



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO
SERVICIOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE
TALARA, AÑO 2018.**

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

AUTORA:

AMBAR STEFFANY FALLA ROMERO

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO
SERVICIOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE
TALARA, AÑO 2018.**

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

AUTORA:

AMBAR STEFFANY FALLA ROMERO

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2018**

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Asesora

AGRADECIMIENTO

Esta investigación no se habría podido preparar sin la generosa colaboración de muchas personas y gerentes de las MYPES a quienes expreso un agradecimiento especial.

Le doy gracias a dios por permitirme tener un día más de vida, y bendecirme con el apoyo de mis padres y docentes que son los que me dan una palabra de aliento para seguir adelante y triunfar en la vida.

DEDICATORIA

Definitivamente, Dios, mi Señor, mi Guía, mi Proveedor, mi Fin Ultimo; sabes lo esencial que has sido en mi posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría, que si pudiera hacerla material, la hiciera para entregártela, pero a través de esta meta, podré siempre de tu mano alcanzar otras que espero sean para tu Gloria

A mi abuelo Eugenio Falla Peña, ya que él nos enseñó día a día que la unión familiar es lo más importante, a mis dos ángeles que siempre me cuidan y guían mis pasos, a mi esposo José y a mi hijo Adrián Abdiel, mis padres y hermano que son el motivo de mis esfuerzos, y a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo necesario para la realización de mi tesis.

RESUMEN

La presente investigación denominada Caracterización de la competitividad y financiamiento en las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara, año 2018. Cuyo objetivo general fue Determinar las características de la competitividad y financiamiento en las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara, año 2018. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal. La población fue de tipo finita para ambas variables, en competitividad se consideró como clientes a 6 alcaldes de las Municipalidades y para el financiamiento a los representantes de las 12 MYPE, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario. Se concluyó respecto al nivel de competitividad, las MYPE tienen un conocimiento medio del entorno; cuentan con políticas de funciones; con certificaciones; materias primas o insumos de calidad; mantienen adecuadas relaciones con los clientes; y personal medianamente capacitado; respecto a las ventajas competitivas; que la mayoría de MYPE cuentan con precios bajos; la mitad presentan costos de producción bajos; la mayoría de productos o servicios presentan valor agregado; existe ventaja en calidad de productos o servicios; y exclusividad. Respecto al acceso al financiamiento; que las MYPE en su mayoría cumplen con los requisitos para acceder a financiamiento, no presentan cartas fianzas en instituciones financieras; cuentan con créditos generados por cuentas corriente; necesidad de financiamiento externo; y garantías para financiamiento. Respecto a las fuentes de financiamiento; las MYPE son autofinanciadas; presentan créditos con proveedores; poseen créditos en instituciones bancarias generalmente a mediano plazo.

Palabras Clave: Competitividad, Financiamiento, MYPE, Servicios Generales.

ABSTRACT

The present investigation denominated Characterization of the competitiveness and financing in the MYPE rubro general services of the province of Talara, year 2018. Whose general objective was to Determine the characteristics of the competitiveness and financing in the MYPE rubro general services of the province of Talara, year 2018. The research methodology of descriptive type, of quantitative level and with non-experimental cross-sectional design, was used. The population was of finite type for both variables; in competitiveness, 6 mayors of the Municipalities were considered as clients, and for the financing of the representatives of the 12 MSEs, the survey technique was used, using the questionnaire as an instrument. It was concluded regarding the level of competitiveness, the MSEs have a medium knowledge of the environment; Feature policies; with certifications; raw materials or quality inputs; maintain adequate relationships with customers; and moderately trained staff; regarding competitive advantages; that most MSEs have low prices; half have low production costs; most products or services present added value; there is an advantage in the quality of products or services; and exclusivity. Regarding access to financing; that MSEs mostly meet the requirements to access financing, do not present letters of guarantee in financial institutions; they have credits generated by current accounts; need for external financing; and guarantees for financing. Regarding the sources of financing; MSEs are self-financed; present credits with suppliers; they have loans in banking institutions generally in the medium term.

Keywords: Competitiveness, Financing, MYPE, General Services.

TABLA DE CONTENIDO

<i>JURADO EVALUADOR Y ASESOR</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>TABLA DE CONTENIDO</i>	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>ix</i>
<i>I. INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>II. REVISIÓN DE LITERATURA</i>	<i>13</i>
<i>2.1 Antecedentes</i>	<i>13</i>
<i>2.2 Marco teórico</i>	<i>29</i>
<i>2.2.1 Teoría de Competitividad</i>	<i>29</i>
<i>2.2.2 Teoría de Financiamiento</i>	<i>34</i>
<i>III. HIPÓTESIS</i>	<i>40</i>
<i>3.1 Hipótesis</i>	<i>40</i>
<i>IV. METODOLOGÍA</i>	<i>41</i>
<i>4.1. Diseño de la investigación</i>	<i>41</i>
<i>4.2.- Población y Muestra</i>	<i>42</i>
<i>4.3 Definición y operacionalizacion de variables</i>	<i>45</i>
<i>4.4. Técnicas e instrumentos</i>	<i>47</i>
<i>4.5 Plan de análisis</i>	<i>47</i>
<i>4.6 Matriz de Consistencia:</i>	<i>48</i>
<i>4.7 Principios éticos.</i>	<i>50</i>
<i>V. RESULTADOS</i>	<i>51</i>

<i>5.1 Resultados de la encuesta</i>	51
<i>5.2 Análisis de los resultados</i>	62
<i>VI. CONCLUSIONES</i>	80
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	81
<i>ANEXOS</i>	84
<i>Cuestionarios</i>	85
<i>Validaciones</i>	89
<i>Matriz de instrumentos</i>	98
<i>Libro de códigos</i>	102
<i>Constancia de Turnitin</i>	106
<i>Constancia de no Adeudo</i>	107
<i>Cartas de presentación a Municipalidades</i>	108
<i>Testimonio de una empresa Rubro Servicios Generales</i>	113
<i>Fotos de Evidencia</i>	114

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Conocimiento del entorno</i>	51
<i>Tabla 2 Políticas de funciones o actividades</i>	51
<i>Tabla 3 MYPE con certificaciones</i>	52
<i>Tabla 4 Materia prima e insumos de calidad</i>	52
<i>Tabla 5 Relaciones con clientes</i>	53
<i>Tabla 6 Personal capacitado</i>	53
<i>Tabla 7 Comunicación oportuna con clientes</i>	54
<i>Tabla 8 MYPE con precios bajos</i>	54
<i>Tabla 9 Costos de producción o servicios bajos</i>	55
<i>Tabla 10 Productos o servicios con valor agregado</i>	55
<i>Tabla 11 Valor agregado según expectativas del cliente</i>	56
<i>Tabla 12 Ventaja en calidad de productos o servicios</i>	56
<i>Tabla 13 Exclusividad de productos o servicios</i>	57
<i>Tabla 14 Requisito para acceso a financiamiento</i>	57
<i>Tabla 15 Necesidad de financiamiento</i>	58
<i>Tabla 16 Créditos generados por cuenta corriente</i>	58
<i>Tabla 17 Garantía de financiamiento</i>	59
<i>Tabla 18 Cartas fianzas en instituciones financieras</i>	59
<i>Tabla 19 Autofinanciamiento</i>	60
<i>Tabla 20 Créditos de proveedores</i>	60
<i>Tabla 21 Créditos en instituciones bancarias</i>	61
<i>Tabla 22 Créditos en instituciones microfinancieras</i>	61
<i>Tabla 23 Tipo de financiamiento (Tiempo)</i>	62

Tabla 24 Fuentes de financiamiento..... 62

I. INTRODUCCIÓN

En la economía moderna, los estudios y estudios relacionados con MYPE se han asociado con su importancia vital; se refleja en la fuerte presencia que los recursos laborales deben proporcionar, que forman la base de la cuestión social.. (Cohen & Baralla, 2012)

Zevallos (2010) sostiene que las MYPE son actores económicos clave para apoyar el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte importante de la población y la economía depende de la actividad y el rendimiento del negocio porque tiene una capacidad reconocida para crear empleos y participar en la producción.

CEPAL (2013) afirma que las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (PYME) son actores económicos importantes, ya que una gran parte de la población y la economía dependen de su actividad y desempeño. En la Unión Europea, América Latina y el Caribe, alrededor del 99% de las empresas con una participación significativa en el empleo (67%) y activas en una amplia gama de industrias manufactureras y de procesamiento representan a las pequeñas y medianas empresas. servicios.

Actualmente, existe un acuerdo sobre el papel básico de MYPE en la estructura económica de Perú y otros países de América Latina. Por un lado, su importancia es cuantitativa porque representa el 98.6% de todas las empresas en Perú, contribuyendo aproximadamente el 42.1% de la producción nacional (Micro y Pequeña Empresa Nacional, 2006) al 88% del empleo (Ministerio de Trabajo y Empleo, 2008). En Perú, varios factores explican la importancia de este tipo de unidades.

Lira (2009) Las PYME y MYPE en el Perú se estima que son más del 95%, lo que contribuye el 42% del PIB, Por lo que genera más del 75% del empleo privado aumentando así la cadena de producción y esto permite la libertad de creatividad en un medio que no encontró ningún tipo de restricciones.

Las MYPE son consideradas motores del crecimiento económico en Perú, que permitió mantener la demanda interna en las crisis recientes, Los sectores que hacen parte del crecimiento (comercio exterior) son la cadena de exportación y el sector de la construcción. Por lo tanto, la importancia de las Mype en el desarrollo nacional está una vez más clara. (Mifflin, 2011)

Las características comerciales y administrativas de la Mype incluyen el hecho de que son independientes; Por lo general, son operadas y dirigidas por sus dueños; Su impacto en el mercado no es significativo; y su área de operación es relativamente pequeña, especialmente local. (Yamakawa, Castillo, Baldeón, Espinoza, Granda, & Vega, 2010)

La mayoría de las pequeñas y medianas empresas (MYPE) cree que uno de los mayores problemas encontrados son los fondos para iniciar un negocio, que necesitan para remediar situaciones deficientes en su flujo de caja o expandir su negocio. En uno de estos casos, tienen problemas para obtener dinero. (Lira, 2009)

En el país hay miles de empresarios que necesitan apoyo en áreas como el desarrollo de capacidades y en el entrenamiento del personal con el fin de lograr un mejor retorno sobre el flujo de sus fondos de inversión y esto le permitirá a las MYPE, un acceso a las micro finanzas y al descubrimiento de nuevos mercados.(García, 2011)

a) Caracterización del problema de investigación

Al analizar el entorno externo o el macro entorno, Perú ha experimentado un período de estabilidad económica y democrática en las últimas dos décadas. Esto ha permitido un tratamiento prudente y sensato de la economía peruana, con crecimiento y disminución, con apoyo a la inversión, con liberalización comercial (17 TLC lo garantiza) y estabilidad macroeconómica. (Ferrero, 2015)

Desde el punto de vista legal, la modificación de la “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas y Acceso al Trabajo Decente”, conocida como la Ley MYPE, permitirá que las empresas de este sector se formalicen en el 2014, según lo estima la Sociedad Peruana de Pymes. (Panizo, 2014)

La nueva ley sobre micro y pequeñas empresas, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1086 es un estándar integral que regula no solo el aspecto laboral, sino también los procedimientos administrativos, impositivos y sociales que durante más de 30 años se han convertido en obstáculos para la formalización de este importante sector de la economía nacional.

De acuerdo con la Ley N°30056 en el Artículo 1, establece que esta ley tiene por objeto establecer un marco legal para promover la competitividad, la formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), desarrollando así políticas generales y desarrollar instrumentos de apoyo y promoción que fomenten la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados nacionales y extranjeros, y otras políticas que promuevan los negocios y posibiliten la mejora de la organización empresarial, así como el crecimiento continuo de estas unidades económicas.

Por otro lado, el artículo 5 tiene en cuenta las siguientes características para considerarse: 1. Microempresa: volumen de negocios anual hasta un máximo de 150 UIT. 2. Pequeñas empresas: ventas anuales de más de 150 UIT y hasta 1 700 UIT. 3. Mediana Empresa: un volumen de negocios anual superior a 1700 UIT y un máximo de 2300 UIT.

Entre las medidas propuestas para el impuesto de amnistía, donde las empresas con deuda (con intereses y penalidades) con SUNAT disminuyen significativamente (de hecho, las menores de 1 UIT desaparece inmediatamente y hasta 50%). El RUS también se modificó y solo las empresas que vendan S / . 96,000 por año pueden ingresar a este sistema (antes era hasta los S/.360,000). Pero quizás la tasa impositiva más sorprendente sea la creación del régimen impositivo MYPE. A diferencia del RUS y del Régimen Especial a la Renta (RER, que recauda el 1,5% de la facturación como IR), RMT representaron el beneficio neto y tiene dos escalas: las empresas que tienen ingresos de menos de 15 UIT (S/. 60,750) pagan el 10% de impuestos. Mientras que aquellos que tienen por arriba de esta cantidad pagarían el 29.5% al igual que las grandes compañías.. (Jiménez, 2016)

En cuanto al Régimen Laboral de las MYPE ,Castillo (2016) señala que el Artículo 50° de la Ley MIPYME contenida en el artículo 41 de la ley MYPE , que tiene como objetivo promover la formalización y desarrollo de las MYPE y mejorar las condiciones de "disfrute efectivo "de los derechos laborales de los trabajadores.

Por otro lado, el Artículo 46 de la MYPE, el texto es idéntico al artículo 38 de la ley MYPE, para lo cual hace hincapié en que esta ley se aplica a todos los trabajadores que pertenezcan a este Régimen Laboral privado , que presten servicios en las micro y pequeñas empresas, así como a sus conductores y empleadores.

En relación con factores económicos, La publicación de América Economía, el presidente de Perú, Pedro Pablo Kuczynski, dijo que la reactivación de la economía del país era difícil debido al gran déficit fiscal heredado por el gobierno anterior. El objetivo es aumentar la economía de la ciudad de Peruana a través del trabajo en el campo de la infraestructura y la mejora de algunos de los metales producidos en el país nos ha permitido aumentar los ingresos del país. En estas circunstancias, el crecimiento de Perú es de 3.9% y 4% en 2016, y se espera que sea de 4.5% o 5% en 2017, mientras que el banco central es más cauteloso en sus proyecciones, con 4.3% en 2017. La tasa de referencia es 4.25% y mantiene el área objetivo para inflación de 3%. (América Economía, 2017).

Piura es la quinta economía más grande de Perú. La economía (como resultado de la disminución de la producción de hidrocarburos) disminuyó en el 2015 y se mantuvo negativa hasta 2016. En los últimos dos años, los sectores más dinámicos están asociados con los no primarios (construcción, servicios y comercio). Hasta el momento, se han realizado recortes oficiales de empleos en 2016 para reducir el empleo en el sector de la minería, la manufactura y el comercio. Los factores que aumentarán el crecimiento en los próximos años están relacionados con la implementación de proyectos de infraestructura (Talara, Alto Piura y Autopista del Sol). (BBVA Research, 2016)

De acuerdo con Gestión (2017), Macro Región Norte registró una tasa de inflación de 1.8%. Piura, La Libertad y Lambayeque son regiones que superaron la inflación promedio de la Macro Region en 2.9%, 2.1% y 1.9% en el mismo mes. El resultado del Índice de Precios al Consumidor IPC en esta parte del país se debe principalmente a los alimentos y bebidas, que aumentaron un 3,7%. Mientras que los IPC en Piura, Tumbes y Cajamarca fueron algo menores (3.2%, 2.9% y 2.6%).

