en promedio 10 000 soles; el 40,00% (12) mypes

solicitaron en promedio 15 000 soles; y el 6,67% (2) mypes no realizaron ningún préstamo.

Jaramillo (2018). En su tesis titulada *“Caracterización de financiamiento y rentabilidad de las mypes sector comercio, rubro tiendas de abarrotes, en el distrito Tumbes, 2017”* la metodología que se utilizó es cuantitativa de nivel descriptivo no experimental, obtuvo como objetivo general determinar la caracterización de financiamiento y Rentabilidad de las MyPes sector comercio, rubro Tiendas de Abarrotes, en el distrito de Tumbes, 2017..La cual se desarrolló considerando las distintas tiendas de abarrotes, teniendo como muestra 10 tiendas (dueños) quienes nos brindaron las facilidades de tiempo para la aplicación de la encuesta debidamente estructurada, se obtuvieron los siguientes resultados con respecto al financiamiento el 75% de propietarios encuestados manifestaron que si obtuvieron el financiamiento bancario, y utilizarlo en el mejoramiento de su local y productos, para que sus clientes estén satisfechos, y un 15% manifestó que las ventas diarias son adecuadas y consideran tener rentabilidad , y el 10% de las MyPes no respondió.

2.1.3. Regionales

Nos referimos a antecedentes regionales a investigaciones que fueron realizadas por investigadores en cualquier lugar de la región de Piura menos a las investigaciones realizadas en el distrito de Castilla, referidas siempre a la misma variable de investigación.

Balcazar (2017). En su tesis titulada *“Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, en el rubro de venta minorista de abarrotes, en el Asentamiento Humano Nueva*

Esperanza, distrito 26 de Octubre- Piura, año 2017”. Teniendo como objetivo general determinar las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, en el rubro de venta minorista de abarrotes, en el Asentamiento Humano Nueva Esperanza, distrito 26 de Octubre- Piura, año 2017. La metodología de investigación fue nivel descriptivo, tipo cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal. Donde 7 MYPES fueron parte de la investigación, con 9 trabajadores y 7 gerentes, la población para las dos variables: Financiamiento y capacitación es finita, donde capacitación son 9 trabajadores y para financiamiento son 7 gerentes, siendo una muestra de 9 para capacitación y 7 para financiamiento, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, el total de preguntas fueron 20: 10 para capacitación y 10 para financiamiento. Obtuvo los siguientes resultados: en necesidades de financiamiento el 100% conoce los requisitos para acceder al crédito y tiene criterio de las solicitudes; en los tipos de financiamiento un 100% acuden al financiamiento de corto plazo mediante el crédito de proveedores; Respecto a las capacitación el 100% accede al aprendizaje en acción y seminarios; de los beneficios de la capacitación un 100% acceden a la especialización, desarrollo de habilidades, identificándose con la empresa.

Jaramillo (2018). En sus tesis titulada *“Caracterización del financiamiento de las empresas del sector comercial rubro venta de abarrotes en la provincia de Huancabamba en el Año 2018”* que tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018.

Utilizo la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario pre estructurado, aplicada a una muestra no aleatoria por conveniencia representada por 10 empresas, principales resultados fueron: El 90% de los empresarios encuestados tiene un financiamiento propio, mientras que el 10% trabaja con financiamiento de cajas municipales, el 80% de los contribuyentes no utilizo ninguna tarjeta de crédito, mientras el 20% sí. Finalmente concluye que el 70% de los empresarios no tiene dificultad para abastecerse de mercadería, ya que su fuente principal de financiamiento son sus ahorros propios, familiares, amigos o allegados (usureros) y con ingresos del día a día, y por ello no necesitan solicitar créditos a las entidades bancarias.

Fiestas (2020). En su tesis titulada *“Propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento en la empresa inversiones Don Rey EIRL. La Unión 2018”*. Teniendo como objetivo general: Identificar las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la empresa inversiones Don Rey EIRL. La Unión en el año 2018, para su desarrollo utilizo la metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo de diseño no experimental descriptivo, transversal y retrospectivo en la cual el universo estuvo formado por todas las empresas del sector comercio rubro venta de abarotes del mercado de La Unión distrito de La Unión provincia y departamento de Piura. La muestra de este estudio fue una mype representando por el gerente general. Se utilizó la técnica de la encuesta obteniendo como resultado: Que es financiamiento es interno, el gerente no posee conocimientos referentes a la gestión financiera, además no realiza un análisis financiero para poder determinar la liquidez, el

endeudamiento y la rentabilidad. Además de no con un plan estratégico ni un plan de negocios estructurados que evalúe la factibilidad económica. Respecto a los asesores de crédito el 100% de los encuestados indican que es importante un buen record crediticio y son conscientes de que existen beneficios para los clientes al cancelar antes de tiempo de deuda. En conclusión de las sientes propuestas de mejora: Incentivar a la empresa tener una cultura financiera, incentivar al gerente a adquirir conocimientos sobre las finanzas o contratar a un personal capacitado, desarrollar pautas para la creación de un plan de negocios y un plan estratégico.

2.1.4. Locales

Al mencionar de antecedentes locales nos referimos a investigaciones realizadas específicamente por autores en cualquier lugar dentro del distrito de Castilla provincia de Piura, referidas a la misma variable de la investigación. Hasta la fecha no se han encontrado antecedentes de investigaciones locales con la misma variable.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Teoría del Financiamiento

Para el autor (Escobedo, 2019). El financiamiento incrementa el valor de las empresas representa mayor rendimiento para el propietario por el dinero invertido, y continuará manteniéndose en uno de los motivos más fundamentales en la teoría del financiamiento en la actualidad. Hasta los últimos años muchos se han planteado el tema y disímiles han sido los enfoques que sobre este tema han sido planeados. Donde la primera proposición de relevancias en el contexto de mercado perfecto como

dividendo constante, repartición de todos los beneficios, inexistencias de pagos impositivos, estructuras de capitales con obligaciones para los inversionistas, de tal manera pudiéndose apreciar en lo planteados anteriormente solo tiene validez en un ambiente de financiamiento ideal, o sea donde los mercados son óptimos, pues de lo contrario se estarían evitando el costo adicional que se deben de tener en cuenta para el cálculo de la estructura perfecta de capital. En la realidad los mercados tienen imperfecciones, por lo que dicha teoría ha sido sujeto a críticas grandes.

Según el autor (Gutiérrez, 2020). El financiamiento y los costos unitarios en lo largo plazo de los del profesional en salud del Perú. Realizada las evaluaciones económicas parciales de financista público, se muestran reportes por categoría presupuestal y diferentes programas de presupuestos de financiamiento del sector salud, la información adjuntada del “Sistema Integrado de Administración Financiera del Ministerio de Economía y Finanzas” entre años del 2016 y 2018. El financiamiento para las formaciones del recurso humano en salud es de vital importancia para lograr los diferentes objetivos en el Perú. Pero también existen disminuciones de presupuestos destinados a diferentes actividades de capacitaciones en los últimos 3 años.

2.2.1.1. Importancia del financiamiento

Para el autor (Chagerben, 2017). Dice que en toda empresa el tema de financiamiento es una alternativa muy importante ya que para muchos casos suele ser el motor de las empresas; esta condición de acceso de tener financiamiento de las empresas puede generar aumento de

productividades, incremento de las innovaciones tecnológicas y mayores probabilidades de ingresar y sobrevivir en el mercado internacional.

El financiamiento puede ser adquirido para diferentes actividades como para capital de trabajo o activo circulantes, que de cierta forma puede ser utilizado para financiar sus actividades diarias dentro de un ciclo financiero o también para activos fijos, que son activos de larga vida útil o duración que se requiere para sus deferentes actividades; por lo que la inversión es muy elevada los créditos con otorgados a largo plazo. Antes o al momento de adquirir un financiamiento, se necesita hacer proyecciones reales del negocio, para tener bien claro en primer lugar el objetivo de la inversión y planear diferentes escenarios de pago evitando deudas y darle el destino ideal al capital.

También se menciona que quienes no solicitan financiamientos bancarios para su empresa o negocio crecen a ritmos más lentos o pasa que ni siquiera crecen o ni siquiera confían en ello y desaprovechan muchas veces buenas oportunidades; piensan que adquirir un crédito siempre para va a ser más barato y de riesgo que traer un nuevo socio a la empresa o reinvierten sus utilidades.

2.2.1.2. Tipos de financiamiento

Para el autor (Ramírez, 2020). Los tipos de financiamiento pueden ser de manera interna o externa según el empresario lo adquiera:

- **Financiamiento interno.** Esto proviene de los recursos de la propia empresa proporcionada o producida por las propias operaciones de la entidad; que pueden darse: nuevas aportaciones de los socios, reevaluación de los pasivos de la empresa.

- **Financiamiento externo.** Esto se produce cuando no es posible o suficiente seguir operando con sus propios recursos, cuando los fondos generados no son suficientes para abastecimiento de la empresa y tienen que acudir a terceras personas o prestamos en entidades financieras.

Existen diferentes formas de obtener financiamiento uno de ello es a través crédito, que es el dinero que se recibe para cubrir una necesidad o poder prestar más bienes o servicios donde la entidad se obliga a pagar en un determinado plazo y los intereses establecidos de satisfacción de la entidad asegurándose el cobro del mismo. Existen dos tipos de crédito: el bancario y el no bancario, así como diversas fuentes de obtener financiamiento.

2.2.1.3. Fuentes del financiamiento

Para el autor (Tranza, 2018). Existen diversas fuentes de financiamiento que son utilizadas para que una entidad pueda generar recursos y pueda a mantener la estructura económica de tal manera poder continuar en el mercado las fuentes pueden ser:

- ❖ **Los Ahorros Personales:** La generalidad de los negocios han empezado y dado sus inicios con los ahorros y diversos recursos particulares, incorporando las ventas de propiedades de diversa dimensión.
- ❖ **Los Amigos y Parientes:** Estos suelen hacer préstamos sin interés o una tasa muy baja, por lo cual les resulta a su favor para iniciar un negocio o empresa.
- ❖ **Juntas:** Prácticamente es una de las formas de ahorro personal pero de manera obligatoria con el pacto de aportar periódicamente de acuerdo a

como se halla acordado con los más integrantes. En forma rotatoria, cada miembro recibe un monto proveniente del aporte de los demás. La cual esto va a depender del monto que puedan reunir para poder invertir en un negocio.

- ❖ **Bancos y Cooperativas:** Esta es una fuente más común, la cual se tienen que ser sustentado en el proyecto de inversión y pasar por calificaciones de riesgos en el área de financiamiento empresarial de la entidad que va otorgar el crédito.
- ❖ **Empresas de Capital de Inversión:** Mayormente estas suelen realizar o prestar apoyo financiero a las firmas que desean expandirse a cambio de diferentes acciones o intereses parciales.
- ❖ **Organismos del Estado:** Aquí existe asignación presupuestal a organismos como el “Fondo de Innovación, la Ciencia y la Tecnología” (Fincyt), las cuales financian proyectos específicos como: proyecto de innovaciones tecnológicas en una empresa; proyecto de investigación y desarrollo tecnológico en universidades y centros de investigaciones, fortalecimientos de capacidad para las ciencias y tecnologías; con becas y pasantías.
- ❖ **Organizaciones No Gubernamentales (ONG):** Estas son organizaciones sin fines lucrativos que por lo que mayormente consiguen recursos del exterior para encaminar a un emprendimiento con un fin social.
- ❖ **Pagaré:** Esto es un instrumento negociable; que se origina de las ventas de mercadería, de préstamo en efectivo o de las conversiones de una cuenta corriente. Mayormente tienen interés y se deben pagar a su

vencimiento; de no ser así se exige acción legal para que se pueda dar fe de que se tiene que pagar.

- ❖ **Crédito Comercial:** Esto es el uso de “cuentas por pagar” de la empresa del pasivo a corto plazo acumulado. Por ejemplo: el impuesto a pagar, cuentas por cobrar y de financiamientos de inventarios como medios de recursos.
- ❖ **Factoring:** Esto es instrumento que permite acceder a cobrar por anticipado las facturas emitidas a clientes. Por lo cual el banco hace el pago realizando el descuento de una comisión y luego se encarga de cobrar el integro de lo facturado al cliente de la empresa.
- ❖ **Financiamiento Por Medio de los Inventarios:** Esto es utilizado por la empresa con un fin de tener garantía para un crédito financiero. Para estos fines se puede recurrir “al depósito en almacén público, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca”. Para lo cual el acreedor tiene todo el derecho de decidir la posición de la garantía en el caso de que la empresa no cumpla con sus obligaciones de pagos.

2.2.2. Teoría de empresas

Para el autor (Cataño, 2018). Una empresa es una organización o institución dedicada a una actividad con fines económicos y/o comerciales para satisfacer la necesidad de bienes o servicios de los demandantes, a la par, busca de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Los procesos de gestión en los últimos años, se han convertido en una de las metodologías vitales a ser considerado por las empresas privadas, debidamente e un constantemente cambiante. En la Latinoamérica, las escuelas americanas, asiáticas, europeas entre otras han transferido varias filosofías y el diseño de nuevas estrategias. La investigación busca establecer la base teórica sobre las gestiones de los procesos establecidos por un paralelismo: En las empresas públicas, habiendo casos excepcionales como las de Uruguay y Brasil.