El crecimiento económico anual promedio durante el período 2008 - 2015 fue del 5.0%. De acuerdo con los datos del INEI para 2015, la Contribución de Piura al Valor Agregado Bruto (VAB) es 3.9%. En la estructura de fabricación del departamento, el sector de servicios representa el peso relativo más alto, que representa el 38,5% del total. Luego, en orden de importancia, la actividad manufacturera fue del 14.9% y el comercio fue del 14.1%. Además, la población económicamente activa (PEA) en 2012 fue de 898,3 mil personas; Cabe señalar que el 31% pertenece al sector primario (agricultura, pesca y minería) y el 26,7% al sector de servicios. La tasa de desempleo en Piura es del 5.3%. (Banco Central de Reserva del Perú, 2016)

De acuerdo con el Banco Mundial; en los últimos 15 años y por primera vez se ha encontrado que Perú tiene un nivel de ingreso per cápita. Los residentes que siguen esta tendencia son muy similares a los de otros países que ya tienen una población de altos ingresos, como Chile o Malasia. (Gestión, 2015)

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Hogares, ENAHO del INEI se encuentra que entre tres de diez peruanos son de clases medias. La clase media se tuvo en cuenta para las familias con un ingreso diario per cápita de entre US\$ 10 y US\$50 (ppc). A nivel nacional, la clase media ha visto un aumento significativo en los últimos cuatro años de 7,6 millones a 10,4 millones entre 2011 y 2015, un aumento así el 36,5%. Piura tiene el 21% de la población en la clase media. La expansión de la clase central ha sido más lenta en los últimos años. En 2015, el crecimiento fue solo del 3%. (Semana, 2017)

En cuanto al tipo de cambio de Díaz (2017), el informe de bancos de reporte semanal de Scotiabank , muestra una proyección donde el sol se ubica en Perú por

S/.3.30. La proyección es de S/. 3,25 a fines de 2017, con fluctuaciones y caídas en el volátil mercado de valores.

Con respecto a los factores socioculturales; La provincia de Talara es una de las ocho provincias que integran el departamento de Piura de la Región de Piura. Al norte limita con el departamento de Tumbes, al este de la provincia de Sullana, al sur de la provincia de Paita y al oeste del Océano Pacífico. La provincia tiene una superficie de 2,799.49 kilómetros cuadrados y está dividida en seis distritos: Pariñas, El Alto, La Brea, Lobitos, Orgános y Máncora.

Talara se encuentra en tierra de Tablazos desérticos y densos bosques de algarrobos , todavía habitado por quebradas casi siempre secas. Algunas de las playas más visitadas en esta parte de la costa son Mancora, El ñuro, Los Organos y Cabo Blanco. Pero no piense que solo Talara tiene playas, también tienen la mayor cantidad de recursos petroleros. (Valderrama, 2005)

Talara se encuentra ubicada en la zona norte del país. Tiene un clima tropical y seco, con una temperatura promedio anual de 24°C, llegando en el verano hasta los 40°C. Posee amplios tablazos desérticos y densos bosques de algarrobo que pueblan quebradas siempre secas.

Se conforma por las provincias del mismo nombre, su ubicación es al noroeste del departamento, claramente asociado a las actividades mineras e industriales a lo largo de la costa, en especial las actividades de pesca (extracción, congelación, harina, aceite y conservas de pescado) ,Petrólicas y sus derivados (refinería de Talara se encuentra), playas turísticas. (Gobierno Regional Piura, 2013)

De acuerdo con el censo en la provincia de Talara, en 2015 se actualizó en 2015, 132,695 personas, incluyendo 67,439 mujeres, lo que representa 50.82% de la

población y 65,256 mujeres, lo que representa un 49,18% de la población.(Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2009)

Talara tiene muchas atracciones turísticas, siendo la ciudad más significativa, hermosa y agradable a lo largo de la costa. La actividad turística es la tercera actividad más importante de la provincia. Gracias al clima tropical, gente amable y sus playas es un destino turístico muy popular en el país durante el sol constante, sobre todo en verano, en los meses de diciembre a febrero puede alcanzar los 38 grados. (Municipalidad Provincial de Talara, 2012)

Es una provincia concurrida por sus hermosas playas, famosas por su pesca deportiva y surf. La provincia es famosa por sus playas como es Cabo Blanco, Los Organos, Mancora y Ñuro. En cuanto a las celebraciones, 04 fiestas se consideran más importantes, la primera es el 20 de enero: la celebración de San Sebastián; 16 de marzo: aniversario de la creación de la provincia; 29 de junio: San Pedro; y 8 de diciembre: Inmaculada concepción (Gobierno Regional Piura, 2013)

Las festividades por el aniversario de Talara, se cuenta con un programa completo de celebraciones con diversos eventos culturales y artísticos. Se organizan festivales populares, eventos artísticos, concursos gastronómicos, eventos religiosos, giras y bailes populares. La celebración comienza con la serenata provincial el 15 de marzo en Campo Ferial con la participación de artistas locales, regionales y nacionales. El día 16 de marzo, la ceremonia comienza con la misa de Te Deum en la iglesia parroquial de La Inmaculada. Luego se levantará la bandera nacional y la bandera de Talara y se realizará una gira civil-militar. (Adonde.com el buscador del Perú, 2017)

Históricamente, la provincia de Talara de la economía se asoció con la extracción de petróleo y gas, aunque sus primeros habitantes fueron Tallanes, que se

asoció con la pesca y la agricultura. Talara es una de las provincias con mayor producción de petróleo en el país , en la década de los 60, llegó a producir más del 90% del petróleo de Perú.

La ciudad tiene una refinería de Talara y un almacén más grande de crudo en la costa norte de Perú. Además de la industria petrolera, Talara está desarrollando otras actividades como la pesca que es el ingreso económico de muchos Talareños donde se proporcionan de recursos marinos como materia prima para elaborar sabrosos platos elaborados a base de pescado .

El número de personas que participan en una actividad económica suele ser de entre 14 y 65 años. La PEA se registra de acuerdo con el nivel de actividad económica; tanto a Talara como a nivel de departamentos , PEA se concentró en el comercio con un 16,1% ,Seguido de la actividad de hoteles y restaurantes y en menor proporción en electricidad, gas y agua dando así como resultado 0,2% ;comparando así con el resultado de Piura con un 15,2% en la actividad de comercio y sólo 0,5 para actividades de electricidad, gas y agua. (Cavero, 2013)

El Proyecto de Modernización de la Refinería Talara (PMRT) es el proyecto de energía más grande en Perú. PetroPerú S.A. Técnicas Reunidas España y es responsable de la construcción de otras 16 unidades de tratamiento y herramientas de capacidad y rendimiento para la producción y desulfurizador de combustibles que permiten el Procesar Petroleo pesado de la Selva que constituyen las reservas principales del Peru. Actualmente hay unas 3.002 personas en el mercado laboral, de las cuales el 96% es mano de obra no calificada y el 31% calificada . El Perú considera de que el proyecto Vaya Avanzado y que a mediados de año contar con 4,000 trabajadores y los medios de julio a partir de 2017 con alrededor de 6000. (Barreda, 2016)

A nivel del micro entorno, las MYPE cuentan con capital Bajo, debido a que están ligados al financiamiento, ya que realizan un financiamiento de acuerdo al pedido del cliente, lo que permite también no tener mucho stock de productos, el poder de negociación de los proveedores es medio ya que existen productos alternativos con las características solicitadas de diversas marcas. Los principales proveedores son empresas grandes de Lima, con quienes se guarda una relación directa.

El poder de negociación de los clientes, es alto ya que los clientes pueden elegir entre la variedad de la oferta ya sea por el precio, la calidad, por ello es necesario contar con estrategias, y tiene que ver mucho el grado de confianza con el gobierno actual.

La rivalidad entre los competidores se presenta en la competencia de precios, ya que generalmente el cliente busca productos a precios bajos es por ello que buscan contar con estrategias que permitan generar mayor competitividad que origine un aumento en su rentabilidad.

Por otro lado la amenaza de productos sustitutos, es alta ya que cualquier persona puede crear una empresa y contar con financiamiento en cajas o bancos para así proveer de un servicio a los gobiernos locales de turno.

En relación al financiamiento, el acceso es medianamente difícil, ya que estas MYPE del rubro servicios generales, son creadas para ofrecer servicios y bienes a los gobiernos locales, por lo cual el capital proviene de los representantes en su mayoría, apalancados por otras empresas de los mismo representantes, asimismo el nivel de formalización les impide acceder a financiamiento.

En cuanto a las fuentes de financiamiento se evidencia que son las micro financieras las que proveen de capital para la realización de compras en bienes y

herramientas o equipos para el caso de servicios, por lo que se observa que muchas veces los representantes hacen uso de estas fuentes micro empresariales, asimismo algunos realizan préstamos bancarios, en una primera instancia, como forma de apalancamiento a la nueva MYPE creada.

En relación a la competitividad, las ventajas competitivas recaen sobre los costos de los bienes o servicios ofertantes, por lo cual se deben mantener buenas relaciones con los proveedores, de igual manera en el nivel competitivo se considera que es necesario el análisis del entorno, las certificaciones, y las relaciones con las instituciones públicas; ya que para negociar con el estado es relevante presentar características que hagan factible la contratación.

En las MYPE rubro servicios generales de Talara, se observa que cuentan con acceso a financiamiento por parte de los representantes debido a que son creadas para ofrecer bienes y servicios a instituciones públicas, y en relación a las fuentes por lo general son las micro financieras, pero en primera instancia son préstamos bancarios por parte de los representantes al crear la MYPE. En cuanto a la competitividad se evidencia que el precio de los bienes o servicios es relevante para las contrataciones de menor cuantía, asimismo se debe cumplir con las especificaciones técnicas de bienes que requieren las instituciones públicas.

El problema que se ha identificado es: ¿Cuáles son las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018? Por lo que se determinó como objetivo general: Determinar las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018; además se plantearon los siguientes objetivos específicos: (a) identificar el nivel de competitividad de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018; (b) determinar las ventajas competitivas de las MYPE

rubro servicios generales de Talara, año 2018.(c)determinar el acceso al financiamiento en las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018 (d) describir las fuentes de financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018.

La investigación se justifica de manera práctica, debido a que se realiza con la finalidad de lograr determinar las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara, además de conocer las el acceso y fuentes de financiamiento en las MYPE; así como el nivel de competitividad y ventajas competitivas de las MYPE. Por otro lado permite inferir la importancia de conocer como estas unidades económicas valoran el componente competitividad y financiamiento, en búsqueda de una mejor gestión y desarrollo empresarial.(Ñaupas,2014)

La justificación teórica se basa en que se han considerado diversos autores que hacen referencia a las variables en estudio: Competitividad y Financiamiento; asimismo se fundamenta con antecedentes a nivel internacional, nacional y local, relacionados a las dos variables de investigación. (Ñaupas,2014)

Metodológicamente la investigación se justifica ya que se aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se utiliza la técnica de la encuesta, empleando un cuestionario para el recojo de información. (Ñaupas,2014)

La justificación social radica en la trascendencia de la investigación, donde servirá como antecedente para futuras investigaciones, además porque permite cumplir con un requisito que la Universidad los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional. (Ñaupas,2014)

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Competitividad

Dentro de los antecedentes internacionales se considera a Ibarra (2016) en su investigación “*Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*” presentada en la Universidad Autónoma del Estado de México; el objetivo de esta investigación es determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología es de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado. Los resultados principales indican que las pymes manufactureras de Baja California son medianamente competitivas pero con tendencia importante hacia la baja, independientemente de su tamaño. Algunas de las dimensiones repercuten directamente en la competitividad de las empresas. Los resultados descriptivos muestran que las áreas de contabilidad y finanzas se consideran menos al momento de hacer funcionar una empresa y no existe la visión por parte de los empresarios de utilizarla como punta de partida para lograr que la competitividad de la empresa se incremente. Sin embargo, dicha dimensión incide de manera importante en la competitividad de la empresa, lo que corrobora la idea de que al no priorizar esta área, las empresas dejan de lado una parte importante de su propio crecimiento y consolidación. Asimismo, la dimensión que más contribuye a explicar la competitividad de la empresa es producción y operaciones.

Saavedra y Tapia (2013), realizaron la investigación sobre: “*Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México*”, presentado en la Universidad Nacional Autónoma de México. Su estudio fue de carácter descriptivo, con un diseño de investigación no experimental y de corte transversal. Los datos se obtuvieron mediante la aplicación de una encuesta con una entrevista personal a los empresarios o responsables de la empresa. Los datos se recopilan de un estudio de campo con una muestra de 400 empresas micro, pequeñas y medianas del Distrito Federal en México.

Concluyen su investigación que los resultados de la investigación muestran que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño. El análisis les permitió determinar que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.

Calderón (2015), presentó su investigación: “*Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano*”, en la Universidad Nacional de Colombia., empleó la metodología de investigación cualitativa y diseño transversal, aplicando la técnica de entrevistas a 25 empresarios y empleados.

Entre sus conclusiones se considera que durante la investigación cualitativa de campo en el barrio el Restrepo y con el uso de entrevistas a profundidad, notas de campo, bitácoras y fotografías se encontró que en estas organizaciones se encuentra capital humano artesanal que carece de capacitación formal y que ha aprendido a realizar su labor empíricamente. Asimismo, no se ven fáciles de alcanzar a exportar, pues este capital humano, que es en gran medida un factor importante para la competitividad de estas organizaciones, no tiene ni la capacitación adecuada ni el interés de aprender formalmente nuevas herramientas para manejar su empresa, en áreas como administración, contabilidad, computación e inglés, así como de áreas de la producción del calzado mismo como la guarnición, el diseño, la soladura y el manejo de cueros. Por su parte, ellos prefieren llevar la información comercial y de producción de su empresa manualmente, usando cuadernos y libretas, lo cual genera demoras y olvidos de entregas de pedidos, así como inexactitud a la hora de hacer cuentas y saber cuánto les cuesta en realidad la producción de un par de zapatos, ocasionando que en varias ocasiones terminen por vender a pérdida; es decir que vendan sus productos a un precio menor que el costo de producción

López (2011) en su investigación titulada “Estrategias competitivas y su incidencia en la captación de clientes en la empresa Ferretería Bolívar en ciudad de Ambato”; perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador; cuyo objetivo general fue indagar cómo inciden las inadecuadas Estrategias de Competitividad en el decremento de la captación de clientes en la empresa “Ferretería Bolívar”.

Dentro de las conclusiones se determinó que La empresa Ferretería Bolívar no realiza investigación de mercado que permita conocer las necesidades insatisfechas de los clientes, razón por la cual no notaron la necesidad de actualizar su sistema de atención al cliente y manejo de precios; con relación a la participación

del mercado es notorio que la empresa “Ferretería Bolívar” se encuentra en un nivel medio de competitividad.

El motivo por el cual la empresa quedó estancada tanto en su crecimiento empresarial como volumen de ventas se debió a la falta de un mejor modelo de Atención al cliente y un adecuado sistema de fijación de precios los cuales son inconvenientes que la empresa ha presentado en los últimos años, motivo por el cual sus empleados muestran una completa predisposición para ajustarse a los nuevos modelos tanto en métodos de fijación de precios como en atención al cliente los cuales ayuden a la empresa a ser más competitiva en el mercado; la empresa “Ferretería Bolívar” carece de cursos de capacitación para con sus empleados tales como innovación y mejoramiento, detalle de productos, entre otros. A fin de brindar a sus clientes un mejor servicio procurando satisfacer todas sus necesidades; y según la investigación realizada se puede concluir que la empresa “Ferretería Bolívar” no cuenta con estrategias competitivas adecuadas, las cuales ayuden a la organización a ser competitivos a fin de satisfacer las necesidades de sus consumidores e incrementar nuevos clientes a la empresa.

En los antecedentes nacionales se cita Pinedo (2016) en su investigación denominada *“Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, Año 2016”*; presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6

microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPE el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100.0% de las MYPE son formales, El 50.0% de las MYPE de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, Menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%. El 100.0% de las MYPE afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de las MYPE ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%. La conclusión más significativa obtenida de este estudio De la Empresa el 100.0% de las MYPE son formales, El 50.0% de las MYPE las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de las MYPE afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Feijó (2016) en su investigación denominada “*Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPEs comerciales rubro electrodomésticos en Tumbes, 2016*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estableció como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad en las MYPEs comerciales rubro electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva porque permite hacer un diagnóstico de las variables en estudio: Capacitación y Competitividad, el diseño de investigación es no experimental ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, también será de corte transversal y el nivel es cuantitativo porque se evaluara de manera cuantitativa, mediante gráficos y estadísticas, para lo cual se utilizó un instrumento como lo es la encuesta que nos permitirá obtener resultados de los puntos más resaltantes a evaluar. Se considera necesario que uno de

los proyectos inmediatos que se debe realizar en las MYPE en estudio, es la implementación de cursos y/o programas de capacitación donde se detalle los procesos y pautas a seguir para efectuar de manera eficiente las actividades encomendadas a cada uno de los trabajadores para poder brindar un buen servicio a los clientes.