2.2.2.1. Clasificación de las Empresas

Colombialegalcop (2017). Nos dice que las empresas se clasifican en tres tipos que pueden ser:

Empresas Industriales: Esta pueden ser “Transformadoras, Extractivas, Reproductoras” según sean los productos que se fabrican. Por ejemplo las empresas de industrias alimentarias que se dedican a la elaboración de productos destinados a la alimentación. Para que esta industria este activa en el mercado se necesita materias primas, entre otros productos intermedios, así como también el uso de la energía. Al mismo tiempo necesitará una red de transporte y distribución, de una forma que se facilite en traslado de los recursos naturales o intermedios a la fábrica; y posteriormente distribuir y comercializar los productos elaborados.

Empresas Comerciales: esta empresas de dedican a intervenir en el productor y el consumidor para comercializar los productos que pueden ser según su volumen de sus operaciones (al por mayor y menor) y por el campo en que se desempeñan (empresas de exportación o importación).

Se caracteriza porque dentro de sus operaciones no se incluye ningún proceso productivo, no realizan ninguna transformación sobre los materiales que adquiere, ni genera los costos ocasionados en estos procesos, a diferencia de las empresas industriales. Las empresas comerciales cumplen una función de intermediarios, se encargan de la distribución, el traslado, almacenaje y venta, de productos; Pueden ser de tipo público o privado o en otros casos mixtas.

Empresas de servicios: Estas empresas su principal actividad es ofrecer servicios intangibles con el objetivo de satisfacer diversas necesidades colectivas, llevando acabo así sus actividades económicas. Estas empresas pueden ser “públicas, privadas o mixtas”, cuando son públicas es porque es Estado está en mejores capacidades de llevar acabo esta actividad en particular que por lo general son empleadas para cubrir una necesidad pública, pero comúnmente las empresas privadas brindan una mejor calidad de servicio.

2.2.2.2. Según la naturaleza de las empresas

- Individuales: una sola persona es el dueño de la empresa
- Sociales: Más de dos personas son dueños de una misma empresa.

2.2.3. Teoría de las MYPES

Para el autor (Palacios, 2018). Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son empresas comerciales que pueden desarrollar diferentes actividades de producciones y comercializaciones y exportaciones, existiendo casi 6 millones a nivel nacional, 93.9 microempresas (teniendo de 1 a 6 trabajadores), y el resto 5.9% son las medianas y grandes empresas. Las

mypes generalmente surgen por necesidad insatisfecha del sector pobre, siendo por desempleo, recursos bajos económicos, trabas burocráticas, y deferentes dificultades para poder llegar a tener un crédito financiero, entre otros. Los sectores de comercio y servicios también registran una importante participación de las MYPES. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros. Esto guarda una estrecha relación con la poca participación que tiene la MYPE en el mercado externo, pues los rubros antes mencionados están dirigidos, sobre todo, al mercado interno. Ahora bien, dentro de los principales sectores económicos de exportación de las MYPES se encuentran los no tradicionales.

2.2.3.1. Beneficios generales de las mype

Según (Sunat, 2018). Estas se pueden formalizar como persona jurídica (empresa) vía internet a través de la “Plataforma de Constitución de Empresas” SID – SUNARP, así mismo pueden asociarse para poder poseer a un mejores accesos al mercado privado y a las adquisiciones estatales, tienen facilidad del Estado para participar en eventos feriales y de expansión regional, nacional e internacional, contando con mecanismos ágiles y sencillos para realizar su expansión denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT, pudiendo participar en la contratación y adquisición del Estado.

Beneficios Tributarios

La persona natural que se inscribe en el Régimen Único Simplificado (RUS) solo efectuara el pago de un monto de 20 soles que dentro del importe incluye el pago de impuesto a la renta e IGV.

Las microempresas que se inscribe en el Régimen Especial de Renta (RER) solo pagara el 1.5% de sus ingresos netos mensuales.

Las mypes están exoneradas del pago de tasas a municipalidades por lo que son trámites legales tales como renovaciones, actualizaciones de datos entre otros relacionado a la misma, excepto los cambios de uso. Solo asumirán el 30% de los derechos de pagos por trámite realizado ante el Ministerio de Trabajo.

Andina (2015). En el Perú existen más de 3.5 millones de micro o pequeña empresa (Mype) de las cuales el 84.7 % produce dentro de la informalidad. Gran parte de estas empresas desconocen los beneficios de pasar a la legalidad. Según la legislación, en nuestro país se considera una microempresa a aquella persona natural o jurídica, cuyas ventas anuales sean como máximo 150 UIT (562,500 nuevos soles) y tengan no más de 10 trabajadores.

2.2.4. Teoría del sector comercio

ComexPerú (2021). Nos dice que después de un 2020 que se significó una de las principales caídas en el intercambio internacional, el 2021 se presentó como un año de REBROTE. En esta línea se encuentran la proyección de la Organización Mundial de Bienes del Comercio (OMC), la cual pronostico

un crecimiento de volumen del comercio mundial de bienes del 8%, tras una caída del 5.3%.

Si bien volver a las tendencias previas a la pandemia depende en una gran parte del ritmo y las efectividades de la vacunación en el mundo, la estimación de la OMC muestra que el 2020 cerró con signo de recuperación más rápida de lo que se esperaba. Se debe gracias a un menor efecto de la pandemia en china y otros países asiáticos, que permitió no solo impulsar a la demanda global, sino también abastecer al mundo con bienes de consumo e insumos médicos. Por esto, en 2020 Asia fue la región con la menor reducción en el volumen de importaciones (-1.3%) y la única con una variación positiva en las exportaciones (+0.3%).

Así continuando su recuperación la OMC espera que la exportación asiática (+8,4%) sean la que satisfacen a mayores partes de las demandas para el 2021. Por otro lado, Estados Unidos comandaría los aumentos de las exportaciones (+11.4%) en el mundo gracias a su plan de estímulo fiscal. Sobresale así mismo en aumento de la exportación del Medio Oriente (+12.4%), que son impulsadas por mayores demandas de petróleo a raíz de las menores restricciones en el transporte internacional.

Para el autor (Gonzales, 2021). El comercio sigue creciendo es 9% del comercio total en México y avanza a pasos muy acelerados, basta decir que era menos de 3% en 2018. Tomando como referencia, a Estados Unidos está por encima del 21% del comercio total, al igual que en Gran Bretaña o Japón. De acuerdo al ranking de eshopworld, México es el número 18 mundial en e-commerce. Tiene mucho que avanzar en categorías como

logística, pero está en el top 5 mundial en uno de los rubros: el comercio electrónico transfronterizo.

2.2.4.1. Importancia del comercio nacional

Para el autor (Domenech, 2018). El comercio es una fuente principal para el dinero en circulación dentro de un país, es por lo cual mejora la economía y el nivel de vida de sus ciudadanos. Así mismo es comercio entre regiones impulsa el desarrollo equitativo, el intercambio cultural, técnico y las inversiones a los largo y ancho del país.

En todos los países gran parte de la población se dedican a comercializar diversos productos para tener un negocio propio y generar un empleo independiente por lo que la comercialización interna permite a las sociedades a poder sobrevivir.

Cuando las industrias a un proveedor nacional de insumo se evita muchos riesgos, como interrupción a la cadena de suministros por problemas de aduana, cambios en el pago de aranceles y la volatilidad de tipo de cambio. En materia medioambiental, si la comercialización nacional crece, se ayuda a reducir la huella de carbono que provoca la importación de productos de otros países.

2.2.4.2. Importancia del comercio internacional

Para el autor (Volca, 2020). Nos dice que la actividad comercial internacional es de gran importancia para que un país se siga desarrollando, por lo que a través de estas se busca mejorar las calidades de vida y el crecimiento de la economía. La comercialización internacional se encuentra estrechamente relacionada con el mover los

recursos y las distribuciones de la actividad productiva de un país, por la que tiene una gran influencia sobre las creaciones de empleos, inversión pública y privada, su importancia aumenta a medida que exista cada vez más independencia entre los países y sus empresas. No solo se limita al intercambio de productos, sino al movimiento de recursos y capitales, el cual le da sentido y relevancia a la comercialización internacional.

En un mundo globalizado, el aumento de los recursos ira en función del éxito con el que los mismos se pueden insertar en el mercado internacional, por lo cual es importante para los países contar con las infraestructuras y capacidades de producción necesarias para ser competitivos en el mercado global.

2.2.4.3. Comercio de abarrotes

Según el autor (Gonzales, 2021). En el primer año de la pandemia, las ventas de las tiendas de abarrotes cayeron 14.6% y el comercio electrónico se incrementó 51.9% y aún sigue teniendo mucho espacio para crecer. Los abarrotes cayeron 80% más que el PIB teniendo el comercio electrónico el mejor año de la historia en nuestro país. La nos reporta un retrato de cómo vivimos en el 2020 al mismo tiempo nos abre nuevas puertas para el futuro del comercio. Teniendo la certeza de que el comercio electrónico seguirá creciendo cada vez más y muchas dudas acerca de lo que pasará con tiendas de abarrotes. Siendo esto parte de nuestra historia, mismo tiempo miedo de sustento alrededor de 2 millones de familias.

Las tiendas de abarrotes han tenido un año inesperado, pero nadie puede asegurar que esta pesadilla ya ha terminado. ¿Qué pasara con estas? No se puede ignorar lo que pueda pasar, sencillamente la importancia que tienen es enorme, tanto social y económicamente o viceversa. Oficialmente en el último conteo se registraron 998, 120 negocios dedicados a la comercialización de abarrotes, alimentos, bebidas, hielos y tabaco.

2.2.5. Estudio de Tiendas de Abarrotes del Mercado Campesino El Sol

Datos Generales

- Dirección: AA. HH. Nuevo Horizonte Mz P2 Lt 21 Distrito De Castilla Provincia De Piura.
- Horario: De 6:00 am hasta 6:00 pm.
- Nombre comercial: Mercado Campesino El Sol
- Se encuentra en actividad desde el 2017

Reseña histórica

El Mercado Campesino El Sol fue inaugurado en junio del 2017 llegando a hacer el primer mercado campesino de Piura.

EL 15 de julio del año 2019; la economista Lucy Noblecilla Lira, “Gerente de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Provincial de Piura” dio a entender que los nuevos comerciantes que actualmente ocupan el Mercado Campesino El Sol del distrito de Castilla han incrementado su *Dinamismo Económico*, también manifiesta que la Municipalidad de Piura está desplegando una estrategia de marketing para alcanzar que los mercados de Piura logren Dinamismo Económico.

Dato importante

Se dice que un total de 85 comerciantes ambulantes decidieron ser formales e iniciaron sus actividades en el Mercado Campesino El Sol en distrito de Castilla, con las ventas de productos pan llevar, ropa, plástico, entre otros. En total son 150 puestos que en el Mercado Campesino El Sol están disponibles para las personas que buscan la formalizar su negocio, todo ello en coordinación con la comuna provincial de Piura, indicó José Sarduón Rodríguez, administrador del mercado (MunicipalidadPovincialDePiura, 2019).

Actividad económica: El comercio

Misión: La misión es vender sus productos de calidad, de una manera organizada y seguir expandiéndose para no perder su mercadería o actividad comercial y mejorar económicamente con el tiempo.

Visión: Su visión llegar a convertirse en un mercado con mayor demanda comercial y competitividad, manteniendo siempre la buena calidad y presentación de productos en el mercado.

Organización

Gerencia: Es el área encargada de la toma de decisiones o coordinaciones para mejorar la gestión y administración de las actividades comerciales en el Mercado Campesino El Sol del distrito de castilla, provincia y región de Piura.

Administración: Encargada de supervisar y organizar a los comerciantes para poder mantener siempre una buena organización y orden en los puestos del Mercado Campesino EL Sol, mucho más hoy en

estos tiempos de pandemia del Covid 19 de la cual viene
aprontando el país y el mundo.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1. Definición de financiamiento

Para el autor (Westreicher, 2020). Nos dice que el financiamiento permite a las personas y a las compañías realizar fuertes inversiones es el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito una persona, empresas u organizaciones para que estas lleven a cabo proyectos, para adquirir bienes o servicios, es un motor importante para el desarrollo de los recursos y llevar a cabo su actividad; una de las formas comunes de obtener financiamiento es a través de préstamo o crédito a entidades bancarias. Por lo general, es dinero que debe ser devuelto en el futuro próximo. El financiamiento constituye principalmente en las organizaciones proveedoras del dinero para poder levantar diferentes proyectos de inversiones, en los casos de la microempresa es parte principal para su existencia ya que están proveen flojo de efectivo necesaria para las adquisiciones de capital de trabajo de tal forma que se produzca los ciclos operativos del negocio que generen rentas y ganancias; por ello es fundamental poder observar las perspectivas y los pensamientos del principal actor, la cual el microempresario sobre este principal componente que el poder financiarse es la evidencia en ellos porque sin financiamiento de terceros sería imposible su existencia.

2.3.2. Definición de empresa

Para el autor (Cataño, 2018). La empresa es un sistema social en la que integran un conjunto de personas y medios con la condición de conseguir muchos objetivos, por lo cual para el logro eficaz de estos se necesita organización para que sea posible las coordinaciones coherentes de los medios y personas que forman parte de la empresa. Una empresa cada vez va evolucionando a medida de que pase el tiempo e ir desarrollándose con una realidad empresarial actualizada, por lo cual los sistemas organizacionales empresariales han tenido cambios notables, provocado por la evoluciones por las técnicas que se han producido en los últimos años.

2.3.3. Definición de las mypes

Para el autor (Palacios, 2018). Es una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporcionan bienes o servicios a cambio de un precio que les permite la recuperación de los recursos y la consecución de diferentes objetivos. Una mype está formada con un capital social que además del propio trabajo de su promotor, a un cierto número de trabajadores.