De la Cruz (2016) en su investigación denominada “*Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios – rubro restaurantes, de la Av. Santa Adela, del distrito de Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo por objetivo determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. Santa Adela s/n, del distrito de Nuevo Imperial, 2015. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 17 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 11 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 64,70% de los representantes legales de las MYPE tienen edad de entre 31 a 50 años. El 70,59 % son de sexo femenino, el 58,82% tienen grado de instrucción educación básica. El 76,47% de las MYPE tienen de 6 a más años de presencia en el mercado, el 47,06% tienen de 5 a 7 trabajadores. El 88,24% conoce sus fortalezas y debilidades, el 100% conoce a su competencia, el 70,59% utiliza estrategias de marketing, el 76,47% considera que el factor que los diferencia de sus competidores es la sazón, el 100% ha innovado en tecnología y el 100% del considera que la innovación en tecnología ha permitido lograr mejor competitividad y desarrollo en su empresa.

En el ámbito local o regional se consideró a Jiménez (2013) en su investigación titulada Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE del rubro Boticas del AAHH Santa Rosa de Piura – 2013. Para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Cuyo objetivo general fue determinar las características competitivas de las Mypes y el nivel de calidad de servicio.

Dentro de las principales conclusiones se determinó que las principales características de las MYPE es que estas cuentan con un buen número de personal, presentan capacidad de endeudamiento, una demanda regular, presentan un buen posicionamiento y cumplen con disposiciones legales de los grupos de interés. Las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente en el rubro estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que, se requieren de otros servicios por estar frente al hospital. Con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, Por otro lado éstos consideran que la empatía de los colaboradores es buena. En cuanto a la amabilidad de los empleados, los clientes la consideran regular. Los factores de la calidad de servicio que más inciden es el precio, la infraestructura y principalmente la seguridad, ya que se ubican en una zona no muy segura.

Apaza (2016) en su investigación “*Caracterización de la calidad del servicio y la competitividad en las Mype comerciales- rubro ópticas del centro de Piura, año 2016*” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general, mostrar las características de la calidad del servicio y la competitividad en las MYPE comerciales- rubro ópticas del centro de Piura, año 2016. La investigación fue de tipo cuantitativa-descriptiva, diseño no experimental,

corte transversal siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala ordinal y nominal dirigida a la población, debido a que las variables de estudio calidad en el servicio y competitividad se trabajan con población infinita se utilizó para el cálculo de la muestra la fórmula para calcular el tamaño de la muestra para una investigación cuantitativa obteniéndose los siguientes resultados: Se encontró que el 100% de encuestas confirman que la calidad del servicio en las MYPE es de vital importancia, sin embargo el 95 % de encuestados no se encuentra satisfecho con el servicio brindado por las MYPE del rubro óptico, además se observa que el 100% de encuestas consideran que la competencia obliga que una MYPE sea más competitiva, y un 100% de las encuestas concuerda que si una MYPE posee cultura orientada a la calidad es mucho más competitiva, por lo que se concluye que las MYPE del rubro óptico cuentan con un bajo nivel de competitividad y un inadecuado servicio.

Suluco (2016) presentó la investigación “*Caracterización de la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurantes, de la urbanización Los Rosales – Piura, año 2016*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo principal describir las características que tiene la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurantes en la urbanización Los Rosales – Piura, se empleó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal la cual tuvo como población una muestra conformada por los 06 propietarios, 15 colaboradores y 105 clientes utilizando como técnica la encuesta, los resultados de la investigación dieron que el 80% promedio medio de las MYPE genera innovación mientras que para la variable kaizen el 100% de las MYPE estaría dispuesto a aplicar un cambio de mejora y así poder ser más competitiva.

2.1.2 Variable Financiamiento

En los antecedentes internacionales se considera a González (2014) en la investigación denominada “*La gestión financiera y el acceso del financiamiento de las PYMES del sector comercio en la ciudad de Bogotá*”; cuyo objetivo fue identificar y caracterizar aquellas variables de la gestión financiera y su asociación con el acceso a financiamiento en las pequeñas y medianas Empresas (Pymes) del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Para desarrollar los propósitos de esta investigación se ha seleccionado una población de 1465 Pymes que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013; el tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacional. La investigación parte en primer lugar de una revisión el estado del arte sobre las variables de estudio: gestión financiera y el financiamiento, en segundo lugar se realiza una exploración de la gestión financiera dentro de las organizaciones y finalmente se analiza la evidencia recolectada para determinar una relación entre la gestión financiera y el acceso al financiamiento con el propósito de proponer a las Pymes lineamientos de mejora en los procesos de gestión financiera.

Bustos (2017) en su investigación denominada “*Caracterización de la utilización de fuentes de financiamientos en PYMES apoyadas por CDN – SERCOTEC*”, presentada en la Universidad de Chile. Presentó como objetivo buscar contribuir en comprender y evidenciar desde la mirada de emprendedores su realidad en relación a los temas de financiamiento. Se realizó un análisis descriptivo de datos de 1450 clientes provenientes de cuatro Centros de Desarrollo de Negocios de SERCOTEC de las comunas de Maipú, San Bernardo, Las Condes y Estación

Central. Los principales resultados muestran una consistencia en reconocer a la falta del financiamiento como una de las principales limitantes al desarrollo y crecimiento de los negocios y, más aún, este factor se acentúa en negocios ubicados en comunas de menores ingresos. También, la utilización de recursos propios aparece como la fuente más utilizada para la puesta en marcha de los negocios, y se observa una baja proliferación en la utilización de fuentes alternativas como los créditos de instituciones no bancarias. En línea con lo anterior, una parte importante de los clientes que reportan no haber accedido a créditos bancarios argumenta razones atribuibles a falta de conocimiento de cómo acceder al sistema bancario o bien a no cumplir con los requisitos para la asignación de préstamos. Por contra parte, en relación a los clientes que sí han solicitado créditos bancarios, se concluye que microempresas solicitan principalmente créditos a nombre de sus dueños, mientras que empresas medianas lo hacen en mayor medida a nombre del negocio. Otros resultados muestran que más de un 12% de los clientes consideran que nada impide el crecimiento o desarrollo de sus negocios, y que las regulaciones y normas son vistas como una traba al crecimiento en negocios ubicados en comunas de menores ingresos del Gran Santiago. Adicionalmente, a partir de las variables analizadas no se reconocen mayores diferencias entre los distintos centros.

Ixchop (2014) en su investigación titulada “*Fuentes de financiamiento de pequeñas empresas del sector con la ciudad de Mazatenango*”, presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Estableció como objetivo general, identificar cuáles son las de fuentes de financiamiento de la pequeña empresa del sector confección. Con la ayuda del método descriptivo se elaboró el marco teórico que fundamenta el trabajo de campo, y el análisis de resultados. Se concluyó que para las pequeñas empresas el financiamiento es parte esencial en su ciclo de vida,

por eso es importante que el acceso al crédito tenga menos complicaciones. Se concluye que la principal fuente de financiamiento que utilizan los empresarios de confección es el financiamiento externo, a pesar de las altas tasas de intereses que cobran algunas instituciones financieras y del número de requisitos y trámites que solicitan. Como propuesta se presenta una guía para la decisión y manejo de fuentes de financiamiento, que incluye pasos para la elaboración de un plan de inversión y procedimientos para determinar amortizaciones de préstamos.

Dentro de los antecedentes nacionales se considera a Hernández (2015) en su investigación denominada *“Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa “ABARROTES RICHARD” de Imperial - Cañete, 2015”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Abarrotés Richard” de Imperial - Cañete -2015. La investigación fue descriptiva, bibliográfica, documental y de caso. Para el recojo de la información se utilizaron los siguientes instrumentos: fichas bibliográficas, un cuestionario pertinente de 19 preguntas cerradas y los cuadros 01 y 02 de la presente investigación. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al objetivo específico 1: La mayoría de los autores revisados establecen que las micro y pequeñas empresas financian sus actividades a través de fuentes de financiamiento interno y externo, generados por recursos propios (ahorro personal de los representantes legales de las MYPE) y del sistema financiero formal (Bancos, Cajas Municipales, Cajas Rurales, entre otros). Respecto al objetivo específico 2: La empresa del caso “Abarrotés Richard”, fue creada con el propósito de obtener ganancias, se encontró que el financiamiento los obtiene de fuentes internas (propio)

y fuentes externas (de terceros), siendo fundamentalmente del sistema no bancario; dichos préstamos, fueron de corto plazo y fue utilizado en capital de trabajo. Finalmente, se concluye que las MYPE en general y la empresa del caso “Abarrotes Richard”, financian sus actividades de comercio a través de recursos financieros internos (propios) y a través de recursos financieros externos (de terceros); siendo estos últimos, del sistema no bancario.

Valverde (2015) en su investigación titulada “*Caracterización del financiamiento de las MYPE del sector comercio del Perú caso empresa: “IMPORTACIONES MÉDICAS VELSOR S.A.C.” de Cañete, 2015*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Importaciones Médicas Velsor S.A.C.” de Cañete, 2015. La investigación fue descriptiva – bibliográfica – documental y de caso; para el recojo de información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica – documental, la entrevista y el análisis comparativo, para lo cual se utilizó como instrumentos las fichas bibliográficas, un cuestionario de 9 preguntas cerradas y los cuadros 01 y 02 de la presente investigación; obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a las características del financiamiento de las Mypes del Perú, los autores revisados determinan que uno de los principales problemas que enfrentan las micros y pequeñas empresas es el limitado acceso al financiamiento por parte de los bancos, mostrándose dificultades con los requisitos solicitados, siendo el sistema no bancario los que otorgan con mayor facilidad en la obtención de créditos, esto se debe a que las pequeñas empresas son consideradas como entidades de alto riesgo al no poseer garantías. Respecto a las características del financiamiento de la empresa “Importaciones Médicas Velsor S.A.C.”, el tipo de financiamiento es de terceros a

través del sistema bancario, considerando el monto y la tasa de interés que se paga por el crédito aceptable. Finalmente, se concluye que las Mypes del sector comercio del Perú y la empresa “Importaciones Médicas Velsor S.A.C.” de Cañete, en general tienen las mismas características de financiamiento, considerando ciertas limitaciones en la obtención del crédito por parte de las entidades bancarias, debido a que se considera un trámite dificultoso por los requisitos solicitados. Asimismo, la empresa en estudio accede al financiamiento con la entidad bancaria en un primer crédito comercial mediante una tarjeta capital de trabajo, por cumplir con las exigencias de la entidad bancaria.

Mayta (2017) investigación denominada “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería, del distrito, provincia de Satipo, año 2017*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro ferreterías del Distrito, Provincia de Satipo, periodo 2017. La investigación fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información, se escogió en forma personal una muestra de 12 Mypes rubro ferreterías de la Provincia de Satipo, a quienes se les expuso un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados el 58.3% de las Mypes encuestadas obtienen financiamiento del sistema bancario, y el 75.0% del financiamiento recibido lo utilizan para comprar insumos para venta (materiales). En cuanto a la rentabilidad el 100.0% de las Mypes encuestadas mejoró su rentabilidad y el 100.0% considera rentable su Mype a un nivel de rentabilidad de 33.3% rentable. Finalmente las conclusiones son: La mayoría de las Mypes

encuestadas obtienen financiamiento del sistema bancario y mejoran su rentabilidad cubriendo así sus ingresos y egresos teniendo algunos propietarios hasta 3 ferreterías.

Dentro de los antecedentes locales se considera a López (2017) en su investigación denominada *“Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas, sector comercio del Perú caso: empresa “representaciones palacios empresa individual de responsabilidad limitada”, Sullana, propuesta de mejora año 2017”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, presentó como objetivo general: Determinar y describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas, sector comercio caso: empresa de ventas de motos “representaciones palacios, empresa individual de responsabilidad limitada Sullana propuesta de mejora año 2017. Su Metodología es de tipo cuantitativo y descriptiva-no experimental. Obteniéndose los siguientes resultados en cuanto al financiamiento: son las cajas con un 52%, el segundo lugar lo ocupa los bancos con un 48% lo que significa que las personas más buscan un crédito con estas entidades. En lo que concierne al capital de trabajo el 65% de los dueños de las MYPES, adquieren este préstamo para su negocio y en otra parte para la compra de maquinaria. Por el plazo estimado del crédito lo manejan en pocos meses motivo por el elevado interés ya que a más meses más intereses pero teniendo en cuenta la cuota de pago. En conclusión Respecto al financiamiento las fuentes de financiamiento más utilizadas por las Micro y pequeñas empresas según la encuesta realizada son Cajas y Bancos respectivamente, ya que obtuvieron resultados superiores a otras entidades financieras. Y Respecto a las Micro y pequeñas empresas las MYPES son pequeñas entidades que ayudan a percibir la estrecha relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad. De acuerdo al presente trabajo de investigación las

MYPES que obtuvieron un financiamiento han logrado aumentar su rentabilidad, lo que indica que el buen financiamiento lleva a una rentabilidad favorable.

Sernaqué (2016) en su investigación titulada “*Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mype rubro restaurante cevichería, de la urbanización la providencia Piura, año 2016*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo por objetivo general determinar las características del financiamiento y la rentabilidad en las MYPE del Rubro Restaurante Cevichería de la Urbanización La Providencia. La investigación fue de tipo Cuantitativa y el nivel es Descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 4 restaurantes cevicherías. Entre los elementos más destacados se encontró que la gran mayoría hace uso del financiamiento externo debido a la facilidad para obtenerlo siendo las Cajas las principales entidades financieras que lo proporcionan. Los principales beneficios que se obtienen del financiamiento, se refieren al plazo adecuado que obtienen para cancelar el préstamo, el mismo que es utilizado mayormente en materias primas e insumos. Entre los elementos determinantes de la rentabilidad, se ha encontrado que el más importante es la alta rotación de sus productos y la alta variedad de los mismos. En relación al grado de rentabilidad se ha encontrado que existe una mayor apreciación de que la rentabilidad en estas empresas ha aumentado, que los productos que más alta rentabilidad proporcionan son los platos elaborados en base a pescado. De igual manera la rentabilidad del negocio ha permitido recuperar la inversión inicial, que la inversión que actualmente tienen los establecimientos es superior a la inversión con la que iniciaron sus actividades y que se practica la reinversión de utilidades.

Sánchez (2014) en su investigación denominada “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro distribuidoras de autopartes de la ciudad de Piura, periodo 2012*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general: Determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las Mypes sector Comercio - Rubro distribuidoras de autopartes de la ciudad de Piura, periodo 2011 - 2012. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – descriptivo, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las Mypes: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 70% de los encuestados el promedio de edades es de 45 años, el 70% es femenino y el 30% tiene universidad completa. Así mismo, las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 60% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 40% tienen 02 años laborando para la misma. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 40% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 20% lo invirtió en programas de capacitación para sus colaboradores. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 70% recibió capacitación, el 30% no recibió capacitación y el 60% recibió un sólo curso de capacitación. Respecto a la Rentabilidad: el 50% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, dijeron que la rentabilidad de sus microempresas si había mejorado en los dos últimos años por el financiamiento recibido, 70% manifestó que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas.

2.2 Marco teórico

En la presente sección se presentan las teorías y aportes de diversos autores en función a las variables en estudio.

2.2.1 Teoría de Competitividad

Según Udaondo (2010) la competitividad se entiende como la capacidad que tiene una empresa para alcanzar sus objetivos organizacionales y mantener sistemáticamente las ventajas comparativas que le permiten alcanzar, mantener y mejorar su posición en el mercado en el medio ambiente. Socio-económico.

Además, Luna (2010) considera que la ventaja competitiva es el grado de que bajo las condiciones del mercado libre, podrían crear bienes y servicios que sean competencia internacional y así mantener un crecimiento constante del ingreso nacional.