2.3.4. Definición de comercio

Para el autor (Orozco, 2018). Es el “intercambio de un valor fijo por un producto o servicio”. Esta actividad es tan antigua como la humanidad, surgió cuando algunas personas su producción era más de los que necesitaban; sin embargo estas carecerían de otros productos básicos, por lo cual acudían a mercados locales y allí comenzaba el intercambio con

otros productos, llamado esto como el trueque. Pasado en tiempo, apareció la moneda y esta empezó básicamente con la compra y venta de diferentes productos. Esto llevaría a organizarse de dos maras: comercio mayoristas, la cual consiste en el comerciante compre en grandes cantidades; y el comercio minorista, estos son los que compran en pocas cantidades. Esta actividad tiene un papel principal dentro del sector económico porque da empleo a más de 15 por ciento de población activa.

2.3.5. Definición de abarrotes

Para el autor (Ponzales, 2021). Es conjunto de artículos comerciales de abastos o primera necesidad como comidas y bebidas que se puedan comercializar a cambio de dinero.

III. Hipótesis

No aplica

Según el autor (Sánchez, 2019). Nos dice que la investigación cualitativa, descriptiva busca exclusivamente describir situaciones o sucesos no es necesario establecer o aprobar hipótesis debido a que este tipo de trabajo no necesita aprobar determinada hipótesis ya que en este trabajo se trata de describir los hechos de una realidad.

IV. Metodología

4.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo cualitativo dado que se recolecto datos e información para analizar y describir el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes en el Perú de la región Piura y del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

Hernández (2017). En su libro de la metodología de la investigación nos especifica que una investigación cualitativa son las investigaciones de campo que consisten en recolectar los datos de forma directa de los sujetos investigados, o de las realidades donde ocurren los acontecimientos (datos primarios) sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

Nivel de la investigación

Nivel descriptivo es que se utiliza para poder describir la realidad de la situación de financiamiento de las micro y pequeñas empresas del comercio de abarrotes.

Los estudios descriptivos determinan conceptos, a través de una descripción de las características del objeto de estudio, con el fin de establecer sus propiedades sustanciales.

Diseño de la investigación

Tipo cualitativo – nivel descriptivo – diseño no experimental

El diseño de la investigación es denominado: pre-experimental descriptivo

M = O

M = Muestra Formulada por las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

O = Observaciones de la variable: Financiamiento

Pre-experimental

Porque se realiza proporcionando un estímulo sin manipular deliberadamente las variables.

Descriptivo

Porque se recolecto datos e información en su momento con el propósito de describir la variable del financiamiento que es brindar u otorgar servicios de una manera de que busquen financiarse económicamente.

4.2. Población y muestra

La población estuvo formada o constituida por las tiendas del sector comercio rubro venta de abarrotes del Perú en la región de Piura distrito de Castilla Mercado Campesino El Sol, 2020.

La muestra estuvo dirigida a los comerciantes de la venta de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, de la región Piura distrito de Castilla- periodo 2020. Que representan el 100% de la población.

Detalle	Población	Muestra
Empresa: Mercado Campesino El Sol	Tiendas de abarrotes en el Perú de la región Piura distrito de Castilla Mercado Campesino El Sol.	Tiendas de abarrotes de la región Piura, distrito de Castilla. Mercado Campesino El Sol (8 tiendas).
Porcentaje (%)	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operación de las variables

Variable	Definición conceptual	Operación operacional	Indicadores
El Financiamiento	Nos referiremos a los medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la reapertura o funcionamiento de negocio, sea nivel personal u organizacional, será importante acotar la manera más común de obtener financiamiento es a través de un préstamo.	El financiamiento surge de acuerdo a la necesidad de los recursos económicos de la población.	Implica dar a conocer los beneficios que se puede obtener, después de que se realizó el cuestionario.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación se realizó mediante un determinado número de personas que buscan financiamiento, lo cual es conveniente utilizar instrumentos que nos ayuden o permitan registrar la información que nos permita llevar el proceso de una manera didáctica.

4.4.1 Técnicas

Se utilizó la técnica de encuesta.

La encuesta:

La encuesta es una técnica que consiste en recopilar información de la población o muestra, mediante el cuestionario o la entrevista. La recopilación de datos se realizó a través de preguntas que indican los diversos indicadores de la variable o de la línea de investigación.

La encuesta como técnica de investigación de campo tiene el objetivo de recaudar información para definir o identificar el problema y obtener los resultados. La encuesta se realizara de dos formas: La entrevista y el cuestionario (Contreras, 2015).

4.4.2 Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de 24 preguntas.

Es el cuestionario estructurado que se realizó con base a la variable y a los indicadores de estudio, determinando preguntas y sus respectivas alternativas de respuesta.

4.5. Plan de análisis

El análisis se realizó leyendo información sobre financiamiento de las mypes, también se analizan los resultados de la encuesta aplicada siendo tabulada utilizando el programa de Excel el cual ayudo a obtener los resultados del instrumento (encuesta) se llevó a cabo en las empresas del sector comercio de abarrotes del Perú en la región de Piura en el distrito de Castilla AA. HH. Nuevo Horizonte en el Mercado Campesino El Sol, 2020.

Esto nos permito llegar a los resultados, análisis de los resultados y conclusiones. Para llegar a los objetivos se realizó un análisis descriptivo individual de acuerdo a los objetivos planteados.

- Para el objetivo específico N° 01. Se realizó un cuestionario con preguntas acerca de financiamiento a las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol.
- Para el objetivo específico N° 02. Se realizó la descripción de las oportunidades identificadas en las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, de acuerdo al primer objetivo.
- Para el objetivo específico N° 03. Se realizó un análisis y se describió las propuestas de mejora de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, de acuerdo a lo identificado en los objetivos 1 y 2.

4.5. Matriz de consistencia

Tabla N° 1. Título: PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO DEL SECTOR COMERCIO TIENDAS DE ABARROTES DEL MERCADO CAMPESINO EL SOL, PIURA 2020.

PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS		VARIABLE	METODOLOGÍA
	General	Específicos		
¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020?	Analizar propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020. • Describir las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020. • Explicar las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020. 	Financiamiento	<p>Tipo: Cualitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Población y muestra (8) comerciantes de la venta de abarrotes del Mercado Campesino El Sol.</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.7. Principios éticos

En el trabajo de investigación no podemos dejar de hacer hincapié a los principios éticos ya que son normas de deberes y derechos que debemos conocer como seres humanos ya que estos nos ayudan a manejarnos como personas de bien que apoyamos y respetemos a las necesidades de desarrollo, doctrinas y religiones de la humanidad.

Respeto

Es reconocer en uno mismo y en los demás sus derechos y virtudes que tenemos como seres humanos dignos de hacer lo correcto frente a los demás y así establecer un equilibrio en la sociedad viviéndonos más pacientes, comprensivos, responsables y haciéndonos mejores personas tanto como en la vida cotidiana como profesionalmente.

Beneficencia

Obligan al investigador a maximizar los posibles beneficios y minimizar posibles riesgos de la investigación.

Justicia

Derecho a un financiamiento de acuerdo a los recursos del cliente y justos en su totalidad y no generar ciertos factores de riesgos a las personas sobre todo a los que desconocen del tema.

Integridad:

La estudiante se esfuerza por hacer lo correcto en el cumplimiento de sus deberes profesionales. Es responsable y veraz y respeta las relaciones de confianza que establece en su ejercicio profesional.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Respecto al Objetivo Específico N° 1

Establecer las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

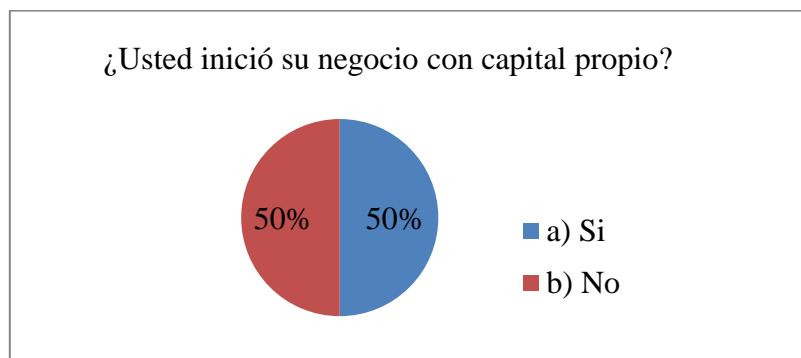
Tabla N° 1 ¿Usted inició su negocio con capital propio?

<i>¿Usted inició su negocio con capital propio?</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	4	50%
b) No	4	50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 1 Inició su negocio con capital propio.



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 1 nos muestra que el 50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol no iniciaron su negocio con capital propio mientras que el otro 50% si iniciaron con capital propio sus actividades comerciales.

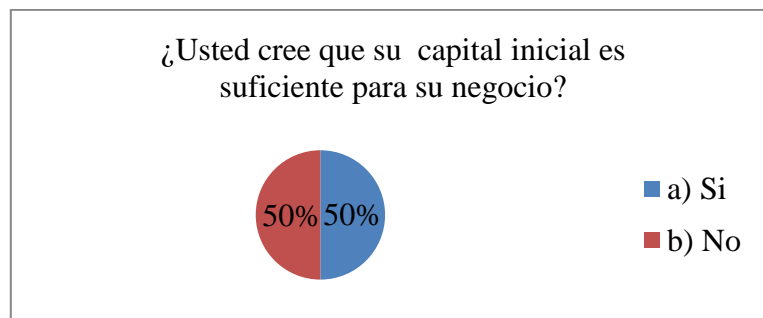
Tabla N° 2 ¿Usted cree que su capital inicial es suficiente para su negocio?

¿Usted cree que su capital inicial es suficiente para su negocio?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	4	50%
b) No	4	50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 2 Su capital inicial es suficiente



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 2 nos muestra que el 50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol creen que no es suficiente su capital inicial para su negocio mientras que el otro 50% considera que sí.

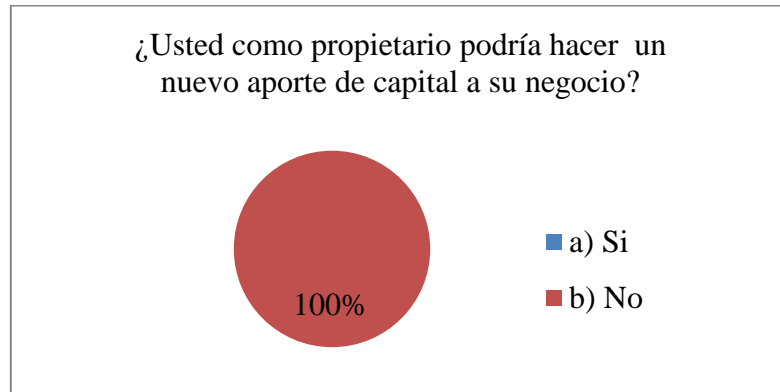
Tabla N° 3 ¿Usted como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital a su negocio?

¿Usted como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital a su negocio?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si		
b) No	8	100%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 3 Como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 3 nos muestra al 100% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol no podría hacer un nuevo aporte de capital para su negocio.

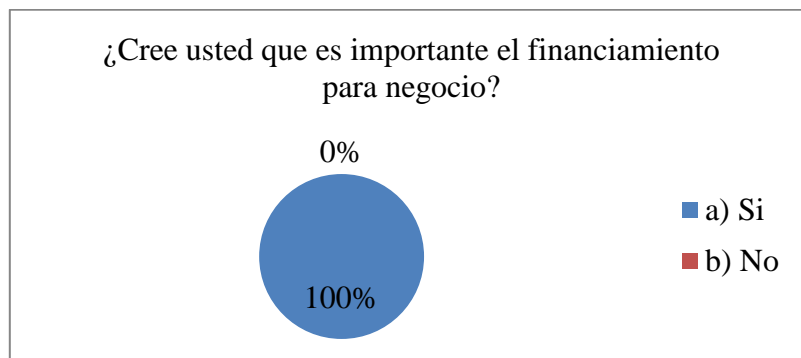
Tabla N° 4 ¿Cree usted que es importante el financiamiento para negocio?

¿Cree usted que es importante el financiamiento para negocio?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	8	100%
b) No		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 4 Es importante el financiamiento para negocio



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 4 nos muestra al 100% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del mercado Campesino El Sol consideran que el financiamiento si es realmente importante para el desarrollo de sus negocios.

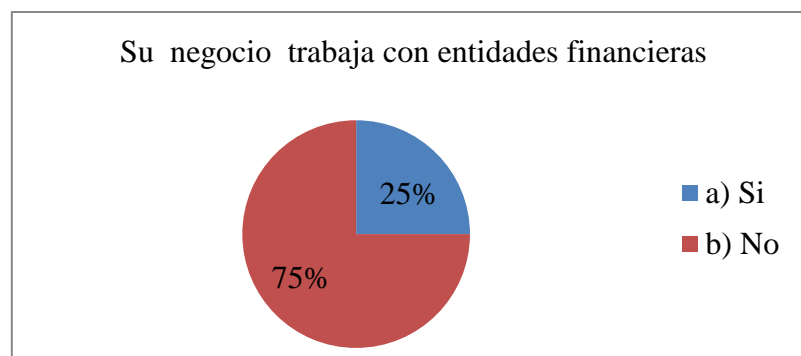
Tabla N° 5 Su negocio trabaja con entidades financieras

<i>Su negocio trabaja con entidades financieras</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	2	25%
b) No	6	75%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 5 Su negocio trabaja con entidades financieras



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 5 nos muestra que el 25% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol nos indica que sus negocios si trabajan con entidades financieras mientras que el 75% dice que no trabaja con entidades financieras.

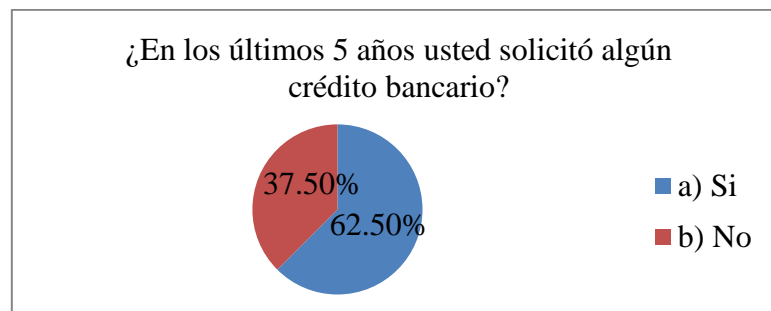
Tabla N° 6 ¿En los últimos 5 años usted solicitó algún crédito bancario?

¿En los últimos 5 años usted solicitó algún crédito bancario?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	5	62.50%
b) No	3	37.50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 6 En los últimos 5 años solicitó algún crédito bancario



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 6 nos muestra que el 62.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol dice que si solicito crédito bancario en los últimos 5 años mientras que un 37.50% dice que no obtuvo o no solicito servicios prestados por los bancos para sus negocios.

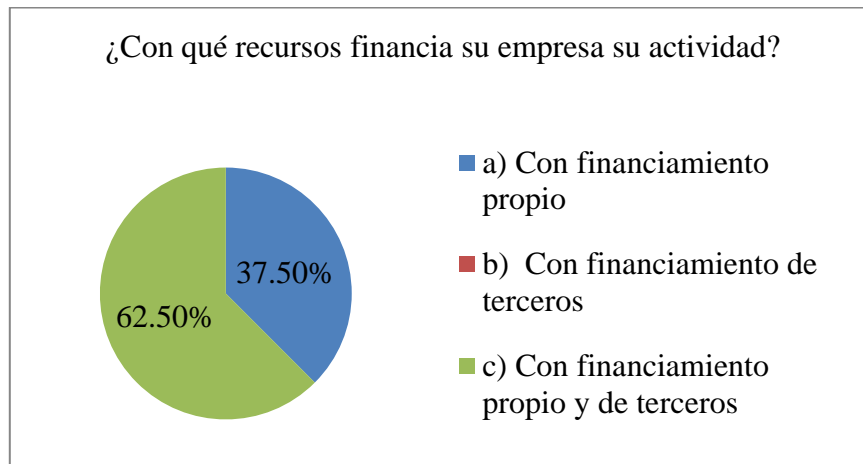
Tabla N° 7 ¿Con qué recursos financia su empresa su actividad?

¿Con qué recursos financia su empresa su actividad?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Con financiamiento propio (autofinanciamiento)	3	37.50%
b) Con financiamiento de terceros		
c) Con financiamiento propio y de terceros	5	62.50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 7 Recursos con los que financia su empresa



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 7 nos muestra que el 62:50 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que su empresa financia su actividad con financiamiento propio y de terceros, mientras que el 37:50% solo con financiamiento propio.

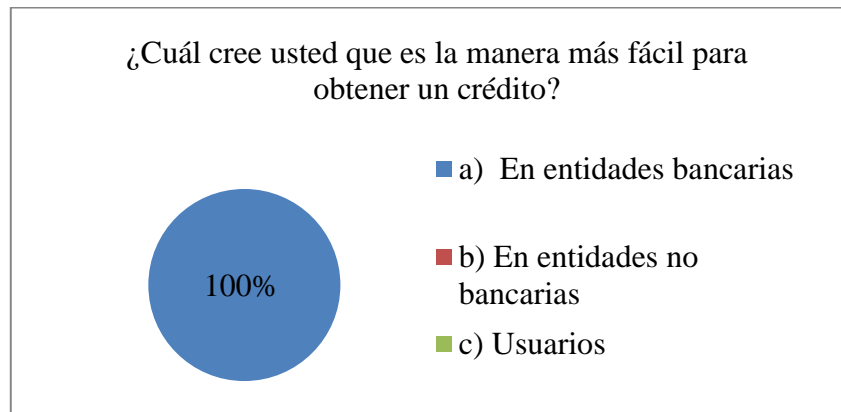
Tabla N° 8 ¿Cuál cree usted que es la manera más fácil para obtener un crédito?

¿Cuál cree usted que es la manera más fácil para obtener un crédito?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) En entidades bancarias	8	100%
b) En entidades no bancarias		
c) Usuarios		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 8 Cuál es la manera más fácil para obtener un crédito



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 8 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que la manera más fácil para obtener o solicitar un crédito es en las entidades bancarias.

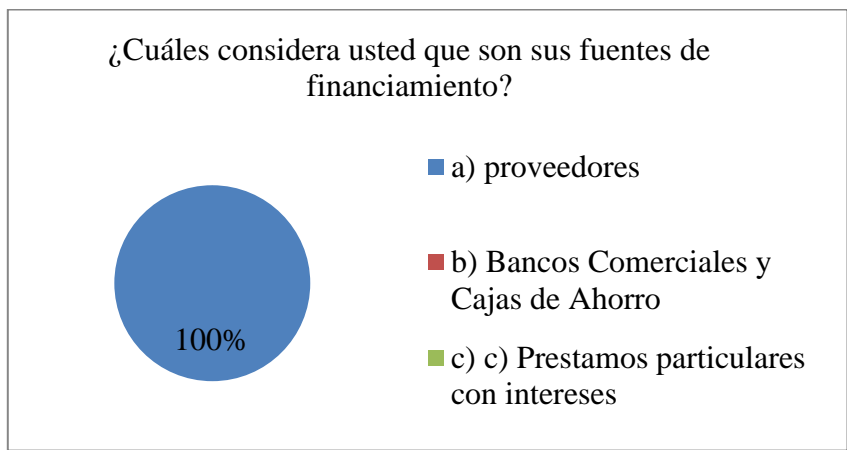
Tabla N° 9 ¿Cuáles considera usted que son sus fuentes de financiamiento?

¿Cuáles considera usted que son sus fuentes de financiamiento?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Proveedores	8	100%
b) Bancos Comerciales y Cajas de Ahorro		
c) Prestamos particulares con intereses		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 9 Cuáles son sus fuentes de financiamiento



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 9 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol consideran que sus principales fuentes de financiamiento son sus proveedores.

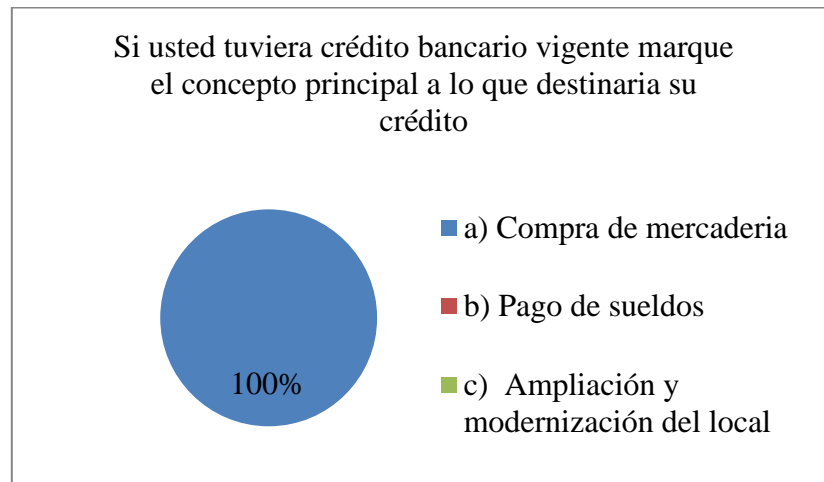
Tabla N° 10 Si usted tuviera crédito bancario vigente: marque el concepto principal a lo que destinaria su crédito

Si usted tuviera crédito bancario vigente marque el concepto principal a lo que destinaria su crédito	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Compra de mercadería	8	100%
b) Pago de sueldos		
c) Ampliación y modernización del local		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 10 Si tuviera crédito bancario



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 10 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que si tuvieran un crédito bancario vigente le utilizarían principalmente para la compra de mercadería.

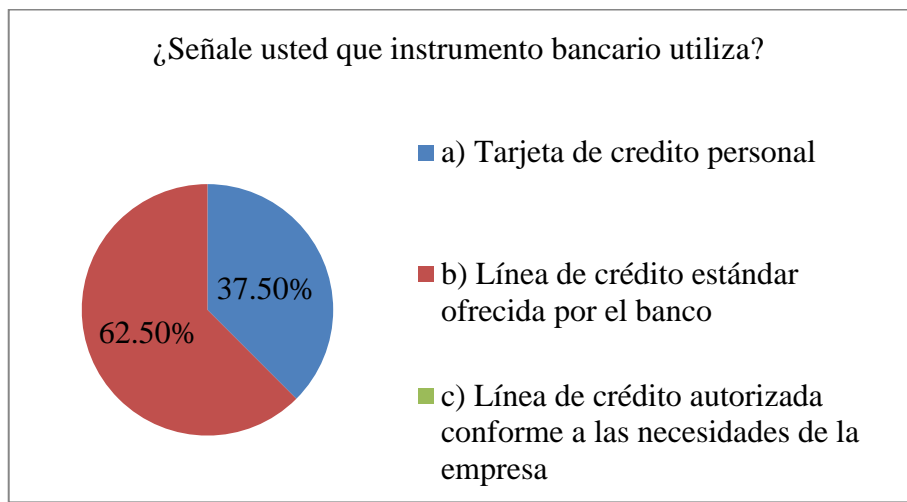
Tabla N° 11 ¿Señale usted que instrumento bancario utiliza?

¿Señale usted que instrumento bancario utiliza?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Tarjeta de crédito personal	3	37.50%
b) Línea de crédito estándar ofrecida por el banco	5	62.50%
c) Línea de crédito autorizada conforme a las necesidades de la empresa		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 11 Que instrumento bancario utiliza



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 11 nos muestra que el 37.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol utilizan tarjeta de crédito personal y el 62.50% línea de crédito estándar ofrecida por el banco.

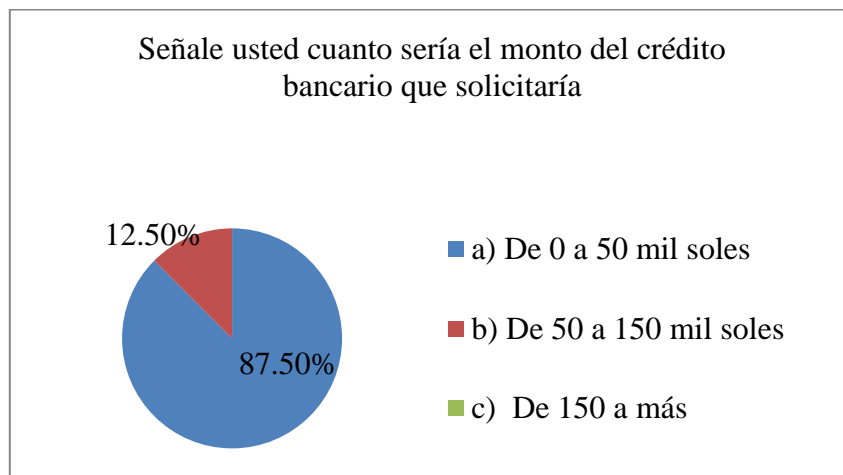
Tabla N° 12 Señale usted cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría.

Señale usted cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) De 0 a 50 mil soles	7	87.50%
b) De 50 a 150 mil soles	1	12.50%
c) De 150 a más		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 12 Cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 12 nos muestra que el 87.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol solicitarían un monto crediticio no mayor a 50 mil soles mientras que el 12.50% nos dice que solicitarían un monto de 50 a 150 mil soles.

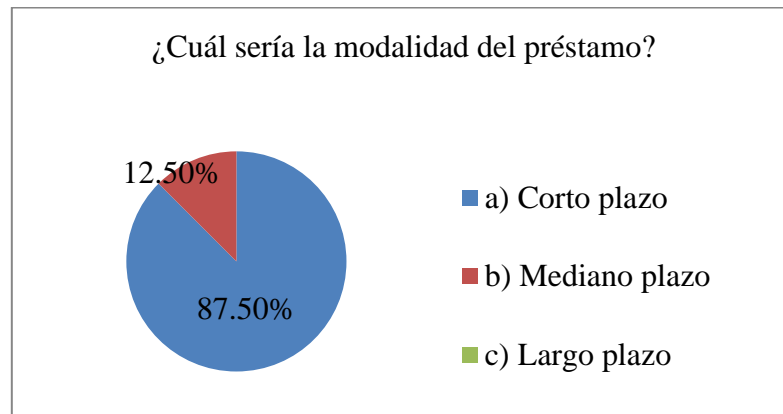
Tabla N° 13 ¿Cuál sería la modalidad del préstamo?

¿Cuál sería la modalidad del préstamo?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Corto plazo	7	87.50%
b) Mediano plazo	1	12.50%
c) Largo plazo		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 13 Cuál sería la modalidad del préstamo



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 13 nos muestra que el 87.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que la modalidad de sus préstamo bancario tendría un corto plazo, mientras que el 12.50% de los dueños dice que la modalidad de su préstamo sería a mediano plazo.