2.2.2.1 Importancia de la competitividad

La importancia de la competitividad es saber cómo gestionar los recursos de la empresa, aumentar la productividad y prestar atención a los requisitos del mercado. (García, 2015)

Para Zárate (2015) "La competitividad exige que se tenga en cuenta la innovación, la identificación absoluta con la calidad general y la estabilidad en términos de compromisos previstos" a nivel micro y macro.

2.2.2.2 Competitividad en las MYPE

Weinberger (2009) considera que el análisis histórico de las organizaciones muestra que las MYPE Luchan por competir por la eficiencia y el volumen con las

PYME o grandes empresas. Siendo esto como debilidades obvias en las pequeñas empresas.

Sin embargo, las MYPE tienen grandes ventajas sobre las medianas y grandes empresas, por ejemplo, una mayor flexibilidad. Reconociendo estas fortalezas y debilidades, las MYPE podría identificar estrategias de mercado más efectivas que las lleve a ser un éxito en el mercado.

Las empresas que desean tener éxito deben tener una posición competitiva suficiente en el sector dado, es decir, la ventaja que los separe de sus competidores. Esta ventaja, según sus características, puede llamarse 'ventaja comparativa' o 'ventaja competitiva'.

2.2.2.3 Nivel de competitividad

Labarca (2007) afirma que la competitividad se mide por el nivel de vida y el crecimiento, el nivel y el crecimiento de la productividad agregada y la capacidad de las empresas nacionales para aumentar su penetración en el mercado mundial a través de las exportaciones o la inversión extranjera directa

Parte del éxito de la organización radica en sus estrategias y políticas a favor de su competitividad a menudo utilizada. También es importante para la mejora de procesos y la innovación para mantenerse por delante de la competencia en un sector que las organizaciones están integrando todos estos pasos contribuirá a la competitividad de las empresas (García y Sánchez, 2009).

Para García y Sánchez (2009) el nivel de competitividad de las empresas a nivel micro o empresariales se mide a través de cinco dimensiones que en combinación determinan si la empresa es competitiva y el éxito que esta presenta respecto al resto del mercado. Estas dimensiones son las siguientes:

- Planeación estratégica: mientras que las organizaciones tienen objetivos y metas futuras, políticas de cumplimiento y seguimiento. Si la Mype ha llevado a cabo estudios sobre el entorno, amenazas y planes de contingencia. En teoría, esta dimensión se aplica completamente en el negocio en general, porque se basa en ser y hacerlo; La evidencia muestra que esto a veces se considera una prioridad, lo que permite a la empresa aumentar la competitividad (You y Banwa, 2015).

- Producción y Operaciones: su impacto en la competitividad de la empresa radica en la complejidad de los procesos de producción, el uso de herramientas de producción avanzadas, la certificación, flexibilidad en el proceso de fabricación de las materias primas y de planificación insumos, desarrollo de nuevos productos, gestión de inventario, entre otros factores. Esto permite a las empresas responder a los cambios a corto plazo en los modelos de demanda y los factores externos de la organización; Por lo tanto, mayor flexibilidad y modernización de procesos y actividades el nivel de la competitividad de la empresa será mayor (Medina y Naranjo, 2014)

- Comercialización: es un análisis de la política comercial, los canales de distribución, los métodos de pago, las relaciones entre clientes y proveedores, las definiciones del mercado objetivo, la investigación de mercado, la utilización de la estrategia de marketing y la satisfacción del cliente. Esta es una de las principales dimensiones que la interacción con clientes y proveedores es importante para producir y distribuir de manera eficiente así como para vender los productos entre los clientes de forma exitosa (Flores Gonzalez, 2009)

- Recursos Humanos: parte de la competitividad de la organización es el uso adecuado de los recursos humanos, es importante contar con un riguroso proceso de selección y contratación, dando así programas de capacitación, análisis de las causas

de la rotación de personal, ambiente de trabajo y programas para cumplir con las medidas de compensación, los aspectos de cumplimiento de seguridad e higiene industrial (Aragón, Rubio Serna Châble, 2010).

- **Sistemas de Información:** hay amplia evidencia de la importancia de la tecnología como mecanismo para la competitividad de las empresas. Las organizaciones que conocen y adoptan las TIC tienen un grado de sistematización y crean planes de contingencia ya que son más propensas a ser más competitivas, no sólo a nivel nacional, sino a nivel internacional (Cuevas-Vargas, Aguilera, González y Servín, 2015).

5.2.2.3 Ventaja Competitiva

En cuanto a la ventaja competitiva de Gaxiola (2010), la empresa tiene una ventaja competitiva al demostrar características diferenciadas en comparación con sus competidores, ofreciendo excelentes oportunidades de desempeño que persisten en el tiempo,

La ventaja competitiva se basa en diferentes características comerciales, que se pueden manifestar de diferentes maneras. La ventaja competitiva puede demostrarse mediante una imagen corporativa adecuada, otros productos, inversiones estratégicas o precios bajos en comparación con sus competidores.

Cabrera, López y Ramírez (2011) enfatizan que las estrategias competitivas determinan el éxito o el fracaso de las organizaciones. La estrategia se entiende como habilidades o destrezas; mientras que la competitividad es la capacidad de usar estas habilidades para que sigan perteneciendo en el mercado. Por lo tanto, el indicador evalúa la capacidad de la compañía para competir en el mercado y con sus competidores comerciales. La competitividad también se ve como la posición

favorable de ,manera relativa en el mercado , en relación a sus rivales, lo que le permite crecer y desarrollarse.

Según Weinberger (2009), la ventaja competitiva de la organización se basa en un análisis de sus recursos, habilidades y desarrollo de habilidades. Una ventaja competitiva debe basarse en habilidades que son valiosas, irremplazables, raras, costosas de imitar y mantener a lo largo del tiempo.

Una ventaja competitiva consiste en una o más características de una empresa, que pueden manifestarse de diferentes maneras. Se puede lograr una ventaja competitiva a través de una buena imagen, entrega de producto adicional o ubicación preferida y un precio competitivo más bajo.

Para Cabrera, López y Ramírez (2011), la ventaja comparativa se relaciona con las capacidades organizacionales. En general, la opción de costo está asociada a la ventaja del producto.

Comparado con la ventaja absoluta de Cabrera; López y Ramírez (2011) señalan que cuando dos o más agentes están en competencia directa, uno de ellos tiene una ventaja absoluta porque su producción es mejor que la producción de otros. La productividad se considera como la capacidad de producir más con un uso mínimo de los factores de producción.

Según Weinberger (2009), las estrategias competitivas se refieren a la forma en que una empresa compite con sus competidores en un negocio particular o unidad de negocio estratégica. La esencia de una estrategia competitiva es vincular a la empresa con el medio ambiente y analizar las cinco fuerzas competitivas.

Porter (2009) identifica tres tipos de estrategias:

- Liderazgo en Costos: las organizaciones que utilizan estrategias de gestión de costos generalmente se esfuerzan por sectores de fabricación de bajo costo, es decir, para atraer clientes con el precio de mercado más bajo.

Las microempresas tienen capacidad para generar economías de escala implica que sus funciones de producción y costos deben exhibir rendimientos crecientes, y que son los aprendizajes y capacidades empresariales los que les permiten reducir sus costos respecto a la producción acumulada. (Ramírez, Mungaray, Ramírez y Taxis, 2009).

El valor agregado es la diferencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor. (Salvador, 2016)

El valor agregado es la diferencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor. (Salvador, 2016).

- Estrategia de diferenciación: es proporcionar al cliente un producto o servicio que ofrezca un mayor valor, incluso si esto significa un precio más alto.

- Estrategia de Enfoque: esta estrategia generalmente es utilizada por empresas o instituciones que producen bienes o servicios para nichos de mercado muy específicos. Las empresas que utilizan una estrategia de acceso generalmente tienen productos altamente diferenciados de excelente calidad a un precio razonable y a un precio elevado. De esta forma, los "clientes exclusivos" pueden beneficiarse de "productos o servicios exclusivos".

2.2.2 Teoría de Financiamiento

Según Ccaccya (2015), el financiamiento se refiere a los mecanismos o formas en que la empresa desea proporcionar recursos, ya sean bienes o servicios, en

determinados momentos, y que generalmente tienen costos económicos. Las principales razones para crear estas necesidades de financiamiento son: a) para operaciones ordinarias (compras, costos de operación, etc.) B) para la adquisición de activos c) para la deuda o refinanciamiento d) expansión, crecimiento o desarrollo de nuevas empresas.

El financiamiento es el proceso mediante el cual las empresas o individuos reciben fondos para desarrollar sus actividades o necesidades. (Blanco, 2008)

5.2.2.1 Importancia del Financiamiento

El Banco Central de Reserva de Perú (2009) argumenta que el acceso al financiamiento del sistema financiero permite a las micro y pequeñas empresas expandir sus operaciones, realizar operaciones nuevas y más eficientes, expandir sus operaciones y obtener acceso a créditos para mejores condiciones. (tasa y plazo, entre otros).

Las empresas necesitan fondos para la ejecución de sus actividades y / o proyectos, lo que les permite alcanzar diferentes objetivos, como aumentar la producción, construir o adquirir nuevos equipos o aprovechar cada oportunidad que ofrece el mercado. (Banco Central de Reserva del Perú 2009)

5.2.2.2 Acceso al Financiamiento

De acuerdo Mamani (2014) una de las formas más comunes de clasificar los préstamos proporcionados por las instituciones financieras y la que utilizan con mucha frecuencia son : préstamos directos y préstamos indirectos.

Por lo que hoy en día las MYPE, carentes de garantías reales o de garantías líquidas, para acceder al financiamiento las convierte en un sector discriminado para ser atendidos con créditos, precisamente, por la carencia expuesta que constituye un fallo del mercado originado precisamente por las normas de Basilea, que justifica la

presencia del Estado en promover y apoyar esquemas de garantías, para que las dificultades en acceso al crédito para las MYPE sean superadas en alguna medida. Los recursos de FOGAPI dan liquidez, solidez y confianza tanto a los receptores de sus garantías, como a los beneficiarios finales, propiciando cada día que mayor número de las MYPE tengan acceso al crédito y a su vez que las garantías de FOGAPI tengan una mayor aceptabilidad en el mercado, dado el nivel de los recursos financieros que ofrece, acompañando a las MYPE en el proceso de formalización y bancarización que exige el mercado financiero nacional (Martinotti, 2016)

Créditos directos.- también llamado riesgo crediticio o monetario, ya que la entidad proporciona dinero al proceso de desarrollo del solicitante y al mismo tiempo, señala que es posible realizar pagos en una cuenta corriente, una cuenta de ahorro o en situaciones especiales mediante un cheque bancario o efectivo .(Mamani, 2014)

- Productos de los créditos directos:
 - Créditos en cuenta corriente
 - Descuento de pagarés y letras.
 - Préstamos (comerciales, micro y pequeñas empresas, de consumo, personales, vehiculares, hipotecarios, etc.)
 - Factoring.
 - Arrendamiento Financiero o Leasing

Créditos indirectos.- También se lo puede llamar un "préstamo" o "préstamos condicionales", no porque la empresa no haya pagado al solicitante el dinero en efectivo, es más bien la aprobación o garantía ofrecida por la empresa u otros

intermediarios financieros. por aprobación bancaria, cartas de garantía. (Mamani, 2014)

- Productos de crédito indirectos:
 - Aval bancario; Aceptaciones Bancarias; Cartas Fianza; Crédito Documentario o Carta de Crédito

5.2.2.3 Tipos de Financiamiento

Según Ccaccya (2015), las fuentes de financiamiento se pueden clasificar por el tiempo invertido en capital prestado. A este respecto, se distinguen dos tipos:

- Financiamiento a corto plazo: aquellos que tienen al menos uno o más años para reembolsar los fondos recaudados.

- Financiamiento a largo plazo: aquellos para los cuales el período de redención es más de un año. Estos son fondos básicos o recursos permanentes.

5.2.2.4 Fuentes Financiamiento

Según Mamani (2014), es importante recordar que las fuentes de financiación se definen desde la perspectiva de la empresa. Por lo tanto, las fuentes de financiamiento se clasifican según su procedencia:

a) Fuentes internas de financiamiento (inversión)

Fuente de financiamiento interno. Se trata de recursos creados en la misma empresa por su operación y promoción, en los que:

Incremento de Pasivos Acumulados: son los que fueron completamente creados en el negocio .Tenemos, por ejemplo, impuestos que se reconocen cada mes, independientemente de su pago, pensiones, seguros (accidentes, devaluaciones, incendios), etc. (Rodríguez, 2014)

Las utilidades reinvertidas: Este recurso es muy común, especialmente la creación de empresas, donde los socios deciden que los dividendos desde el primer

año no se distribuirán, sino que serán invertidos en la organización a través de la programación predeterminada de adquisiciones o construcciones (compras previstas de mobiliario y equipo de acuerdo a los requisitos ya conocidos). (Universidad de Michoacán de San Nicolás de Hidalgo, 2008)

-Aportaciones de los Socios: Contribuciones de los Miembros en el momento de la creación de la empresa (capital social) o mediante nuevas contribuciones para aumentarlo.

- Venta de propiedad (venta): como venta de terrenos, edificios o máquinas en malas condiciones para cubrir necesidades financieras

-Depreciaciones y Amortizaciones: esta es una operación que eventualmente restaura los costos de inversión de la compañía, ya que las provisiones establecidas para este propósito se aplican directamente a los costos de operación y reduciendo así las utilidades. Por lo tanto, no hay fin de dinero con impuestos reducidos y dividendos pagados (Universidad Michoacán de San Nicolás de Hidalgo, 2008).

-Emisión de acciones: Las acciones son valores de empresas cuya función principal se atribuye a su titular como miembro de la sociedad, los títulos se realizan de manera seriada y normativa, designados a quien adquiere una acción pero sin saber cuánto ganará, al presentar los resultados de la empresa y cómo la asamblea se lleva a cabo por la empresa y la forma en que la reunión decida pagar dividendos. (Mamani, 2014)

b) Fuentes externas de financiamiento (Pasivo)

Para Rodríguez (2012), señala que las entidades de financiamiento captan los ahorros y efectúan préstamos o llevan a cabo inversiones de los demandantes a cambio de pago de intereses o dividendos. En este punto, las empresas que se encuentran bajo supervisión de la SBS se clasifican de la siguiente forma: Empresas

bancarias; empresas financieras; cajas municipales de ahorro y crédito; Cajas rurales de ahorro y crédito; cajas municipales de crédito popular; administradoras de fondos de pensiones; empresas de arrendamiento financiero; corporación financiera de desarrollo (COFIDE); bolsa de valores y bolsa de productos; bancos de inversores; sociedad nacional de agentes de bolsa; empresas de desarrollo de pequeña y micro empresa (EDYPYMES); cooperativas de ahorro y crédito; empresa de transferencia de fondos; empresas afianzadoras y de garantías; almacenes generales de depósito; empresa de servicios fiduciarios y empresas de seguros.

Según Rodríguez (2014) las cajas de ahorro cuyo objetivo es captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y micro empresas. Adicionalmente, realizan operaciones dentro de la legislación vigente, emitidas para las empresas del sistema financiero. En el Perú existen cajas municipales, rurales y metropolitanas (en Lima). Sin embargo, todas estas instituciones están normadas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)

Por otro lado, según Rodríguez (2014), fuentes externas de financiamiento son provistas por terceros:

- Proveedores: a medida que el cliente progresa
- recursos externos - banco (préstamos, descuento de documentos)
- Público en general (emisión de bonos, emisión de bonos, etc.)
- Gobierno (Fondo de Desarrollo y Garantía)

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los estudios descriptivos se centran en la realidad o el contexto; Al no tener circunstancias o eventos en relación , no es necesario presentar hipótesis, pero en cualquier caso, queda en criterio del autor (a) .

.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La propuesta de investigación es no experimental porque no manipulará intencionalmente las variables y la información se recopilarán en el momento en que se determine la realidad de las MYPE rubro servicios generales.

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), los diseños no experimentales se definen como "encuestas realizadas sin manipulación deliberada de variables y donde solo se analizan los fenómenos observados en su entorno natural". La Investigación transversal o transaccional es la recolección de datos en un solo momento y tiempo único con el objetivo de describir las variables y analizar su interrelación en un momento dado.

Se trata de una investigación cuantitativa, ya que la información se representará de forma numérica y en porcentajes, usando técnicas e instrumentos de la estadística.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), un enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (aceptados por la comunidad científica); Estas cifras se representan numéricamente y se analizan por métodos estadísticos.

El nivel de investigación es un enfoque descriptivo, ya que intenta describir la competitividad y la financiación de los servicios y la categoría general de MSE en el nivel y las ventajas competitivas, así como los recursos de acceso y financiación.

Según Hernández, Fernánda y Baptist (2014), la investigación descriptiva intenta especificar las características, propiedades y perfiles de grupos de personas, comunidades, procesos, metas u otros fenómenos que están sujetos a análisis.

4.2.- Población y Muestra

Población

En el presente trabajo, se está determinando dentro de la población con respecto a la competitividad sistémica a nivel micro, debido a que nos hace referencia al enfoque de la empresa y clientes para lo cual en competitividad la población es de 6 clientes potenciales, debido a que son sus principales clientes de estas Mypes y con los cuales hemos tenido mayor acceso para ser investigados.

Para financiamiento la población es de 12 Mypes de Rubro servicios Generales.

Por lo tanto la población es finita tanto para competitividad y para financiamiento, para lo cual se realizó la Muestra por Convencía la cual se define como un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes ya que ellos están dispuestos y disponibles a ser investigados. Creswell (2008)

Tabla 1. Población de MYPE

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	RUC
1	CONSTRUCCIONES COSAT E.I.R.L.	MZA. B LOTE. 13 URB. ENAPU (GRIFO SAN MARTIN) PIURA - TALARA - PARIÑAS	20603055561
2	LUCIANO MARTIN JAVE ALVITES - FERRETERIA LEJFE	MZA. G LOTE. 07 URB. LOS VENCEDORES II ETAPA (FRENTE AL COMPLEJO DEPORTIVO) PIURA - TALARA - PARIÑAS	10192162993
3	SERVICIOS GENERALES Y REPRESENTACIONES YAUSSE E.I.R.L	MZA. G LOTE. 10 A.H. 9 DE OCTUBRE PIURA - TALARA - PARIÑAS	20484330060
4	REPRESENTACIONES Y SERVICIOS GENERALES AR E.I.R.L	UNIDAD VECINAL PETROPERUI B-8 TALARA - PIURA	20600185366

5	MAFLUDI SERVICIOS VENTAS Y CONSTRUCCIONES EN GENERAL E.I.R.L	AV. B NRO. 26 INT. 01 C.H. TALARA (PARTE DELANTERA-FRTE FARMAC.DEL CARMEN) PIURA - TALARA - PARIÑAS	20526130864
6	CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS GENERALES MOCA EIRL	APROVISE D-11-FRENTE AL GRIFO SAN MARTIN TALARA	20600424735
7	CONSTRUCCIONES BRANDOL VENTAS Y SERVICIOS EIRL	MZA. B LOTE. 16 A.H. MICAELA BASTIDAS (CERCA A LA COMISARIA DE TALARA ALTA) PIURA - TALARA - PARIÑAS	20530092551
8	MANUEL EDILBERTO IZARRAGA MALDONADO	MZA. B LOTE. 20 TALARA ALTA -PIURA - TALARA - PARIÑAS	1003840466
9	COSAT INDUSTRIAL SRL	MZA. B LOTE. 13 URB. ENAPU 2DO PISO (POR EL GRIFO SAN JOSE) PIURA - TALARA - PARIÑAS	20525489931
10	SERVICIOS GENERALES DORITA	28 DE JULIO M-21 TALARA ALTA -PIURA	10038774269
11	SOLUCIONES TECNOLOGICAS FERVERE E.I.R.L.	AV.D #18 (AV. RAMON CASTILLA) TALARA- PARIÑAS-PIURA	20530281958
12	REPRESENTACIONES MULTISERVICIOS AL Y KG	MZA. E LOTE. 01 A.H. ABELARDO QUIÑONES (CERCA CAPILLA SAN MARTIN) PIURA - TALARA - PARIÑAS	20602211194

Fuente: Reporte de actividad comercial de SUNAT (2018)

Muestra

Para la variable financiamiento, la muestra estará conformada por los representantes de las MYPE en estudio, considerándose una población pequeña se considera la población igual a la muestra ($N=n$); es decir 12 representantes.

Para la variables competitividad, la muestra estará conformada por los clientes, siendo éstos las Municipalidad provincial y distritales las que a través de

menores cuantía requieren productos o servicios; se consideran 06 clientes potenciales o principales.

Para Financiamiento Se consideró en esta investigación muestra por convención ya que se clasifico a las empresas mayores de 5 años de antigüedad, y por la disponibilidad de tiempo de los empresarios que los permitió así encontrar a todos ellos el mismo día en la entidad Municipal , debido a que se estaban presentando en una licitación .

Lo cual se compara con lo del autor Creswell (2008) que define a la Muestra por Convención la define como un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes ya que ellos están dispuestos y disponibles a ser investigados.

COMPETITIVIDAD C=N=6 N=6	FINANCIAMIENTO F=N=12 N=12
--------------------------------	----------------------------------

Criterios de inclusión y exclusión

Para el desarrollo de la presente investigación se incluye a los clientes, en este caso a las entidades públicas que negocian con las MYPE en estudio. Por otro lado se excluye, a entidades que no se muestran participes en brindar información de los procesos de contratación de bienes y servicios. Además se incluye a los representantes de las MYPE, excluyendo a encargados o personal que solamente desempeñe funciones en las MYPE.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Competitividad	Según Udaondo (2010) la competitividad se entiende como la capacidad de una empresa para alcanzar sus objetivos organizacionales y mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permiten lograr, sostener y mejorar su posición de mercado en el entorno socioeconómico de actuación	Nivel de competitividad	La dimensión “Nivel de competitividad” se medirá su planeación estratégica, su producción y operaciones, la comercialización, los recursos humanos y sus sistemas de información; mediante la técnica de la encuesta a través de la aplicación de un cuestionario a los clientes	Planeación estratégica y operaciones Producción y operaciones Comercialización Recursos Humanos Sistemas de información	Nominal / Ordinal	Cientes
		Ventaja competitiva	La dimensión “Ventaja competitiva” se medirá mediante la evaluación del liderazgo en costos, la diferenciación y la estrategia en enfoque; mediante la técnica de la encuesta a través de la aplicación de un cuestionario a los clientes	Liderazgo en costos de diferenciación Estrategia de enfoque	Nominal / Ordinal	Cientes

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Financiamiento	Según Ccaccya (2015), se entiende por financiamiento aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero	Acceso a financiamiento	La dimensión “Acceso a financiamiento” se medirá mediante la evaluación	Necesidad de financiamiento Créditos directos Créditos indirectos	Nominal / Ordinal	Representantes de las MYPE
		Fuentes de financiamiento	La dimensión “Fuentes de financiamiento” se medirá mediante la evaluación de	Financiamiento interno Financiamientos externo Tiempo de financiamiento Instituciones de financiamiento	Nominal / Ordinal	Representantes de las MYPE

4.4. Técnicas e instrumentos

- a) Encuestas: La elaboración de la encuesta pretende establecer las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE en el ámbito de estudio

Una encuesta es una herramienta elaborada, diseñada y aplicada científicamente para permitirle obtener información relevante sobre lo que está sucediendo en la población. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

- b) Cuestionario: La encuestas serán aplicadas a 12 representantes y 6 clientes (alcaldes de municipalidades) para obtener información sobre los objetivos planteados de investigación

El cuestionario es "una forma útil y efectiva de recopilar información en un tiempo relativamente corto". En su construcción, pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

4.5 Plan de análisis

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes de las MYPE del rubro servicios generales, para obtener la autorización de poder contactar con los representantes y clientes para aplicarles los cuestionarios, los cuales estarán debidamente validados por el juicio de tres expertos. Asimismo coordinar la aplicación del instrumento de financiamiento a ellos.

El presente estudio de investigación realiza un plan de análisis posterior a la recopilación de los datos, según la tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responden a los objetivos de investigación. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y programas estadísticos.

4.6 Matriz de Consistencia:

Titulo	Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Caracterización de la competitividad y financiamiento en las MYPE del rubro servicios generales de Talara, año 2018.</p>	<p>¿Cuáles son las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018?</p>	<p>Determinar las características de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018</p> <hr/> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Identificar el nivel de competitividad de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018</p> <p>b) Determinar las ventajas competitivas de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018.</p> <p>c) Determinar el acceso al financiamiento en las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018</p> <p>d) Describir las fuentes de</p>	<p>El presente estudio es de tipo descriptivo, por lo cual no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).</p>	<p>Financiamiento Competitividad</p>	<p>Tipo de estudio: Descriptivo Nivel de estudio: Cuantitativo Diseño de estudio: No experimental Transversal Población : MYPE rubro servicios generales Muestra: Representantes de las MYPE para la variable financiamiento (12) Clientes de las MYPE para la variable competitividad (6) Técnica de recojo de información: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

		financiamiento de las MYPE rubro servicios generales de Talara, año 2018			
--	--	---	--	--	--

4.7 Principios éticos.

Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar los análisis. Además se respetaron los derechos del autor.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados de la encuesta

5.1.1 Resultados de la Variable Competitividad

5.1.1.1 Dimensión Nivel de Competitividad

Tabla 1

Conocimiento del entorno

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	50,0%
No	3	50,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 1 denominada “Conocimiento del entorno” se observa que existe una igualdad en la percepción de los clientes; ya que el 50.0% consideran que si poseen un adecuado conocimiento del entorno, el otro 50,0% indican que se requiere una mayor conocimiento del entorno, sobre todo al licitar con instituciones públicas.

Tabla 2

Políticas de funciones o actividades

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 2 denominada “Políticas de funciones o actividades” se constata que el 67% de los clientes expresan que si existen políticas de funciones o en sus actividades; asimismo un 33% señala que no se cuenta con dichas políticas debido algunos inconvenientes en la ejecución contractual, lo que perjudica a la entidad o a la población del distrito de ser el caso.

Tabla 3

MYPE con certificaciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100,00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 3 denominada “MYPE con certificaciones” se observa que el 83% de los clientes señala que las MYPE de servicios generales, cuentan con certificaciones. Por otro lado, un 17% señala que no cuentan con certificaciones.

Tabla 4

Materia prima e insumos de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 4 denominada “Materia prima e insumos de calidad” se evidencia que el 67% de los clientes, expresan que las MYPE si cuentan con materia prima o insumos de calidad; por otro lado, el 33% manifiesta que no, ya que no cumplen con las especificaciones del requerimiento o solo alcanzan lo suficiente para ser aceptado.

Tabla 5

Relaciones con clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100,0%
No	0	0,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 5 denominada “Relaciones con clientes” se evidencia que el 100,0% de los clientes manifiesta que los encargados de las MYPE o responsables de ofrecer sus bienes o servicios mantienen relaciones amicales con los representantes de la institución municipal.

Tabla 6

Personal capacitado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	50,0%
No	3	50,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 6 denominada “Personal capacitado” se evidencia que el 50% de los clientes manifiesta que el personal si está capacitado; por otro lado, un 50% señala que no se encuentran capacitados, originando un mal llenado de expedientes que retrasan los procesos de contratación.

Tabla 7

Comunicación oportuna con clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100%
No	0	0,0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 7 denominada “Comunicación oportuna con clientes” se observa que el 100% de los clientes señala que los responsables de la MYPE en materia de contrataciones, mantienen una comunicación estrecha con los encargados de contrataciones.

5.1.1.2 Dimensión Ventaja competitiva

Tabla 8

MYPE con precios bajos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 8 denominada “MYPE presenta precios bajos” se observa que el 67% de los clientes indica que sí. Asimismo, un 33% señala que las MYPE no cuentan con precios bajos.

Tabla 9

Costos de producción o servicios bajos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	50,0%
No	3	50,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 9 denominada “Costo de producción o servicios bajos” se evidencia que el 50% de los clientes supone que las MYPE cuentan con costos de producción o servicios bajos; mientras que el otro 50% señala que los costos no son bajos, ya que están incursionando en el medio de negociaciones con el estado.

Tabla 10

Productos o servicios con valor agregado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 10 denominada “Productos o servicios con valor agregado” se constata que el 67% de los clientes indica que sí; por otro lado el 33% indica que las MYPE no cuentan con valor agregado, esta MYPE solamente se preocupan por cumplir con los requerimientos mínimos exigidos en las especificaciones técnicas.

Tabla 11

Valor agregado según expectativas del cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	50,0%
No	3	50,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 11 denominada “Valor agregado según expectativas del cliente” se evidencia que el 50,0% de los clientes señala que si; por ende el 50% también señala que el valor agregado no satisface las expectativas en relación al servicio, o bienes adquiridos.

Tabla 12

Ventaja en calidad de productos o servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100,0%
No	0	0,0%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 12 denominada “Ventaja en calidad de productos o servicios” se constata que el 100,0% de los clientes, señala que las MYPE presentan productos o servicios con ventajas en calidad.

Tabla 13

Exclusividad de productos o servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los alcaldes de las Municipalidades de los distritos de Talara.

En la tabla 13 denominada “Exclusividad de productos o servicios” se constata que el 67% de los clientes, manifiesta que algunas MYPE cuentan con marcas exclusivos; mientras que un 33% manifiesta que las MYPE no cuentan con productos o servicios exclusivos, son básicamente productos más comerciales o servicios básicos cumpliendo lo mínimo requerido.

5.1.2 Resultados de la Variable Financiamiento

5.1.2.1 Dimensión Acceso a Financiamiento

Tabla 14

Requisito para acceso a financiamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	67%
No	4	33%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 14 denominada “Requisito para acceso a financiamiento” se evidencia que el 67% de los representantes indican que si cumplen con los requisitos para acceder a financiamiento en instituciones ya sean bancarias o micro financieras; mientras que un 33% indica que no cumplen con requisitos.

Tabla 15

Necesidad de financiamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75%
No	3	25%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 15 denominada “Necesidad de financiamiento” se constata que el 75% de los representantes de las MYPE, expresan que si es necesario contar con financiamiento, otro 25% señala que no.

Tabla 16

Créditos generados por cuenta corriente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 16 denominada “Créditos generados por cuenta corriente” se constata que el 83% de los representantes indica que sus créditos en primer lugar se originan por ampliación de sus cuentas corrientes en instituciones bancarias; asimismo un 17% señala que no cuentan con créditos por cuenta corriente.

Tabla 17
Garantía de financiamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75,0%
No	3	25,0%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 17 denominada “Garantía de financiamiento” se constata que el 75% de los representantes si cuentan con maquinarias o activos que puedan servir para garantía de financiamiento; mientras que un 25% señala que no.

Tabla 18
Cartas fianzas en instituciones financieras

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	47%
No	7	58%
Total	12	100,00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 18 denominada “Cartas fianza en instituciones financieras” se constata que el 47% de los representantes si han utilizado cartas fianza para poder asegurar a sus proveedores; mientras que un 58% señala que nunca han requerido utilizar cartas fianza para seguridad de los proveedores.

5.1.2.2 Dimensión Fuentes de financiamiento

Tabla 19

Autofinanciamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 19 denominada “Autofinanciamiento” se constata que el 83% de los representantes señala que por lo general son autofinanciados; mientras que un 17% no pueden autofinanciarse, porque es evidente la necesidad de recurrir a préstamos externos.

Tabla 20

Créditos de proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 20 denominada “Créditos a proveedores” se evidencia que el 83% de los representantes indica que generalmente esto se da. En cambio el 17% señala que no, ya que prefieren pagar directamente a sus proveedores, y recibir integro el pago final de la menor cuantía adjudicada.

Tabla 21

Créditos en instituciones bancarias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75%
No	3	25%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 21 denominada “Créditos en instituciones bancarias” se evidencia que el 75% de los representantes mantiene créditos en instituciones bancarias; mientras que el 25% no cuenta con créditos en bancos debido a los costos de los intereses.

Tabla 22

Créditos en instituciones micro financieras

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	25%
No	9	75%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 22 denominada “Créditos en instituciones microfinancieras” se constata que el 25% de los representantes mantienen créditos en microfinancieras por lo general las cajas; asimismo el 75% no cuentan créditos en microfinancieras, sino en bancos.