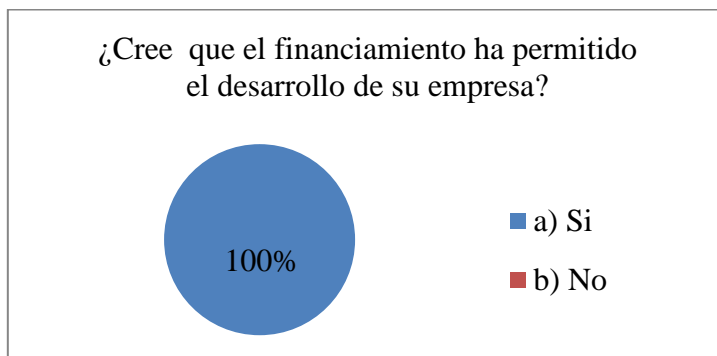
Tabla N° 14 ¿Cree que el financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa?

¿Cree que el financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	8	100%
b) No		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 14 El financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 14 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que el financiamiento ha permitido el desarrollo de sus negocios.

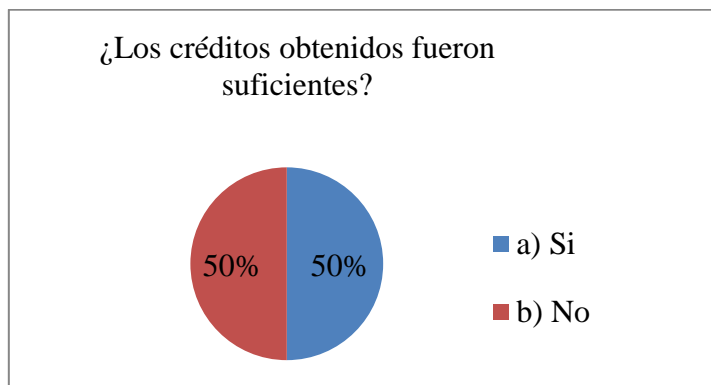
Tabla N° 15 ¿Los créditos obtenidos fueron suficientes?

¿Los créditos obtenidos fueron suficientes?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	4	50%
b) No	4	50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 15 Los créditos obtenidos fueron suficiente



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 15 nos muestra que el 50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que los créditos que obtuvieron si fueron suficientes, mientras que el otro 50% dicen que no o no han solicitado algún crédito bancario.

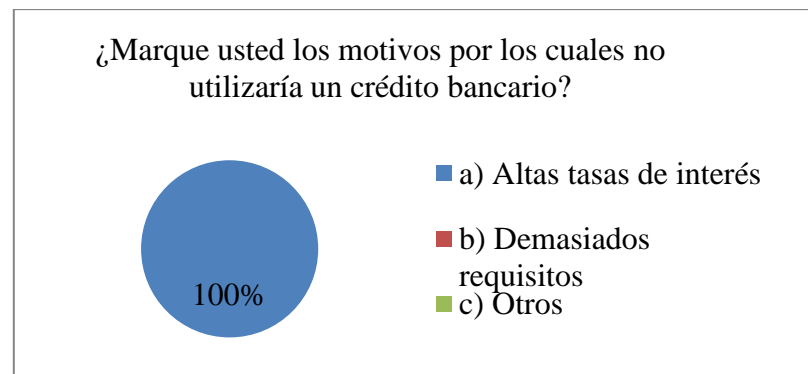
Tabla N° 16 ¿Marque usted los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario?

<i>¿Marque usted los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario?</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Altas tasas de interés	8	100%
b) Demasiados requisitos		
c) Otros		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 16 Los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 8 nos muestra al 100% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que los motivos por los cuales no solicitarían crédito bancario es por las altas tasas de interés que les cobran.

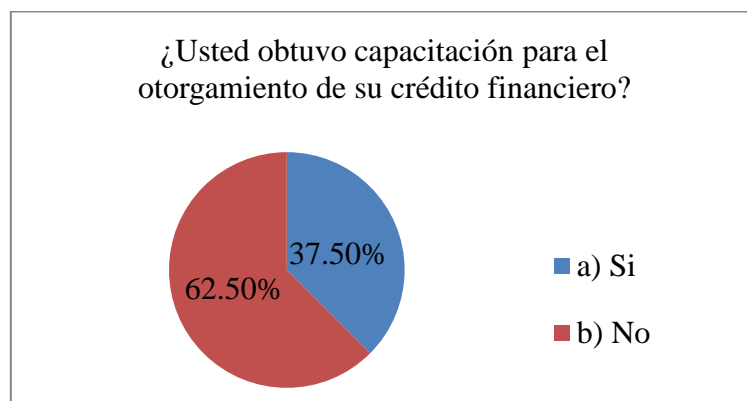
Tabla N° 17 ¿Usted obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito financiero?

¿Usted obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito financiero?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	3	37.50%
b) No	5	62.50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 17 Obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 17 nos muestra que un 37.50 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que si obtuvieron o recibieron capacitación para el otorgamiento de su respectivo crédito financiero, mientras que el 62.50% nos dicen que no recibieron capacitación de la misma.

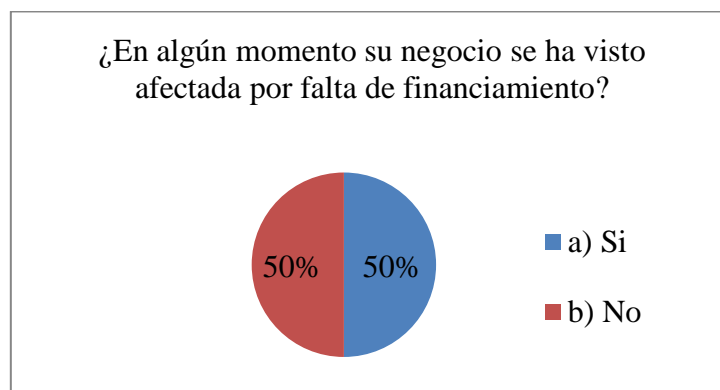
Tabla N° 18 ¿En algún momento su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento?

¿En algún momento su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	4	50%
b) No	4	50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 18 Su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 18 nos muestra que el 50 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que si se han avisto afectadas alguna vez por falta de financiamiento, mientras que el otro 50% dicen que sus negocios no han sido afectados.

Tabla N° 19 ¿Cuál es el desafío que enfrenta actualmente su negocio?

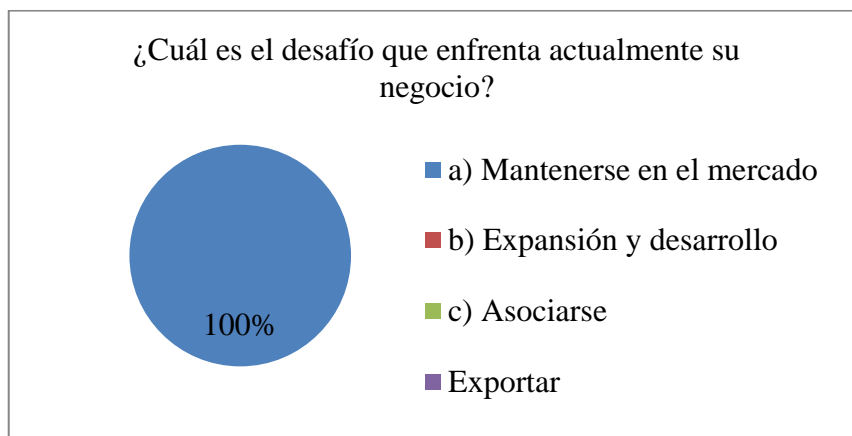
¿Cuál es el desafío que enfrenta actualmente su negocio?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Mantenerse en el mercado	8	100%
b) Expansión y desarrollo		
c) Asociarse		

d) Exportar		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 19 El desafío que enfrenta actualmente su negocio



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 19 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que el desafío que enfrenta actualmente su negocio es continuar mantenerse en el mercado.

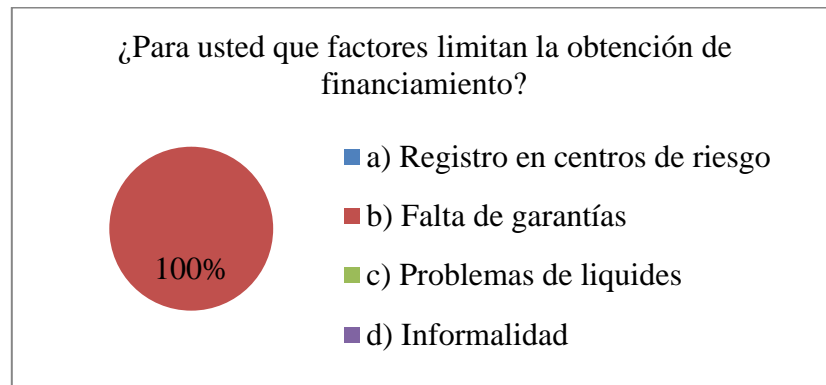
Tabla N° 20 ¿Para usted que factores limitan la obtención de financiamiento?

<i>¿Para usted que factores limitan la obtención de financiamiento?</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Registro en centros de riesgo		
b) Falta de garantías	8	100%
c) Problemas de liquides		
d) Informalidad		
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 20 factores que limitan la obtención de financiamiento



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 20 nos muestra al 100 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que los factores que limitan al solicitar u obtención financiamiento es la falta de garantías para poder solicitar un crédito bancario.

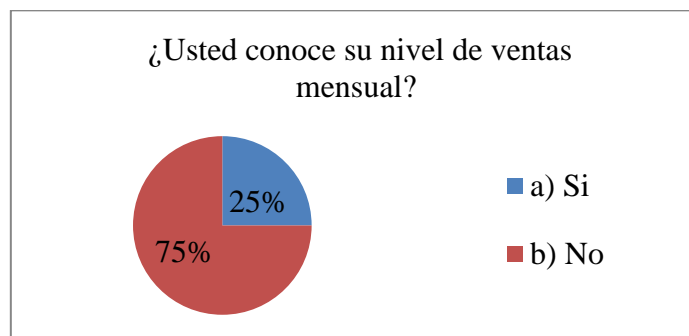
Tabla N° 21 ¿Usted conoce su nivel de ventas mensual?

¿Usted conoce su nivel de ventas mensual?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	2	25%
b) No	6	75%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 21 Conoce su nivel de ventas mensual



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 21 nos muestra que un 25 % de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol si conoce su nivel de ventas mensual, mientras que el 75% dicen que no tienen conocimiento de la misma.

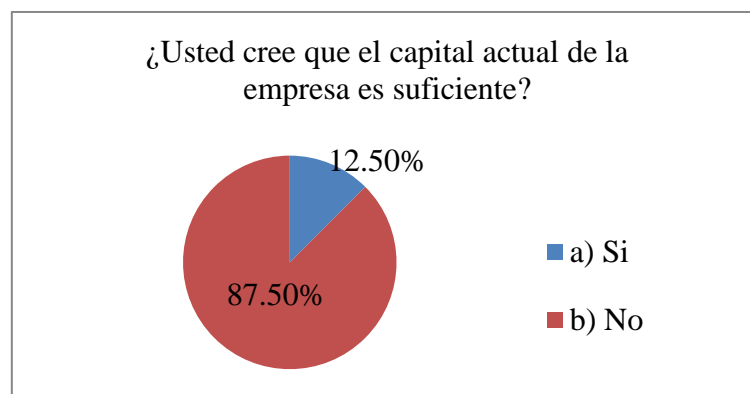
Tabla N° 22 ¿Usted cree que el capital actual de la empresa es suficiente?

<i>¿Usted cree que el capital actual de la empresa es suficiente?</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	1	12.50%
b) No	7	87.50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 22 El capital actual de la empresa es suficiente



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 22 nos muestra que un 12.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que el capital actual de su empresa si es suficiente, mientras que el 87.50% opinan que no es suficiente el capital actual de su negocio.

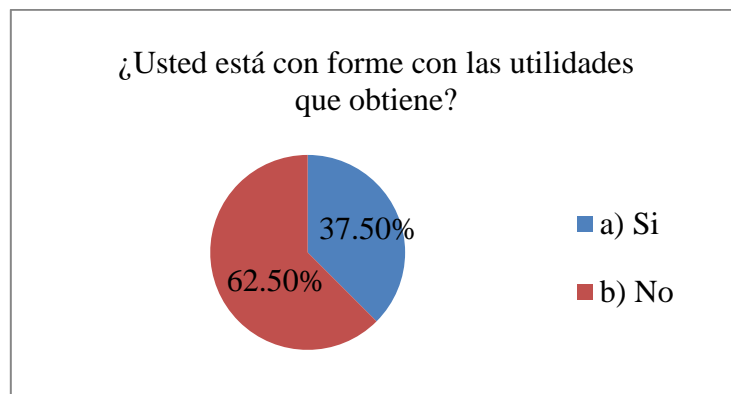
Tabla N° 23 ¿Usted está conforme con las utilidades que obtiene?

¿Usted está conforme con las utilidades que obtiene?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	3	37.50%
b) No	5	62.50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 23 Las utilidades que obtiene



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 23 nos muestra que un 37.50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol dicen que están conforme o si son suficientes las utilidades que obtiene su empresa, mientras que el 62.50% manifiestan que no es suficientes las utilidades que obtienen.