Tabla 23

Tipo de financiamiento (Tiempo)

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Corto plazo	2	17%
Mediano plazo	7	58%
Largo plazo	3	25%
Total	150	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 23 denominada “Tipo de financiamiento (tiempo)” se evidencia que el 17% de los representantes señalan que su financiamiento es a corto plazo; asimismo un 58% señala que sus créditos son a mediano plazo; y solamente un 25% indica que es a largo plazo.

Tabla 24

Fuentes de financiamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bancos	9	75%
Cajas	3	25%
Prestamistas	0	0,0%
Total	12	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro servicios generales de la provincia de Talara.

En la tabla 24 denominada “Fuentes de financiamiento” se evidencia que el 75% de los representantes indica que son los bancos los que les brindan el financiamiento; y un 25% manifiesta que el crédito es generado por entidades microfinancieras como las cajas.

5.2 Análisis de los resultados

5.2.1 Variable Competitividad

5.2.1.1 Dimensión Nivel de Competitividad

Según Udaondo (2010) la competitividad se entiende como la capacidad de una empresa para alcanzar y el mantenimiento sistemático de ventajas comparativas que le permiten lograr, sostener y mejorar su posición de mercado en el entorno socioeconómico de actuación.

Weinberger (2009) señala que las MYPE presentan grandes ventajas al ser comparados con las medianas y grandes empresas, como una mayor flexibilidad. Al reconocer estas fortalezas y debilidades, las MYPE podrían determinar estrategias eficaces que les permitan competir con éxito en el mercado. Las empresas deben buscar lograr el éxito, por lo cual deben contar con una posición competitiva adecuada en un sector determinado, es decir, alguna ventaja que los diferencie de sus competidores.

En la tabla 1 denominada “Conocimiento del entorno” se observa que existe una igualdad en la percepción de los clientes; ya que el 50.0% consideran que si poseen un adecuado conocimiento del entorno, para poder realizar una presentación de sus expedientes considerando los precios de las competencias y algunas especificaciones técnicas que le brindan mayor puntaje en la evaluación de los encargados de las contrataciones de la Municipalidad; por otro lado, el otro 50,0% indican que se requiere una mayor conocimiento del entorno, sobre todo al licitar con instituciones públicas.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Saavedra y Tapia (2013) quien determinó que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, debido a que su experiencia en el rubro y el conocimiento del entorno competitivo repercute en el nivel competitivo.

El éxito de una organización radica en parte de las estrategias y políticas en favor de su competitividad, las cuales deben ser de uso frecuente; además es

indispensable que se incorporen mejoras en los procesos e innovaciones para mantenerse por encima de la competencia en el sector al que pertenece la organización, todo este tipo de acciones coadyuvarán en el nivel de competitividad de la empresa (García y Sánchez, 2009).

En la tabla 2 denominada “Políticas de funciones o actividades” se constata que el 66,7% de los clientes expresan que si existen políticas de funciones o en sus actividades ya que se requiere al ejecutarse el contrato de servicios o compra de productos, se estipulan a detalle la descripción de la logística o las fases para realizar el servicio; asimismo un 33,3% señala que no se cuenta con dichas políticas debido algunos inconvenientes en la ejecución contractual, lo que perjudica a la entidad o a la población del distrito de ser el caso.

Estos resultados se comparan con los alcanzados por Pinedo (2016) quien determinó que se cuenta con políticas de venta, esencial para cuando los clientes efectúan reclamos o reclaman la garantía del electrodoméstico, basado en la gestión de calidad de las MYPE.

Sobre la competitividad de la empresa radica en la complejidad de los procesos de producción, uso de herramientas modernas de producción, certificaciones, flexibilidad en procesos productivos, planeación de materias primas e insumos, desarrollo de nuevos productos, manejo de inventarios, entre otros factores. Estos permiten que las empresas puedan reaccionar en el corto plazo ante los cambios en los patrones de la demanda y factores externos a la organización; por tanto, a mayor flexibilidad y modernización de los procesos y operaciones, mayor será el nivel de competitividad de la empresa (Medina y Naranjo, 2014)

En la tabla 3 denominada “MYPE con certificaciones” se observa que el 83,3% de los clientes señala que las MYPE de servicios generales, cuentan con certificaciones, para brindar servicios específicos, o algunos productos demandados con marcas

específicas; lo que brinda seguridad para la entidad que se ejecutará adecuadamente el servicio o que los productos tengan garantía. Por otro lado, un 16,7% señala que no cuentan con certificaciones, ya que el contrato no lo señala; aunque resta puntos en la evaluación.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por De la Cruz (2016) quien señala que algunos restaurantes cuentan con licencias otorgadas por DIGESA para la manipulación de alimentos. . Para Zárata (2015) "Ser competitivos requiere contemplar adecuadamente la innovación, identificación absoluta con la calidad total y estabilidad en cumplir los compromisos que se asuman"

En la tabla 4 denominada "Materia prima e insumos de calidad" se evidencia que el 66,7% de los clientes, expresan que las MYPE si cuentan con materia prima o insumos de calidad, en los productos o servicios que ofrecen; ya que esto es vital según las especificaciones técnicas del contrato; por otro lado, el 33,3% manifiesta que no, ya que no cumplen con las especificaciones del requerimiento o solo alcanzan lo suficiente para ser aceptado.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Suluco (2016) quien determinó que para obtener una comida que satisfaga las expectativas de los clientes es necesario contar con materia prima e insumos de calidad, por ello se deben seleccionar adecuadamente a los proveedores.

En la comercialización, una de las dimensiones más relevantes ya que la interacción con clientes y proveedores es esencial tanto para producir de manera eficiente como para distribuir y vender los productos entre los clientes de forma exitosa (Flores y González, 2009)

En la tabla 5 denominada "Relaciones con clientes" se evidencia que el 100,0% de los clientes manifiesta que los encargados de las MYPE o responsables de ofrecer sus bienes o servicios mantienen relaciones amicales con los representantes de la

institución municipal, o contacto muy cercano para obtener información pertinente sobre las especificaciones y en algunos casos los precios que ofertan la competencia para que en sus expedientes sean tomados en cuenta.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Apaza (2016) quien determina que las MYPE deben contar con una cultura enfocada a la calidad de servicio, para estrechar las relaciones con sus clientes y se logre fidelizarlos. Asimismo Dentro de las principales conclusiones se determinó que los clientes manifiestan que la atención es buena, Por otro lado éstos consideran que la empatía de los colaboradores es buena. En cuanto a la amabilidad de los empleados, los clientes la consideran regular.

La competitividad de una organización se relaciona con el adecuado uso del recurso humano, es esencial contar con un proceso riguroso de selección y contratación, programas de capacitación y adiestramiento, análisis de las causas de la rotación laboral, clima laboral y los programas para remediarlos, sistemas de compensaciones, cumplimiento de aspectos de seguridad e higiene industrial (Aragón, Rubio, Serna y Chablé, 2010).

En la tabla 6 denominada “Personal capacitado” se evidencia que el 50,0% de los clientes manifiesta que el personal si está capacitado, y sobre todo cuenta con experiencia para contratar con el estado; ya que los nuevos cambios en la Ley de contrataciones, han modificado la forma de negociar con las instituciones públicas; por otro lado, un 50,0% señala que no se encuentran capacitados, originando un mal llenado de expedientes que retrasan los procesos de contratación.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Feijoó (2016) quien determinó que es necesario que uno de los proyectos inmediatos que se debe realizar en las MYPE, es la implementación de cursos y/o programas de capacitación donde se detalle los procesos y pautas a seguir para efectuar de manera eficiente las actividades encomendadas a cada uno de los trabajadores para poder brindar un buen servicio a los

clientes. Asimismo Lopez 2011 la empresa “Ferretería Bolívar” carece de cursos de capacitación para con sus empleados como innovación y mejoramiento. A fin de brindar a sus clientes un mejor servicio procurando satisfacer todas sus necesidades; y según la investigación realizada se puede concluir que la empresa “Ferretería Bolívar” no cuenta con estrategias competitivas adecuadas, las cuales ayuden a la organización a ser competitivos a fin de satisfacer las necesidades de sus consumidores e incrementar nuevos clientes a la empresa, para lo cual se le recomienda que la capacitación es muy importante para satisfacer las necesidades de los clientes.

Las organizaciones que son conscientes y adoptan las tecnologías de información y comunicación, cuentan con personal especializado, tienen un cierto grado de sistematización y generan planes de contingencia son más proclives a ser más competitivos a escala no solo nacional sino internacional (Cuevas-Vargas, Aguilera, González y Servín, 2015).

En la tabla 7 denominada “Comunicación oportuna con clientes” se observa que el 100,0% de los clientes señala que los responsables de la MYPE en materia de contrataciones, mantienen una comunicación estrecha ya que deben cumplir los plazos de entrega de expedientes, levantamiento de observaciones, hasta la ejecución del servicio o entrega de los bienes.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por De la Cruz (2016) quien determinó que el conocimiento de la competencia, les ha permitido que la mayoría utilice estrategias de marketing que les permita mejorar la comunicación con sus clientes, para identificar sus necesidades y expectativas en relación ofrecido en los restaurantes.

5.2.1.2 Dimensión Ventaja competitiva

De acuerdo a Weinberger (2009), la ventaja competitiva de una organización se genera en el interior de la misma, sobre la base del análisis de sus recursos, su capacidad

y su competencia. La ventaja competitiva debería basarse en alguna capacidad que resulte ser valiosa, insustituible, rara, costosa de imitar y perdurable en el tiempo.

Según Porter (2009) el Liderazgo en costos, en las organizaciones que aplican una estrategia de liderazgo en costos, generalmente buscan ser proveedores de bajo costo de la industria, es decir, atraen a sus clientes por tener el precio promedio más bajo del mercado.

En la tabla 8 denominada “MYPE presenta precios bajos” se observa que el 66,7% de los clientes indica que sí, esto con la finalidad de tener la opción de negociar con las instituciones públicas, ya que si se cumple con las especificaciones técnicas, el precio juega un papel preponderante. Asimismo, un 33,3% señala que las MYPE no cuentan con precios bajos, ya que desconocen los precios del mercado en relación a la competencia; o simplemente por la calidad de los servicios o productos ofertantes, y esto juega muchas veces en su contra.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Pinedo (2016) quien determinó que la mayoría de las MYPE ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%; por lo cual pueden ofrecer precios más bajos que su competencia, y aun así seguir generando rentabilidad para la empresa.

Las microempresas tienen capacidad para generar economías de escala implica que sus funciones de producción y costos deben exhibir rendimientos crecientes, y que son los aprendizajes y capacidades empresariales los que les permiten reducir sus costos respecto a la producción acumulada. (Ramírez, Mungaray, Ramírez y Taxis, 2009).

En la tabla 9 denominada “Costo de producción o servicios bajos” se evidencia que el 50,0% de los clientes supone que las MYPE cuentan con costos de producción o servicios bajos; ya que cuentan con proveedores que les permiten tener precios de oferta más reducidos; mientras que el otro 50,0% señala que los costos no son bajos, ya que están incursionando en el medio de negociaciones con el estado.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Lopez (2011) quien Dentro de las conclusiones se determinó que La empresa Ferretería Bolívar no realiza investigación de mercado que permita conocer el manejo de precios; con relación a la participación del mercado es notorio que la empresa “Ferretería Bolívar” se encuentra en un nivel medio de competitividad.

El valor agregado es la diferencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor. (Salvador, 2016)

En la tabla 10 denominada “Productos o servicios con valor agregado” se constata que el 66,7% de los clientes indica que sí; ya que es evidente en los expedientes que presentan en cuanto a la descripción del servicio o bienes a comerciar, también se evidencia en la ejecución del contrato especialmente en relación a los servicios; por otro lado el 33,3% indica que las MYPE no cuentan con valor agregado, esta MYPE solamente se preocupan por cumplir con los requerimientos mínimos exigidos en las especificaciones técnicas.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por De la Cruz (2016) quien determinó que el 88,24% conoce sus fortalezas y debilidades, por lo que las MYPE en un 100% ha innovado en tecnología, considerándola como una herramienta para lograr mejor competitividad y desarrollo en su empresa, ya que es un valor agregado que se le brinda al cliente, perceptible para su satisfacción.

En relación al valor agregado, según Salvador (2016) se debe conocer cuáles son los atributos que valoran nuestros clientes, cuáles son sus necesidades y qué problema quieren resolver.

En la tabla 11 denominada “Valor agregado según expectativas del cliente” se evidencia que el 50,0% de los clientes señala que si, ya que algunas MYPE se centran en cumplir la ejecución del contrato, y se olvidan de la parte de servicio o relaciones

con el personal siendo importante para ser considerado en alguna otra contratación directa o menor cuantía requerida por la institución pública; por ende el 50% también señala que el valor agregado no satisface las expectativas en relación al servicio, o bienes adquiridos.

Estos resultados se comparan con los logrados por Suluco (2016) quien determinó que el 80% promedio medio de las MYPE genera innovación y brinda valor agregado a sus clientes; para lo cual ha adoptado una mejora continua (Kaizen) para poder ser más competitiva, enfocándose en las expectativas de sus clientes.

Porter (2009) señala que la estrategia de diferenciación, busca otorgar al cliente un producto o servicio que le entregue mayor valor, aunque ello implique un mayor precio.

En la tabla 12 denominada “Ventaja en calidad de productos o servicios” se constata que el 100,0% de los clientes, señala que las MYPE presentan productos o servicios que cumplen a cabalidad con los especificado en el contrato, al menos con lo mínimo requerido; aunque a veces depende más del precio o de la disposición del presupuesto.

Dichos resultados se comparan con los obtenidos por Ibarra (2016) quien en los resultados de las MYPE manufactureras indican que las pymes son medianamente competitivas pero con tendencia importante hacia la baja, independientemente de su tamaño, ya que deben generar una calidad adecuada en sus productos ofertados. Asimismo, la dimensión que más contribuye a explicar la competitividad de la empresa es producción y operaciones. Por otro lado, Saavedra y Tapia (2013), concluyen su investigación que los resultados de la investigación muestran que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la

pequeña y mediana son altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño, sin dejar de lado la calidad de los productos o servicios que generen.

Porter (2009) indica que la estrategia de enfoque, generalmente es empleada por empresas o instituciones que producen bienes o servicios para nichos de mercado muy particulares. Se suelen tener productos sumamente diferenciados, de excelente calidad, a costos razonables y precio alto. De esta manera, “clientes exclusivos” gozan de “productos o servicios exclusivos.”

En la tabla 13 denominada “Exclusividad de productos o servicios” se constata que el 66,7% de los clientes, manifiesta que algunas MYPE cuentan con marcas o certificaciones que se perciben como reconocidas o simplemente mejores al momento de la ejecución; mientras que un 33,3% manifiesta que las MYPE no cuentan con productos o servicios exclusivos, son básicamente productos más comerciales o servicios básicos cumpliendo lo mínimo requerido.

Esto se compara, con los obtenidos por Apaza (2016) quien determino que las MYPE del rubro óptico, consideran que la competencia obliga que una MYPE sea más competitiva, y para ello es necesario contar con marcas exclusivas que las diferencien y se enfoquen a segmentos específicos.

5.2.2 Variable Financiamiento

5.2.2.1 Dimensión Acceso a Financiamiento

Según Ccaccya (2015), se entiende por financiamiento aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero.

Los requisitos para acceder a un crédito varían dependiendo del monto de dinero, y de la persona a la cual se le entrega el préstamo. Entre lo principal pedido se encuentra: Traer documento de identidad (DNI); un certificado de vivienda (título de

propiedad); un certificado del negocio (puede ser licencia de funcionamiento, carnet de sanidad o los documentos que emite la Sunat). (Sócola, 2010)

En la tabla 14 denominada “Requisito para acceso a financiamiento” se evidencia que el 66,7% de los representantes indican que si cumplen con los requisitos para acceder a financiamiento en instituciones ya sean bancarias o microfinancieras; mientras que un 33,3% indica que no cumplen con requisitos, ya que presentan créditos con diversas instituciones lo que les limita seguir accediendo a otros créditos con otras instituciones.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por González (2014) quien concluye que en las medianas empresas del sector comercio el acceso a financiamiento a través de capital es bastante reducido, en las pequeñas empresas el acceso a recursos financieros de mediano y largo plazo es nulo. Esta situación pone de manifiesto la insuficiencia de recursos orientados a la inversión lo cual se convierte en un limitante para emprender proyectos. Asimismo, Bustos (2017) concluye que una parte importante de los clientes que reportan no haber accedido a créditos bancarios argumenta razones atribuibles a falta de conocimiento de cómo acceder al sistema bancario o bien a no cumplir con los requisitos para la asignación de préstamos. Finalmente Valverde (2015) concluye que la obtención del crédito por parte de las entidades bancarias, es un trámite dificultoso por los requisitos solicitados. Asimismo, la empresa en estudio accede al financiamiento con la entidad bancaria en un primer crédito comercial mediante una tarjeta capital de trabajo, por cumplir con las exigencias de la entidad bancaria.

Las empresas requieren de recursos financieros para el normal desempeño de sus actividades y/o llevar a cabo proyectos que le permitan alcanzar diversos objetivos como pueden ser los de aumentar la producción, construir o adquirir nuevas plantas, o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado. (Banco Central de Reserva del Perú 2009)

En la tabla 15 denominada “Necesidad de financiamiento” se constata que el 75% de los representantes de las MYPE, expresan que si es necesario contar con financiamiento, debido al tipo de servicio o bienes que se negocian con las instituciones públicas, otro 25,0% señala que no, debido a que pertenecen a otras empresas que facilitan capital para poder ejecutar el contrato, solamente cuando se adjudican el servicio o la venta de bienes.

Esto se puede comparar con los obtenidos por Bustos (2017) quien determinó que la falta del financiamiento como una de las principales limitantes al desarrollo y crecimiento de los negocios y, más aún, este factor se acentúa en negocios ubicados en comunas de menores ingresos.

Los créditos o riesgos por caja se denominan así debido a que la entidad entrega un dinero al solicitante, realizando trámite que inicia el registro de caja. A la vez señala que puede efectuarse a través del abono en cuenta corriente, cuenta de ahorro o en situaciones especiales por medio de la entrega de cheque de gerencia o dinero en efectivo (Mamani, 2014)

En la tabla 16 denominada “Créditos generados por cuenta corriente” se constata que el 83,3% de los representantes indica que sus créditos en primer lugar se originan por ampliación de su cuentas corrientes en instituciones bancarias, solicitadas a su asesor del banco; asimismo un 16,7% señala que no cuentan con créditos por cuenta corriente.

Estos resultados se comparan con los de Sánchez (2014) quien respecto al financiamiento, señaló que los empresarios encuestados manifestaron que: el 40% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 20% realiza ampliaciones en sus cuentas corrientes a los sectoristas, para pagos a corto plazo.

El sector de las MYPE, carentes de garantías reales o de garantías líquidas, las convierte en un sector discriminado para ser atendidos con créditos, precisamente, por la

carencia expuesta que constituye un fallo del mercado originado precisamente por las normas de Basilea, que justifica la presencia del Estado en promover y apoyar esquemas de garantías, para que las dificultades en acceso al crédito para las MYPE sean superadas en alguna medida. (Martinotti, 2016)

En la tabla 17 denominada “Garantía de financiamiento” se constata que el 75,0% de los representantes si cuentan con maquinarias o activos que puedan servir para garantía de financiamiento si fuera el caso; mientras que un 25% señala que no ha sido necesario dejar como garantía activos de la empresa, para acceder a financiamiento, ya que solamente participan en menores cuantías que requieren un capital medio de trabajo.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Valverde (2015) quien concluye que las pequeñas empresas son consideradas como entidades de alto riesgo al no poseer garantías, por lo cual se considera un limitado acceso al financiamiento.

Los créditos contingentes o créditos no por caja porque la entidad no realiza ningún desembolso en efectivo al solicitante, más bien es un respaldo o garantía que ofrece la entidad u otros intermediarios financieros que puede efectuarse a través de aval bancario, cartas de fianza. (Mamani, 2014)

En la tabla 18 denominada “Cartas fianza en instituciones financieras” se constata que el 41,7% de los representantes si han utilizado cartas fianza para poder asegurar a sus proveedores la garantía de pago por los bienes exclusivos requeridos por las instituciones; mientras que un 58,3% señala que nunca han requerido utilizar cartas fianza para seguridad de los proveedores.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Valverde (2015) quien respecto a las características del financiamiento de la empresa “Importaciones Médicas Velsor S.A.C.”, el tipo de financiamiento es de terceros a través del sistema bancario

mediante cartas fianza, considerando el monto y la tasa de interés que se paga por el crédito aceptable.

5.2.2.2 Dimensión Fuentes de financiamiento

De acuerdo a Mamani (2014) señala que es importante mencionar que las fuentes de financiamiento están definidas desde el punto de vista de la empresa. Así las fuentes de financiamiento se clasifican según su procedencia en las fuentes internas de financiamiento, son fuentes generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción. Como las aportaciones de los Socios, referida a las aportaciones de los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad (capital social) o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentar éste.

En la tabla 19 denominada “Autofinanciamiento” se constata que el 83,3% de los representantes señala que por lo general son autofinanciados, ya que estas MYPE han sido creadas por empresas con mayor capacidad solamente con la finalidad de negociar con el estado; mientras que un 16,7% no pueden autofinanciarse, porque es evidente la necesidad de recurrir a préstamos externos.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por González (2014) quien evidenció que las Pymes del sector comercio no están diversificando sus fuentes de financiamiento, presentando un financiamiento mayoritario y concentrado en fuentes internas a través del patrimonio, es decir que las empresas usualmente recurren a recursos propios a través de las utilidades y aportes antes que a fuentes externas. También los resultados de Bustos (2017) determinan que la utilización de recursos propios aparece como la fuente más utilizada para la puesta en marcha de los negocios, y se observa una baja proliferación en la utilización de fuentes alternativas como los créditos de instituciones no bancarias.

Según Rodríguez (2014) existen fuentes externas de financiamiento, y son aquellas otorgadas por terceras personas tales como: Proveedores; como el anticipo de clientes.

En la tabla 20 denominada “Créditos a proveedores” se evidencia que el 83,3% de los representantes indica que generalmente esto se da, ya que los pagos de las instituciones públicas demoran en ser desembolsados, entonces se solicita créditos o se realizan pagos parciales a sus proveedores. En cambio el 16,7% señala que no, ya que prefieren pagar directamente a sus proveedores, y recibir íntegro el pago final de la menor cuantía adjudicada.

Estos resultados se comparan con los de González (2014) quien en la estructura del pasivo de las Pymes, se encuentra que el pasivo a corto plazo tiene gran representatividad (86,47%) especialmente a través de las cuentas de proveedores, costos y gastos por pagar y obligaciones financieras; destacándose principalmente el apalancamiento a través de proveedores.

Según Rodríguez (2014) los créditos bancarios son otorgados por instituciones crediticias, típicamente los bancos, mediante la celebración de un contrato por el que nace la deuda. Suele confundirse el concepto de crédito con el de préstamo, la diferencia radica en que en el crédito el cliente cuenta con un dinero a su disposición y solo paga intereses por la cantidad que utiliza, al tiempo que en el préstamo, el cliente recibe todo el dinero y paga intereses por la totalidad, más allá de cuánto realmente gaste.

En la tabla 21 denominada “Créditos en instituciones bancarias” se evidencia que el 75,0% de los representantes mantiene créditos en instituciones bancarias, básicamente porque sus representantes ya cuentan con cuentas corrientes con los bancos; mientras que el 25,0% no cuenta con créditos en bancos debido a los costos de los intereses.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Bustos (2017) quien concluye que en relación a los clientes que sí han solicitado créditos bancarios, se concluye que microempresas solicitan principalmente créditos a nombre de sus dueños, mientras que empresas medianas lo hacen en mayor medida a nombre del negocio. Por su parte, Mayta (2017) determinó que el 58.3% de las Mypes encuestadas obtienen financiamiento del sistema bancario.

Según Rodríguez (2014) las cajas de ahorro cuyo objetivo es captar recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y micro empresas. Adicionalmente, realizan operaciones dentro de la legislación vigente, emitidas para las empresas del sistema financiero. En el Perú existen cajas municipales, rurales y metropolitanas (en Lima). Sin embargo, todas estas instituciones están normadas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)

En la tabla 22 denominada “Créditos en instituciones microfinancieras” se constata que el 25% de los representantes mantienen créditos en microfinancieras por lo general las cajas, por las facilidades que esta ofrecen; asimismo el 75,0% no cuentan créditos en microfinancieras, sino en bancos.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Ixchop (2014) quien concluye que la principal fuente de financiamiento que utilizan los empresarios de confección es el financiamiento externo, a pesar de las altas tasas de intereses que cobran algunas instituciones financieras y del número de requisitos y trámites que solicitan. Por su parte Hernández (2015) concluye que la empresa del caso “Abarrotes Richard”, obtiene financiamiento a través de fuentes internas (propio) y fuentes externas (de terceros), siendo fundamentalmente del sistema no bancario, es decir cajas. Asimismo, Velarde (2015) señala que el sistema no bancario, es decir las microfinancieras son los que otorgan con mayor facilidad la obtención de créditos

De acuerdo a Ccaccya (2015), las fuentes de financiación pueden clasificarse en función del tiempo que pase hasta la devolución del capital prestado. Se distinguen dos tipos: Financiamiento a corto plazo, son aquellas en las que se cuenta con un plazo igual o inferior al año para devolver los fondos obtenidos. Y el Financiamiento a largo plazo, son las que el plazo de devolución de los fondos obtenidos es superior al periodo de un año. Esta constituye la financiación básica o de recursos permanentes.

En la tabla 23 denominada “Tipo de financiamiento (tiempo)” se evidencia que el 16,7% de los representantes señalan que su financiamiento es a corto plazo, es entendible al ser menores cuantías; asimismo un 58,3% señala que sus créditos son a mediano plazo; y solamente un 25,0% indica que es a largo plazo.

Lo que se compara con lo obtenido por Hernández (2015) quien determino que los préstamos que la empresa “Abarrotes Richard”, fueron de corto plazo y fue utilizado en capital de trabajo. Asimismo, López (2017) determinó que para el plazo estimado del crédito lo manejan en pocos meses motivo por el elevado interés ya que a más meses más intereses pero teniendo en cuenta la cuota de pago.

Para Rodríguez (2012), señala que las entidades de financiamiento captan los ahorros y efectúan préstamos o llevan a cabo inversiones de los demandantes a cambio de pago de intereses o dividendos. En este punto, las empresas que se encuentran bajo supervisión de la SBS se clasifican de la siguiente forma: Empresas bancarias; empresas financieras; cajas municipales de ahorro y crédito; Cajas rurales de ahorro y crédito; cajas municipales de crédito popular; administradoras de fondos de pensiones; empresas de arrendamiento financiero; corporación financiera de desarrollo (COFIDE); bolsa de valores y bolsa de productos; bancos de inversores; sociedad nacional de agentes de bolsa; empresas de desarrollo de pequeña y micro empresa (EDYPYMES); cooperativas de ahorro y crédito; empresa de transferencia de fondos; empresas afianzadoras y de

garantías; almacenes generales de depósito; empresa de servicios fiduciarios y empresas de seguros.

En la tabla 24 denominada “Fuentes de financiamiento” se evidencia que el 75,0% de los representantes indica que son los bancos los que les brindan el financiamiento; y un 25,0% manifiesta que el crédito es generado por entidades micro financieras como las cajas.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por López (2017) quien determinó que las fuentes de financiamiento son las cajas con un 52%, el segundo lugar lo ocupa los bancos con un 48% lo que significa que las personas más buscan un crédito con estas entidades. Por su parte, Sernaqué (2016) encontró que la gran mayoría hace uso del financiamiento externo debido a la facilidad para obtenerlo siendo las Cajas las principales entidades financieras que lo proporcionan. Los principales beneficios que se obtienen del financiamiento, se refieren al plazo adecuado que obtienen para cancelar el préstamo, el mismo que es utilizado mayormente en materias primas e insumos

VI. CONCLUSIONES

Respecto al nivel de competitividad, se determinó que las Mypes de Servicios Generales ,mantienen una buena comercialización de sus productos y sistemas de información dado a las buenas relaciones y la comunicación oportuna con sus clientes ; La producción y operación se refleja con certificaciones para la realización de servicios; la planeación estratégica en el marco político de sus actividades y en la adquisición de las materias prima .

Respecto a las ventajas competitivas de las Mypes Servicios Generales; la exclusividad de sus productos y servicios que brindan estas mypes son consideradas como una ventaja competitiva para ellas ya que con ese valor agregado que demuestran es gracias a la producción o servicios a bajo costo que brindan a sus clientes.

Respecto al acceso al financiamiento las Mypes de Servicios Generales; se puede concluir que las empresas si requieren financiamiento y lo adquieren a través de créditos directos donde el banco le proporciona un dinero para la inversión de un producto o servicio y así cumplir con las exigencias o requerimientos de sus cliente ; o a través de créditos indirectos como aval bancario cartas fianzas .

Respecto a las fuentes de financiamiento; se puede concluir que las Mypes necesitan financiamiento a través de fuentes externas como los bancos o cajas donde tiene la disponibilidad de dinero a prestar para poder cubrir su requerimiento y mayormente lo solicitan a mediano plazo para obtener así mayor tiempo del pago de cuota o totalidad del préstamo ; así como también de fuentes internas creadas por la misma entre ellas tenemos venta de propiedades , aportaciones de socios o utilidades revertidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adonde.com el buscador del Perú. (05 de Junio de 2017). *Turismo Talara Piura Perú*.

Obtenido de <http://adonde.com/turismo/piura-talara.php>

América Economía. (2017). *LatinFocus ratifica liderazgo de la economía peruana en*

2017. Obtenido de Entre los países de la región, también eleva proyección de expansión del PIB de 4,1% 4,2% para 2018.:

[http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/latinfocus-](http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/latinfocus-ratifica-liderazgo-de-la-economia-peruana-en-2017)

[ratifica-liderazgo-de-la-economia-peruana-en-2017](http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/latinfocus-ratifica-liderazgo-de-la-economia-peruana-en-2017)

Banco Central de Reserva del Perú. (2016). *Caracterización del departamento de Piura*.

Obtenido de Estructura productiva:

<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/piura-caracterizacion.pdf>

BBVA Research. (2016). *Análisis regional. La Libertad, Lambayeque y Piura*.

Obtenido de [https://www.bbvaresearch.com/wp-](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2016/11/Region-Norte.pdf)

[content/uploads/2016/11/Region-Norte.pdf](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2016/11/Region-Norte.pdf)

Cohen, M., & Baralla, G. (2012). *La situación de las PyMEs en América latina*.

Obtenido de Ieralpyme.org:

http://www.ieralpyme.org/images_db/noticias_archivos/137.pdf

Díaz, R. (2017). *Tipo de cambio: ¿Podría llegar a S/. 3.25 al final de 2017?* Obtenido

de Economía. Gestión.: <http://gestion.pe/economia/tipo-cambio-podria-llegar-s-325-al-final-2017-2180378>

Ferrero, A. (2015). *Estabilidad política y económica en Perú*. Obtenido de Análisis &

Opinión. América Economía.: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/estabilidad-politica-y-economica-en-peru>

Gestión. (2015). *Banco Mundial: Perú tiene un ingreso per cápita con tendencia*

similar a países de altos ingresos. Obtenido de

<http://gestion.pe/economia/banco-mundial-peru-tiene-ingreso-per-capita-tendencia-similar-paises-altos-ingresos-2144850>

Gobierno Regional Piura. (ENERO de 2013). *PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO REGIONAL CONCERTADO 2013-2016*. Obtenido de http://www.regionpiura.gob.pe/documentos/plan_desarrollo_regional_concertado_2013_2016_region_piura.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Editorial Prentice Hall. Tercera Edición.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2009). *PERU: ESTIMACIONES Y PROYECCIONES DE POBLACION POR SEXO SEGUN DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO 2000 AL 2015*. Obtenido de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0842/libro.pdf>

Jiménez, E. (2016). *¿Medidas tributarias a favor de las mypes?* Obtenido de Diario Gestión: <http://sim.macroconsult.pe/medidas-tributarias-a-favor-de-las-mype/>

Lira, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. Lima - Perú: @Natham Asociates Inc.