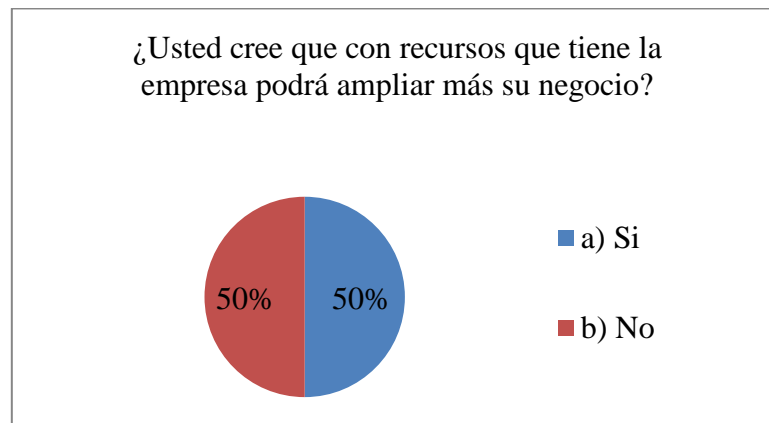
Tabla N° 24 ¿Usted cree que con los recursos que tiene la empresa podrá ampliar más su negocio?

¿Usted cree que con los recursos que tiene la empresa podrá ampliar más su negocio?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	4	50%
b) No	4	50%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico N° 24 Los recursos que tiene la empresa podrá ampliar su negocio



Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico número 24 nos muestra que el 50% de los dueños encuestados de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que con los recursos que obtienen si es posible ampliar más su negocio en el mercado, mientras que el otro 50% manifiestas que no será posible.

Propuestas para mejorar

- Los propietarios no podrían realizar un nuevo aporte a su negocio. Tabla N° 3.
- Los negocios no trabajan con entidades financieras. Tabla N° 5
- Los comerciantes no obtienen capacitación para el otorgamiento financiero. Tabla N° 17
- Su negocio se ha visto afectado por falta de financiamiento. Tabla N° 18
- Los comerciantes desconocen de su nivel de ventas mensual. Tabla N° 21
- El capital que obtienen no es suficiente. Tabla N° 22
- No están conforme con las utilidades que obtienen. Tabla N° 23
- Un cierto porcentaje de las empresas no podrán ampliar más su negocio con los recursos que obtiene. Tabla N° 24

5.1.2. Respecto al Objetivos Específico N° 2

Describir las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

Oportunidades de mejora	Descripción	Propuesta
1. Los propietarios no podrían realizar un nuevo aporte a su negocio.	Las tiendas de abarrotes no obtienen ingresos suficientes para realizar nuevos aportes a su negocio porque llevan aun poco tiempo en el mercado pero ellos tienen la esperanza de que poco a poco	

	seguirán creciendo. Tabla número 3.	
2. Los negocios no trabajan con entidades financieras.	Un gran porcentaje de los propietarios encuestados no trabajan con entidades bancarias por la razón que sus ingresos son bajos y no podrían devolver los servicios prestados por terceros o entidades bancarias. Tabla número 5.	Propuesta 1 Buscar alternativas de financiamiento.
3. Su negocio se ha visto afectado por falta de financiamiento.	La falta de financiamiento se da porque los propietarios no obtienen ingresos suficientes en su negocio, estos recursos solo les alcanza para el sustento diario. Tabla número 18.	
4. Un cierto porcentaje de las empresas no podrán emplear más su negocio con los recursos que obtiene.	Un gran porcentaje de los propietarios de las tiendas de abarrotes encuestados no podrán emplear más sus negocios por la falta de recursos económicos que se presentan. Tabla número 24.	
5. El capital que obtienen no es suficiente	El capital que obtienen no es suficiente para ellos porque consideran que actualmente se encuentran en crecimiento y que en el futuro se tiene que obtener los objetivos trazados. Tabla número 22.	
6. Los comerciante	Los comerciantes deben de llevar un	Propuesta 2.

s desconocen de su nivel de ventas mensual	registro contable ordenado de sus ventas y operaciones realizadas durante todos los meses para poder conocer su nivel de ventas mensual. Tabla número 21.	Trazar alianzas comerciales con proveedores y con clientes que se permitan facilidades de pago.
7. No están conforme con las utilidades que obtienen.	No están conforme porque sus ingresos son bajos por lo mismo que tienen poco tiempo en el mercado. Tabla número 23.	
8. Los propietarios no obtienen capacitación para el otorgamiento financiero.	Los dueños de las tiendas de abarrotes deben de recibir capacitación financiera para poder conocer sobre los beneficios que les brindan al solicitar u obtener un financiamiento crediticio. Tabla número 17.	Propuesta 3 Establecer un cronograma de capacitaciones financieras a los dueños o propietarios.

Elaboración propia

5.1.3. Respecto al Objetivos Específico N° 3

Explicar las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

Primera propuesta: **Alternativas de financiamiento**

Alternativas	Descripción
Mibanco	Es una alternativa para solicitar créditos financieros que brinda atenciones especiales y cercanas a los clientes mediante los asesores que acompañaran en el inicio de su negocio. Los prestamos nacionales especialmente para capital de trabajo y locales comerciales la tasa se interés activa (TEA) es a partir de 14.57% hasta un máximo de 90.12% de tasa efectiva anual actualizado el 10 de abril de presente año (2020).
Caja Piura	Es una de las al alternativa para solicitar recursos o créditos financieros, brinda un trato especial a cada cliente esperando superar sus expectativas de cada uno de sus clientes, otorga créditos desde s/. 500 soles hasta s/. 95.000 soles el interés de la tasa efectiva anual, mínima es de 13% y máximo 35.03 aplicable a créditos contigo mype.
Caja Sullana	Otorga créditos a clientes o no clientes que demanden o necesiten nuevos créditos o recurrentes que tienen iniciativas de desarrollo para las diferentes actividades en este caso para comercio empresarial que ofrece una tasa de

	<p>interés mínima de 20.00% y la tasa máxima es de 68.48% de tasa efectiva anual, aplicable a moneda nacional desde 300 soles a 20 000 soles la tasa variara si el cliente solicita algún tipo de seguro.</p>
<p>Interbank</p>	<p>Es una alternativa bancaria para adquirir servicios de financiamiento y está enfocado a innovar y brindar servicios convenientes a sus clientes, siendo en esta caso las tasas de interés compensativa anual para capital de trabajo a aquellas pequeñas empresas desde 30.00% hasta un máximo de 55.00% en moneda nacional.</p>
<p>Financiación colectiva</p>	<p>Realizar préstamos colectivos a entidades bancarias para poder devolver los servicios adquiridos con mayor facilidad de pago.</p>

Elaboración propia

Cuadro comparativo

Fuentes de financiamiento				
Alternativas de financiamiento	Concepto	Tasas de interés		Moneda
		Mínimo	Máximo	
Mibanco	Préstamos para capital de trabajo y locales comerciales	14.57%	90.12%	Soles
Caja Piura	Tasas de interés efectivas para mypes	13.00%	35.0%	Soles
Caja Sullana	Crédito empresarial para zona norte del país	20.00%	68.48%	Soles
Interbank	Tasa de interés compensatoria efectiva anual	30.00%	55.00%	Soles

Elaboración propia

Se puede apreciar que entre las cuatro alternativas de financiamiento bancario la más conveniente y efectiva para las empresas resultaría la Caja Piura ya que ella es la que aplica una tasa de interés más baja por lo cual resultara más efectiva para la prestación de servicios de acuerdo a sus necesidades que satisfacen la cual permitirá seguir en el mercado empresarial y permitan a la empresa alcanzar sus objetivos, pero sin dejar de lado de tener en cuenta la competitividad en el mundo empresarial.

Segunda propuesta: **Trazar alianzas comerciales con proveedores y con clientes que se permitan facilidades de pago.**

✓ **Alianzas con proveedores**

Alianzas	Definición
1. Definir sus necesidades.	Tener bien definido cuales son las necesidades principales, más importantes y con una buena calidad que abastecen o satisfacen a los consumidores finales; es decir a los clientes de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol para asegurarse de que todos los productos van a ser vendidos y poder devolver los servicios prestados por los proveedores.
2. Identificar aliados potenciales.	Esta alianza consiste en evaluar, identificar y ver cuáles son los productos que son más comprados por los clientes. Entre ellos están los aceites comestibles, aderezos, café, leche, enlatados (atún), bebidas (agua, gaseosas, jugos o brujos), carnes e embutidos, productos de higiene personal, entre otros; esto ayudara a que sus tiendas estén abastecidos de productos que más se consumen sin dejar de lado los productos que son menos consumidos. También están las marcas de los productos que son más comprados o consumidos y muchas de las veces marcas recomendadas.

3. Definir las expectativas comunes	Esta alianza ayuda a evaluar o identificar cuales con los productos comunes más consumidos pero que no dejan de ser importantes para sus negocios de tal manera que no dejaran de ser de mayor interés (afinidad) para los clientes.
4. Mantener viva la relación con los proveedores	Tener y mantener una buena comunicación con los proveedores de los productos ya que ellos son sus principales fuentes de abastecimiento y financiamiento para poder mantenerse en el mercado y seguir creciendo, desarrollándose tanto empresarialmente y económicamente.

Elaboración propia

✓ **Alianzas con clientes**

Alianza	Definición
Buscar clientes	Buscar clientes de confianza con facilidades de pago para poder estar seguro que los productos van hacer vendidos satisfactoriamente.
Los obsequios	Se debe obsequiar productos significativos o con una buena presentación pero no que tengan un costos muy elevado de una forma que afecte sus ganancias (pueden ser chocolates o caramelos), otro seria si se realizan compras superiores a cierto monto. (ejemplo si un cliente realiza un compra superior a s/.50 se le obsequia algo).

Facilidades de pago	Ofrecer las ventas a mitad de precio y la otra mitad establecer un cronograma de pagos con plazo establecido. También sería si se realizan compras superiores a cierto monto y se realice un cierto porcentaje de descuento pero que el monto a cobrar no sea inferior al valor de la adquisición.
Incluir las ventas cruzadas	Esta alianza es de gran ayuda por que consiste en ofrecer productos relacionados con los que busca el cliente, se debe incluir u ofrecer como cualidades complementarias a los productos que se requieran.

Elaboración propia

Se debe de establecer acuerdos y estrategias comerciales para poder llevar de una forma más eficiente lo establecido seriamente con los proveedores y clientes de tal manera que esto ayude a impulsar en crecimiento económico de las mismas fortaleciendo los beneficios lucrativos.

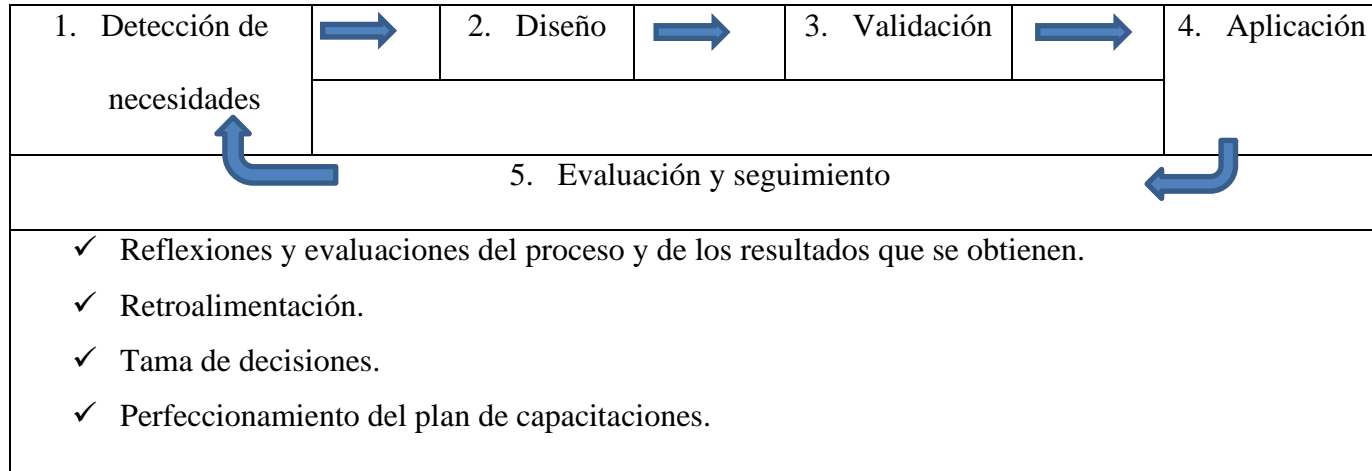
Tercera Propuesta: **Establecer un cronograma de capacitaciones financieras a los propietarios.**

Programación de Capacitaciones Financieras															
N°	Temas a desarrollar	Meses o semanas												Responsable	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Administración y organización	-													Asesor con conocimientos sobre el tema
2	Manejo empresarial		-												Asesor con conocimientos sobre el tema
3	Administración de los recursos monetarios			-											Asesor con conocimientos sobre el tema
4	Buena inversión de un crédito financiero				-										Asesor con conocimientos sobre el tema
5	Gestión de financiamiento					-									Asesor con conocimientos sobre el tema
6	Instrumentos financieros						-								Asesor con conocimientos sobre el tema

Elaboración propia

Se deberá buscar un asesor profesional con conocimientos y/o experiencias sobre los diferentes temas a capacitarse, así podrán enriquecer sus conocimientos y ponerlos en práctica para seguir desarrollándose con mayor efectividad en el mundo empresarial además ayudara a contribuir al desarrollo de nuestro país.

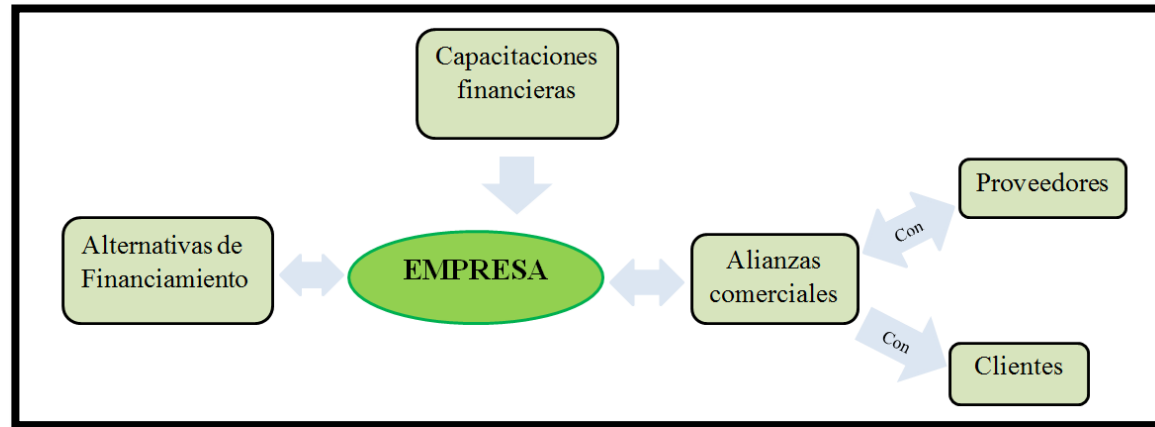
Aplicación de conocimientos



Elaboración propia

1. Detección de necesidades: Las capacitaciones les ayudaran a detectar las necesidades que afronta la empresa para su crecimiento.
2. Diseño: Anotar las necesidades detectadas para poder retroalimentarlas y tomar las respectivas decisiones correspondientes a cada necesidad encontrada en su empresa.
3. Validación: Se deberán validar y evaluar las necesidades detectadas y anotadas para poder tomar las decisiones que se requieran.
4. Aplicación: Se deberá aplicar a la empresa las decisiones tomadas correspondiente a las necesidades que afronta la empresa.
5. Evaluación y seguimiento: Se deberá evaluar y examinar cómo se va desarrollando las decisiones aplicadas a la empresa si están funcionando correctamente o no y poder continuar con el desarrollo empresarial de manera efectiva.

Organigrama Organizacional



La empresa deberá de estar organizada, capacitada y tener bien definida sus alternativas o fuentes de financiamiento de un modo que sean efectivas para su crecimiento y desarrollo operativo empresarial; las capacitaciones deben de ser de acuerdo a las necesidades que sufre la empresa, a medida de que va pasando el tiempo surgen nuevos cambios y que para aquellas empresas que ya tienen experiencia y que se mantienen en constante capacitación y/o tiempo en el mercado es más fácil afrontarlas o adaptarse; las alianzas comerciales deben de ser serias y efectivas tanto como para los proveedores y los clientes, la empresa deberá mantener la buena relación con cada uno de sus aliados que le generan buenos recursos financieros de manera efectiva; que a su vez contribuyen al crecimiento y desarrollo económico de nuestro país.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1. Respecto al Objetivo Específico N° 1

- Las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol actualmente se encuentran con el desafío de mantenerse en el mercado y seguir desarrollándose como empresarios comerciales, pero como en toda empresa siempre existen o se presentan deficiencias para seguir creciendo económicamente, que por supuesto para ello están las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de desarrollo de este sector.
- En las empresas siempre se presentan deficiencias significativas para poder seguir creciendo en el mundo empresarial ya sea la competencia, la forma de la operatividad, por el tiempo que tienen de crecimiento como empresa y tienen que afrontar diferentes desafíos para poder sobre desarrollarse de manera efectiva. Las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol se encuentran en el desafío de mantener el desarrollo económico en el mundo comercial por lo mismo se deben de mantener al margen para continuar con sus actividades.
- Los recursos que las empresas obtienen no son suficientes por lo tanto no podrán extender o ampliar más sus negocios, esto siempre ocurre con las empresas que tienen poco tiempo en el mercado y es casi imposible de encontrar facilidades de apoyo empresarial por miedo de que la empresa pueda fracasar y no poder devolver los servicios monetarios prestados de manera oportuna, al momento de adquirir servicios por terceros o entidades bancarias.

La empresa trabaja con entidades financieras

<i>La empresa trabaja con entidades financieras</i>	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	2	25%
b) No	6	75%
Total	8	100%

Elaboración propia

Fuente: encuesta

Interpretación: Como se puede apreciar en el cuadro un 75% de las tiendas de abarrotes no trabajan con entidades bancarias, una es por lo que llevan poco tiempo en el mercado (3 años) y sus ingresos son bajos para poder solicitar financiamiento a terceros.

- Un 87.50% de las empresas encuestadas consideran que el capital que obtiene su negocio no es suficiente (gráfico 22), esto es uno de los factores de riesgo que tienen y no les permite crecer; por lo mismo el 75% de las empresas no trabajan con entidades bancarias (gráfico 5), la cual se debe optar por una administración de finanzas que pueda garantizar a la empresa que logre sus objetivos y maximice su rentabilidad. Porque un buen flujo de caja no solo dependerá de su crecimiento en su negocio sino también de mantener la supervivencia en el mercado.

5.2.2. Respecto al Objetivo Específico N° 2

- Las oportunidades de financiamiento ayudarán a mejorar las posibilidades y desafíos que afrontan actualmente las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol y poder elegir las oportunidades correctas, las cuales se

deben de poner en acción para contribuir en el desarrollo económico empresarial.

- Los propietarios deberán buscar y evaluar las alternativas de financiamiento de terceros o bancarios que se adecuen a sus posibilidades, las mismas que deben de ser invertidas de una forma responsable para poder seguir con sus operaciones, ampliar más su negocio y trabajar en ellas de manera que sus negocios no se vean afectadas por falta de financiamiento.
- Se debe de tener alianzas comerciales serias con los proveedores debido a que son las principales fuentes de comercialización para realizar sus operaciones diarias, definiendo principalmente cuales son las necesidades principales y/o importantes y más adquiridos por los clientes para poder devolver el servicio prestado en casos que sea al crédito.
- Tener alianzas con clientes responsables que tengan facilidades de pago para no ser afectados y evitar tener clientes morosos en la cartera de clientes, la misma que permitirá poder continuar efectivamente en el desarrollo económico empresarial.
- Para poder continuar y contribuir efectivamente en el mundo empresarial se debe incentivar las capacitaciones constantemente sobre financiamiento e inversiones empresariales a los dueños de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, teniendo encuesta las principales deficiencias y necesidades que tiene su negocio y poder adquirir conocimientos sobre el tema.

5.2.3. Respecto al objetivo específico N° 3

- Las propuestas de mejora deben de contribuir de acuerdo a las necesidades y factores relevantes de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol necesitan y poder mejorar sus recursos económicos en el mundo empresarial.
- Las alternativas de financiamiento deben ser eficientes para las empresas y que ayuden a salir de las necesidades que afrontan para desarrollarse y tener éxito, se debe de tener bien definidas las o la fuente prestadora de servicios crediticos y poder invertir en su negocio, por lo mismo que debe tener definido la inversión del dinero y que tenga claro cómo va a seguir multiplicando sus recursos.

Fuentes de financiamiento				
Alternativa de financiamiento	Concepto	Tasas de interés		Moneda
		Mínimo	Máximo	
Caja Piura	Tasas de interés efectivas para mypes.	13.00%	35.0%	Soles

Fuente: Elaboración propia

Caja Piura es una alternativa que ofrece financiamiento a micro y pequeñas empresas según el cuadro comparativo (página 75) entre las cuatro alternativas de financiamiento bancario Mibanco, Caja Sullana e Interbank tienen mayor porcentaje de interés siendo Caja Piura la que tiene un porcentaje de interés más bajo.

- Tener alianzas comerciales con los proveedores y clientes que les den facilidades de pagos y que contribuyan a una actividad clave para generar

recursos monetarios, que les brinden confiabilidad y contratos necesarios para que el negocio funcione con la garantía de que sea eficaz que de una u otro forma puedan llevar al máximo potencial al desarrollo su negocio ya sea básicamente en un corto o largo plazo según el acuerdo entre ambas que se unen para crecer juntos y alcanzar ventajas competitivas, como de productos, precio, calidad de servicio contribuyendo a crear nuevas oportunidades para su negocio.

- Los propietarios de las tiendas de abarates del Mercado campesino El Sol se deben de mantener en constante capacitación en temas de crecimiento, financiamiento e inversión empresarial, debe aplicar, evaluar y examinar de acuerdo a los conocimientos adquiridos en hechos de operatividad de su negocio. Las capacitaciones permitirán a los empleadores como a empleados a desenvolverse en sus cargos actuales y a futuro y/o ayudaran a que puedan adaptarse a cambios de sus ambiente laboral empresarial.

Lo mencionado coinciden con el autor (Fiestas, 2020). Nos menciona que se debe de incentivar a la empresa tener una cultura financiera, incentivar al gerente a adquirir conocimientos sobre las finanzas o contratar a un personal capacitado, desarrollar pautas para la creación de un plan de negocios y un plan estratégico.

VI. Conclusiones

6.1. Respecto al objetivo específico N° 1

Establecer las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

- 1.** Se concluye que los propietarios de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, se encuentran en el proceso de crecimiento económico muy lento porque tienen poco tiempo (tres años) en el crecimiento e emprendimiento empresarial por ello no podrán realizar un nuevo aporte a su negocio.
- 2.** Se concluye también que un 75% de las tiendas de abarrotes no trabaja con entidades financieras debido a que su principal razón de no solicitar un crédito bancario o financiero es las altas tasas de interés que les cobran, también es importante mencionar que un 62.50% de las empresas que solicitaron financiamiento no recibieron capacitación de ello para poder tener en claro cuánto exactamente se tiene que invertir para obtener excelentes resultados.
- 3.** Por ende se concluye también que un porcentaje de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol se han visto afectadas por falta de financiamientos, se detectó también que los dueños de las tiendas desconocen su nivel de ventas mensual la cual es otra de las oportunidades para poder mejorar.
- 4.** Se concluye que un alto porcentaje de las tiendas de abarrotes encuestadas no es suficiente el capital actual que obtiene su negocio, no están conforme con sus utilidades y por ende no podrán ampliar más su negocio con los recursos que obtienen.

6.2. Respecto al objetivo específico N° 2

Describir las oportunidades del financiamiento que mejoren las posibilidades del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

1. Se concluye que las oportunidades o propuestas de mejora está en optar por buscar alternativas de financiamiento que se adecuen a sus posibilidades y necesidades de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol para poder financiarse de una forma más eficiente para crecer, continuar y mejorar en su proceso de desarrollo económico empresarial.
2. Se concluye que las alianzas comerciales con proveedores y clientes tienen que ser aplicadas de manera correcta sobre todo tener segura la efectividad para poder continuar con un desarrollo económico empresarial solidario, se tiene que tener una sola visión u objetivo de desarrollo empresarial para tener resultados positivos en el futuro.
3. Se concluye que se debe de establecer un cronograma de capacitaciones financieras empresariales a los dueños o propietarios de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol para tener en claro lo que se tiene que realizar para continuar con su desarrollo empresarial llegando a obtener resultados positivos.

6.3. Respecto al objetivo específico N° 3

Explicar las propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

1. La propuesta de mejora de buscar alternativas de financiamiento a terceros o bancarios se tienen que evaluar cada uno para tener la confiabilidad de que los prestamos sean eficientes y sobre todo las altas tasas de interés que los mismo cobran resultando ser uno de los más grandes desafíos que enfrentan las empresas en su proceso de desarrollo empresarial eficaz.
2. La propuesta de trazarse alianzas comerciales con proveedores y con clientes que se permitan facilidades de pago, esto permite que se desarrolle una organización con objetivos claros para poder llegar a una conclusión y resultados rentables para las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol.
4. La propuesta de mejora de establecer un cronograma de capacitaciones financieras a los propietarios de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol con temas que ayudan a mejorar las oportunidades de desarrollo empresarial y aplicar divinamente lo aprendido para mejorar y que al mismo tiempo estarán ayudando también a contribuir el en desarrollo de nuestro país. Coinciden con el autor (Fiestas, 2020) que nos menciona que se debe de incentivar a la empresa a tener una cultura financiera, conocimientos para la creación de un plan de negocios y un plan estratégico.

6.4. Respecto al objetivo general

Analizar propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento del sector comercio tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

Se concluye que un 75% de las tiendas de abarrotes no trabaja con entidades financieras debido a que su principal razón de no solicitar un crédito bancario o

financiero es las altas tasas de interés que les cobran, también es importante mencionar que un 62.50% de las empresas que solicitaron financiamiento no recibieron capacitación de ello para poder tener en claro cuánto exactamente se tiene que invertir para obtener excelentes resultados de acuerdo su capital invertido, por lo mencionado se recomienda tener capacitaciones y evaluar las mejor propuestas de mejora para el desarrolla de su empresa.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

1. Respecto al valor agregado se debe de mencionar a las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol que si existen oportunidades de financiamiento bancarios y no bancarios que son innovadores y que apoyan al emprendimiento y desarrollo de una mejor economía, teniendo la visión de que en el futuro sea un resultado eficiente, además cada dueño de negocio tiene que estar generando nuevas ideas positivas para poder lograr obtener más recursos y que ayuden con el tiempo a hacer posible todos los objetivos planteados ya que de una u otra forma contribuyen al crecimiento económico de nuestro país.
2. Respecto al valor agregado se debe mencionar que los dueños de las tiendas de abarrotes del Mercado Campesino El Sol deben de trazarse alianzas y/o estrategias y acuerdos comerciales serios con cliente y proveedores para tener la certeza de que van a poder tener recursos, de forma que les ayuda a tener la seguridad de que cada cierto tiempo van a tener consumidores y proveedores que de una u otra forma ayudan a satisfacer las necesidades y al desarrollo empresarial fomentando mecanismo de planificación

financiera para poder tomar decisiones proyectadas que generan una rentabilidad empresarial.

3. Respecto al valor agregado se debe de mencionar que los dueños de las tiendas se deben de capacitar cada cierto tiempo con información actualizada y de acuerdo a las necesidades que la entidad requiera para poder estar seguros de que todo está surgiendo bien a lo largo de su desarrollo en el mundo empresarial y que construyan una visión que en el futuro trascienda con una administración empresarial inteligente.
4. Por otro lado de debe de recomendar mantener la buena relación con sus proveedores y clientes, mantener la calidad de atención, el buen servicio a cada uno de los que hacen posible de que la entidad continúe con sus actividades en el mercado y que por otro lado está la competencia de otras empresas del mismo rubro que por lo cual se deben de mantener enfocado en mejorar cada día como empresa.

VII. Referencias bibliográficas

- Andina. (2015).** Beneficios de formalizar tu empresa. Recuperado de:
<https://andina.pe/agencia/noticia-mype-conoce-los-beneficios-formalizar-tu-empresa-569848.aspx>
- Balcazar, P. (2017).** Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercial, en el Rubro de Venta Minorista de Abarrotes, en el Asentamiento Humano Nueva Esperanza, Distrito 26 de Octubre- Piura, Año 2017. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16363>
- Cataño, A. (2018).** Gestión de procesos en las empresas públicas y privadas de Latinoamérica: una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24091>
- Chagerben, L. (2017).** La importancia del financiamiento en el sector microempresario. Recuperado de:
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/354>
- Colombialegalcorp. (2017).** ¿Cómo Se Clasifican las Empresas Según su Actividad Económica en Colombia?. Recuperado de:
<https://www.colombialegalcorp.com/blog/como-clasifican-las-empresas-segun-actividad-economica-en-colombia/>
- ComexPeru. (2020).** Las micro y pequeñas empresas en el Perú. Recuperado de:
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- ComexPerú. (2021).** Crecimiento del Comercio internacional del 8% en 2021 Representa una Oportunidad para las Exportaciones Peruanas. Recuperado de:
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/crecimiento-del-comercio-internacional->

[del-8-en-2021-representa-una-oportunidad-para-las-exportaciones-peruanas](#)

Contreras, Y. (2015). Técnicas e instrumentos de investigación. Recuperado de:

<http://tecnicasdeinvestigacion2015.blogspot.com/>

Domenech, C. (2018). La importancia del comercio nacional. Recuperado de:

<https://blog.izabc.com.mx/la-importancia-del-comercio-nacional>

Escobedo, L. (2019). *Evolución de la Teoría Sobre la Estructura Financiera Óptima*

en las Empresas. Recuperado de: <http://caribeña.eumed.net/wp-content/uploads/palancamiento.pdf>

Fiestas, J. (2020). Propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento en la empresa inversiones Don Rey EIRL. La Unión 2018. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15868>

Gonzales, L. (2021). E-commerce y abarrotos: la economía vista en dos espejos .

Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/E-commerce-y-abarrotos-la-economia-vista-en-dos-espejos-20210226-0016.html>

Gutiérrez, A. (2020). Financiamiento en la Capacitación de los Profesionales en Salud Bajo la Perspectiva del Sector Público, 2016-2018. Recuperado de:

<http://inicib.urp.edu.pe/rfmh/vol19/iss4/8>

Hernández, R. (2017). Metodología de la investigación, 6ta Ed. Recuperado de:

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Jaramillo, E. (2018). Caracterización del financiamiento de las empresas del sector comercial rubro venta de abarrotos en la provincia de Huancabamba en el año

2018. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8842>

Jaramillo, A. (2018). Caracterización de financiamiento y rentabilidad, de las mypes sector comercio, rubro tiendas de abarrotos, en el distrito Tumbes, 2017.

- Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14998>
- Logreira, C. (2017).** Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla - Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/371>
- López, J. (2018).** Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil. Recuperado de: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30172/1/Tesis-Alternativas_de_Financiamiento_para_PYMES.pdf
- Montañez, F. (2019).** Propuestas de mejora de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas nacionales del sector comercio, rubro Abarrotes de la provincia de Yungay, 2019. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15617>
- Orozco, A. (2018).** Economía del comportamiento: conceptos básicos y aplicaciones. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/economia-del-comportamiento/>
- Palacios, A. (2018).** Perú: Situación de las micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <https://www.expreso.com.pe/opinion/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Ramírez, J. (2020).** Clasificación de las fuentes de financiamiento. Recuperado de: <https://grupoverona.pe/clasificacion-de-las-fuentes-de-financiamiento/>
- Rojas, L. (2017).** Situación del Financiamiento a Pymes Y Empresas Nuevas en América Latina. Recuperado de: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1076/FINANCIAMIENTO_APYMESyEMPRESASNUEVAS-00617.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Samir, F. (2019).** Propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Belén, 2019. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11009?show=full>
- Sánchez F. (2019).** Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Recupero de: <https://doi.org/10.19083/RIDU.2019.644>
- Sunat. (2018).** Beneficios generales de las mypes. Recuperado de: <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/beneficios-ser-formal>
- Torres, A. (2017).** Financiamiento Utilizado por las Pequeñas y Medianas Empresas Ferreteras. Recuperado de: <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/133>
- Tranza, A. (2018).** Fuentes de Financiación de Una Empresa. Recuperado de: <https://anatreza.com/fuentes-de-financiacion-empresa/#13-tipos-de-recursos-financieros>
- Volca. (2020).** ¿Qué es el comercio internacional y cuál es su importancia? Recuperado de: <https://volca.com/que-es-el-comercio-internacional-y-cual-es-su-importancia/>
- Westreicher, G. (2020).** Financiación o financiamiento. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

Anexos

Anexo N° 1: Cronograma de actividades

Cronograma de actividades																	
N°	actividades	2019				2020				2021							
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre 1			
		Meses				Meses				Meses				Meses			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x	x	X		X	x	x									
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación				x				X								
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X				X								
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				x				X								
5	Mejora del marco teórico						x	x	X								
6	Redacción de la revisión de la literatura.							x									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)																
8	Ejecución de la metodología							x									
9	Resultados de la Investigación							x	X	x	x	x					

10	Conclusiones y recomendaciones								x	X	x	x	x						
11	Redacción del pre informe de Investigación.												x						
12	Reacción del informe final												x	X	x				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																	X	x
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X	x			
15	Redacción de artículo Científico														X	x			
16	Exposición del informe final																		x

Anexo N° 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.50	50	25.00
• Fotocopias	0.10	50	5.00
• Empastado	5.00	2	10.00
• Papel bom a-4 (500 hojas)	13.00	1	13.00
• Lapiceros	3.00	2	6.00
Servicios			
• Usos de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			159.00
Gastos de viaje			
• Pasaje para recolectar información	12	15	180.00
Sub total			180.00
Total de presupuesto desembolsable			339.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje digital -LAD)	30.00	4	120.00

<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información en base de datos 	35.00	2	70.00
<ul style="list-style-type: none"> Soporte informático (Modulo de Investigación del ERP – University – moic 	40.00	4	160.00
<ul style="list-style-type: none"> Publicación de artículos en repositorio institucional 	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
<ul style="list-style-type: none"> Asesoría personalizadas (5 horas por semana) 	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			252.00
Total (S/.)			652.00

Anexo N° 3: Instrumento de recolección de datos

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD


Cuestionario para empresarios

El presente cuestionario nos permitirá conocer las opiniones de los empresarios acerca de sus necesidades de financiamiento de sus negocios para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Propuestas de Mejora de los Factores Relevantes del Financiamiento del Sector Comercio Tiendas de Abarrotes del Mercado Campesino El Sol, Piura 2020.

La información que se obtenga es confidencial y solamente se utilizará para su análisis con fines académicos.


Sírvase a marcar con un aspa X

SOBRE EL PERFIL DE LA EMPRESA	
a)	Constitución Legal
	a) Persona natural <input type="checkbox"/>
	b) Persona jurídica <input type="checkbox"/>
b)	Estado de la empresa


.....
C.P.E. Victor Manuel Adrianzen Cueva
Mst. N° 07-2428

	a) En actividad	
	b) Estacionaria	
c)	Régimen Tributario	
	a) Régimen General	
	b) Régimen Especial	
	c) Régimen tributario PYME <ul style="list-style-type: none"> • Micro empresa • Pequeña empresa 	
	D) Nuevo RUS	
d)	Tiempo de funcionamiento en el mercado	
	a) 1 a 5 años	
	b) 6 a 10 años	
	c) Más de 10 años	

CARACTERÍSTICAS DE FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA		
1	¿Usted inició su negocio con capital propio?	
	a) Si	
	b) No	
2	¿Usted cree que su capital inicial es suficiente para su negocio?	
	a) Si	
	b) No	
3	¿Usted como propietario podría hacer un nuevo aporte de capital a su negocio?	
	a) Si	




C.P.C. Victor Manuel Adrianza Cueva
Doc. N° 07-2428

	b) No	
4	¿Cree usted que es importante el financiamiento para negocio?	
	a) Si	
	b) No	
5	Su negocio trabaja con entidades financieras	
	a) Si	
	b) No	
6	¿En los últimos 5 años usted solicitó algún crédito bancario?	
	a) si	
	b) no	
7	¿Con qué recursos financia su empresa su actividad?	
	a) Con financiamiento propio (autofinanciamiento)	
	b) Con financiamiento de terceros	
	c) Con financiamiento propio y de terceros	
8	¿Cuál cree usted que es la manera más fácil para obtener un crédito?	
	a) En entidades bancarias	
	b) En entidades no bancarias	
	c) Usuarios	
9	¿Cuáles considera usted que son sus fuentes de financiamiento?	
	a) Proveedores	
	b) Bancos Comerciales y Cajas de Ahorro	
	c) Prestamos particulares con intereses	
10	Si usted tuviera crédito bancario vigente marque el concepto principal a lo que destinaria su crédito	
	a) Compra de mercadería	
	b) Pago de sueldos	
	c) Ampliación y modernización del local	
11	¿Señale usted que instrumento bancario utiliza?	
	a) Tarjeta de crédito personal	




C.P.C. Victor Manuel Adrianza Cueva
 Mst. N° 07- 2428

	b) Línea de crédito estándar ofrecida por el banco	
	c) Línea de crédito autorizada conforme a las necesidades de la empresa	
12	Señale usted cuanto sería el monto del crédito bancario que solicitaría	
	a) De 0 a 50 mil soles	
	b) De 50 a 150 mil soles	
	c) De 150 a más	
13	¿Cuál sería la modalidad del préstamo?	
	a) Corto plazo	
	b) Mediano plazo	
	c) Largo plazo	
14	¿Cree que el financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa?	
	a) Si	
	b) No	
15	¿Los créditos obtenidos fueron suficientes?	
	a) Si	
	b) No	
16	¿Marque usted los motivos por los cuales no utilizaría un crédito bancario?	
	a) Altas tasas de Interés	
	c) Demasiados Requisitos	
	d) otros	
17	¿Usted obtuvo capacitación para el otorgamiento de su crédito financiero?	
	a) Si	
	b) No	
18	¿En algún momento su negocio se ha visto afectada por falta de financiamiento?	
	a) Si	
	b) No	
19	¿Cuál es el desafío que enfrenta actualmente su negocio?	
	a) Mantenerse en el mercado	



C.P.C. Victor Manuel Adrianzen Cueva
 Mst. N° 07- 2422

	b) Expansión y desarrollo	
	c) Asociarse	
	d) Exportar	
20	¿Para usted que factores limitan la obtención de financiamiento?	
	a) Registro en centros de riesgo	
	b) Falta de garantías	
	c) Problemas de liquides	
	d) Informalidad	
21	¿Usted conoce su nivel de ventas mensual?	
	a) Si	
	b) No	
22	¿Usted cree que el capital actual de la empresa es suficiente?	
	a) Si	
	b) No	
23	¿Usted está conforme con las utilidades que obtiene?	
	a) Si	
	b) No	
24	¿Usted cree que con recursos que tiene la empresa podrá ampliar más su negocio?	
	a) Si	
	b) No	



C.P.C. Victor Manuel Adriaen Coev
Nº. N° 07-2422

Anexo N° 4: Modelo de plan de acción

PLAN DE ACCIÓN															
N°	Objetivos	Responsables	Lugar	Meses											
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1	Definición de nuevas estrategias de acción.														
2	Contacto con los proveedores														
3	Contacto con clientes potenciales														
4	Lanzamiento de nuevos productos														
5	Lanzamiento de promociones														
6	Lanzamiento de promociones por redes sociales														
7	Realización de descuentos (por compras superiores a s/ ...)														
8	Evaluación y supervisión de las estrategias de acción ya desarrolladas.														

Fuente: elaboración propia.

Anexo N° 5 Fotografía.



Anexo N° 6 Índice de similitud de antiplagió - Turnitin

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	6%	0%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote	4%
	Trabajo del estudiante	

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		