Mamani, J. (2014). *Modalidades de financiamiento*. Obtenido de Actualidad empresarial: http://aempresarial.com/web/revitem/5_16160_47779.pdf

Mifflin, I. (2011). *Si las MYPE se asociaran en redes tendrían mayor poder de negociación*. Obtenido de Empresarios en acción. Boletín de emprendimiento económico:

<http://xa.yimg.com/kq/groups/2122051/1917099692/name/BOLETIN+Empresarios+en+Accion-+6+Oct+ASPEm.pdf>

Municipalidad Provincial de Talara. (2012). *PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL*. Obtenido de <http://www.munitalara.gob.pe/pagina.php?post=44>

- Panizo. (2014). *Competitividad, Formalización y desarrollo de la MYPE*. Lima:
<http://peru21.pe/economia/cambios-ley-mype-permitira-que-170-mil-empresas-se-formalicen-2014-2139763>.
- Perú21. (2016). *PPK afirma que la revolución del crédito impulsará el crecimiento del Perú*. Obtenido de <http://peru21.pe/economia/ppk-afirma-que-revolucion-credito-impulsara-crecimiento-peru-2257705>
- Rodriguez, G. (2014). *Administración financiera*. Obtenido de Actualidad empresarial:
http://aempresarial.com/servicios/revista/300_9_LPGOUVNGUFAHVXQUFMJTUROONBZFPWQAMWOGRCNMINUEKLYPXI.pdf
- Semana. (2017). *Clase media de Piura crece a menor ritmo*. Obtenido de Suplemento Dominical. El Tiempo: <http://eltiempo.pe/wp-content/uploads/2017/01/Semana01122017.pdf>
- Valderrama, G. (2005). *Perú Tourist Guide*. Obtenido de <http://www.perutoptours.com/index26dirt.html>

ANEXOS

Cuestionarios



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la competitividad y financiamiento en las MYPE del rubro servicios generales de Talara, año 2016”**. Se le agradece, marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

I. VARIABLE COMPETITIVIDAD

2.1 Dimensión Nivel de Competitividad

1. ¿Considera que las MYPE cuenta con conocimiento sobre el entorno del rubro?	SI () NO ()
2. ¿Las MYPE cuentan con políticas para realizar sus funciones o actividades?	SI () NO ()
3. ¿Las MYPE cuenta con certificaciones para realizar servicios a instituciones públicas?	SI () NO ()
4. ¿Las MYPE cuentan con materias primas e insumos de calidad?	SI () NO ()
5. ¿Las MYPE mantienen buenas relaciones con los encargados de las contrataciones?	SI () NO ()
6. ¿Las MYPE cuentan con personal debidamente capacitado?	SI () NO ()
7. ¿Las MYPE mantienen comunicación oportuna con los clientes?	SI () NO ()

2.2 Dimensión Ventajas Competitivas

8. ¿Las MYPE presentan precios bajos en sus expedientes por sus servicios y productos?	SI () NO ()
9. ¿Considera que las MYPE se preocupan por mantener costos de producción o servicios en economía de escala?	SI () NO ()
10. ¿Los productos o servicios de las MYPE presentan valor agregado en relación a competencia?	SI () NO ()
11. ¿El valor agregado ofrecido por las MYPE satisface las necesidades	SI ()

de los clientes?	NO ()
12. ¿Las MYPE se diferencian por la calidad de sus productos o servicios?	SI () NO ()
13. ¿Las MYPE cuentan con productos o servicios exclusivos?	SI () NO ()



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la competitividad y financiamiento en las MYPE del rubro servicios generales de Talara, año 2016**”. Se le agradece, marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

I. VARIABLE FINANCIAMIENTO

2.1 Dimensión Acceso de financiamiento

1. ¿Considera que su MYPE cuenta con los requisitos necesarios para acceder a financiamiento?	SI () NO ()
2. ¿Usted considera que la MYPE necesita de financiamiento?	SI () NO ()
3. ¿Cuenta con créditos generados por ampliación de cuentas corrientes en las entidades financieras?	SI () NO ()
4. ¿Se cuenta con capital suficiente para respaldo o garantía de financiamiento?	SI () NO ()
5. ¿La MYPE cuenta con cartas fianza en alguna institución financiera?	SI () NO ()
6. ¿Las MYPE puede autofinanciarse a través de sus fuentes generadas?	SI () NO ()

2.2 Dimensión Fuentes de financiamiento

7. ¿Se cuenta con créditos en los distintos proveedores o financiamiento de pago?	SI () NO ()
8. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones bancarias?	SI () NO ()
9. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones financieras?	SI () NO ()
10. ¿Qué tipo de financiamiento adquieren en función al tiempo?	Corto plazo () Mediano plazo () Largo Plazo ()
11. ¿Qué tipo de instituciones le brindan financiamiento?	Bancos ()

	Cajas () Prestamistas ()
--	-------------------------------

Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado
con DNI 02616283, con el grado de Doctor en Administración

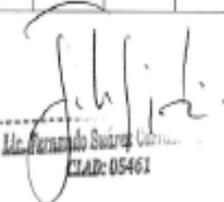
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante AMBAR STEFFANY FALLA ROMERO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO SERVICIOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


Lic. Fernando Suárez Carrasco
CIAD: 05461

Piura, Agosto 2018.

Ítems relacionados con Financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiéscente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera que su MYPE cuenta con los requisitos necesarios para acceder a financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que la MYPE necesita de financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Cuenta con créditos generados por ampliación de cuentas corrientes en las entidades financieras?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Se cuenta con capital suficiente para respaldo o garantía de financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿La MYPE cuenta con cartas fianza en alguna institución financiera?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Las MYPE puede autofinanciarse a través de sus fuentes generadas?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Se cuenta con créditos en los distintos proveedores o financiamiento de pago?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones bancarias?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones financieras?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Qué tipo de financiamiento adquieren en función al tiempo?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Qué tipo de instituciones le brindan financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)


 M. Fernando Suárez Cárdenas
 CIAD: 05461

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera que las MYPE cuenta con conocimiento sobre el entorno del rubro?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Las MYPE cuentan con políticas para realizar sus funciones o actividades?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Las MYPE cuenta con certificaciones para realizar servicios a instituciones públicas?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Las MYPE cuentan con materias primas e insumos de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Las MYPE mantienen buenas relaciones con los encargados de las contrataciones?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Las MYPE cuentan con personal debidamente capacitado?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Las MYPE mantienen comunicación oportuna con los clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Las MYPE presentan precios bajos en sus expedientes por sus servicios y productos?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Los productos o servicios de las MYPE presentan valor agregado en relación a competencia?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Las MYPE se diferencian por la calidad de sus productos o servicios?	X			X		X	SI () NO (X)
11. ¿Las MYPE cuentan con productos o servicios exclusivos?	X			X		X	SI () NO (X)


 Lic. Fernando Daniel Carrasco D.
 CLAB: 05461

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA, identificado con DNI 02659237, con el grado de MAESTRO en CIENCIAS POLÍTICAS.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante AMBAR STEFFANY FALLA ROMERO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO SERVICIOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

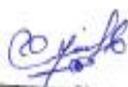
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza
CUAD 05862

Piura, Agosto 2018.

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que las MYPE cuenta con conocimiento sobre el entorno del rubro?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Las MYPE cuentan con políticas para realizar sus funciones o actividades?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Las MYPE cuenta con certificaciones para realizar servicios a instituciones públicas?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Las MYPE cuentan con materias primas e insumos de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Las MYPE mantienen buenas relaciones con los encargados de las contrataciones?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Las MYPE cuentan con personal debidamente capacitado?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Las MYPE mantienen comunicación oportuna con los clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Las MYPE presentan precios bajos en sus expedientes por sus servicios y productos?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Los productos o servicios de las MYPE presentan valor agregado en relación a competencia?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Las MYPE se diferencian por la calidad de sus productos o servicios?	X			X		X	SI () NO (X)
11. ¿Las MYPE cuentan con productos o servicios exclusivos?	X			X		X	SI () NO (X)


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Pizarro Hinojosa
 CLAD 050612

Ítems relacionados con Financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que su MYPE cuenta con los requisitos necesarios para acceder a financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que la MYPE necesita de financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Cuenta con créditos generados por ampliación de cuentas corrientes en las entidades financieras?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Se cuenta con capital suficiente para respaldo o garantía de financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿La MYPE cuenta con cartas fianza en alguna institución financiera?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Las MYPE puede autofinanciarse a través de sus fuentes generadas?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Se cuenta con créditos en los distintos proveedores o financiamiento de pago?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones bancarias?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones financieras?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Qué tipo de financiamiento adquieren en función al tiempo?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Qué tipo de instituciones le brindan financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)


 Mg. Lic. Adm. Financ. y Econ. Hinojosa
 CLAD 000102

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Ricardo Bayona Espinoza, identificado
con DNI 02683992, con el grado de Doctor en Administración
de la

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante AMBAR STEFFANY FALLA ROMERO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO SERVICIOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


Dr. Ricardo Bayona Espinoza
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Piura, Agosto 2018.

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que las MYPE cuenta con conocimiento sobre el entorno del rubro?	✓						SI () NO ()
2. ¿Las MYPE cuentan con políticas para realizar sus funciones o actividades?	✓						SI () NO ()
3. ¿Las MYPE cuenta con certificaciones para realizar servicios a instituciones públicas?	✓						SI () NO ()
4. ¿Las MYPE cuentan con materias primas e insumos de calidad?	✓						SI () NO ()
5. ¿Las MYPE mantienen buenas relaciones con los encargados de las contrataciones?	✓						SI () NO ()
6. ¿Las MYPE cuentan con personal debidamente capacitado?	✓						SI () NO ()
7. ¿Las MYPE mantienen comunicación oportuna con los clientes?	✓						SI () NO ()
8. ¿Las MYPE presentan precios bajos en sus expedientes por sus servicios y productos?	✓						SI () NO ()
9. ¿Los productos o servicios de las MYPE presentan valor agregado en relación a competencia?	✓						SI () NO ()
10. ¿Las MYPE se diferencian por la calidad de sus productos o servicios?	✓						SI () NO ()
11. ¿Las MYPE cuentan con productos o servicios exclusivos?	✓						SI () NO ()



 Dr. *[Firma]*

 GERENTE DE PROYECTO

Ítems relacionados con Financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que su MYPE cuenta con los requisitos necesarios para acceder a financiamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
2. ¿Usted considera que la MYPE necesita de financiamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
3. ¿Cuenta con créditos generados por ampliación de cuentas corrientes en las entidades financieras?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
4. ¿Se cuenta con capital suficiente para respaldo o garantía de financiamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
5. ¿La MYPE cuenta con cartas fianza en alguna institución financiera?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
5. ¿Las MYPE puede autofinanciarse a través de sus fuentes generadas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
6. ¿Se cuenta con créditos en los distintos proveedores o financiamiento de pago?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
7. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones bancarias?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
8. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones financieras?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
9. ¿Qué tipo de financiamiento adquieren en función al tiempo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
10. ¿Qué tipo de instituciones le brindan financiamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()



 Dr. Rosenda Tapona Sepino

 GERENTE DE PROYECTO

Matriz de instrumentos

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes
Competitividad	Nivel de competitividad	Planeación estratégica	1. ¿Considera que las MYPE cuenta con conocimiento sobre el entorno del rubro?	Nominal / Ordinal	Clientes
			2. ¿Las MYPE cuentan con políticas para realizar sus funciones o actividades?		
		Producción y operaciones	3. ¿Las MYPE cuenta con certificaciones para realizar servicios a instituciones públicas?		
			4. ¿Las MYPE cuentan con materias primas e insumos de calidad?		
		Comercialización	5. ¿Las MYPE mantienen buenas relaciones con los encargados de las contrataciones?		
		Recursos Humanos	6. ¿Las MYPE cuentan con personal debidamente capacitado?		
		Sistemas de información	7. ¿Las MYPE mantienen comunicación oportuna con los clientes?		
Ventaja competitiva	Liderazgo en costos	8. ¿Las MYPE presentan precios bajos en sus expedientes por sus servicios y productos?	Nominal / Ordinal	Clientes	
		9. ¿Considera que las MYPE se preocupan por mantener costos de producción o servicios en			

			economía de escala?		
		Estrategia de diferenciación	10. ¿Los productos o servicios de las MYPE presentan valor agregado en relación a competencia?		
			11. ¿El valor agregado ofrecido por las MYPE satisface las necesidades de los clientes?		
		Estrategia de enfoque	12. ¿Las MYPE se diferencian por la calidad de sus productos o servicios?		
			13. ¿Las MYPE cuentan con productos o servicios exclusivos?		

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes
Financiamiento	Acceso a financiamiento	Necesidad de financiamiento	1. ¿Considera que su MYPE cuenta con los requisitos necesarios para acceder a financiamiento?	Nominal / Ordinal	Representantes
			2. ¿Usted considera que la MYPE necesita de financiamiento?		
		Créditos directos	3. ¿Cuenta con créditos generados por ampliación de cuentas corrientes en las entidades financieras?		
		Créditos indirectos	4. ¿Se cuenta con capital suficiente para respaldo o garantía de financiamiento?		
			5. ¿La MYPE cuenta con cartas fianza en alguna institución financiera?		
Fuentes de financiamiento	Financiamiento interno	Financiamientos externo	6. ¿Las MYPE puede autofinanciarse a través de sus fuentes generadas?	Nominal / Ordinal	Representantes
			7. ¿Se cuenta con créditos en los distintos proveedores o financiamiento de pago?		
			8. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones bancarias?		

			9. ¿Las MYPE cuentan con créditos en instituciones financieras?		
		Tiempo de financiamiento	10. ¿Qué tipo de financiamiento adquieren en función al tiempo?		
		Instituciones de financiamiento	11. ¿Qué tipo de instituciones le brindan financiamiento?		

Libro de códigos

1 Variable Competitividad

Variable Competitividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	Total
1 Conocimiento sobre su entorno							
SI	1	1			1		3
NO			2	2		2	3
2 Políticas de funciones o actividades							
SI	1	1	1		1		4
NO				2		2	2
3 MYPE con certificaciones							
SI	1	1	1		1	1	5
NO				2			1
4 Materia prima o insumos de calidad							
SI	1	1	1		1		4
NO				2		2	2
5 Relaciones con clientes							
SI	1	1	1	1	1	1	6
NO							0
6 Personal capacitado							
SI		1	1		1		3
NO	2			2		2	3
7 Comunicación oportuna con clientes							
SI	1	1	1	1	1	1	6
NO							0

8	Precios Bajos							
	SI	1			1	1	1	4
	NO		2	2				2
9	Costos de producción o servicios bajos							
	SI	1			1	1		3
	NO		2	2			2	3
10	Productos o servicios con valor agregado							
	SI	1		1		1	1	4
	NO		2		2			2
11	Valor agregado según expectativas del cliente							
	SI	1		1		1		3
	NO		2		2		2	3
12	Ventaja en calidad de productos o servicios							
	SI	1	1	1	1	1	1	6
	NO							0
13	Exclusividad de productos o servicios							
	SI	1	1			1	1	4
	NO			2	2			2

2 Variable Financiamiento

Variable Financiamiento	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	Total
1 Requisito para acceso a financiamiento													
SI	1	1		1	1	1			1		1	1	8
NO			2				2	2		2			4
2 Necesidad de financiamiento													
SI	1			1	1	1	1		1	1	1	1	9
NO		2	2					2					3
3 Créditos generados por cuenta corriente													
SI	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	10
NO			2					2					2
4 Garantía de financiamiento													
SI	1	1		1	1	1		1	1		1	1	9
NO			2				2			2			3
5 Cartas fianza en instituciones financieras													
SI	1			1	1				1		1		5
NO		2	2			2	2	2		2		2	7
6 Auto financiamiento													
SI	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	10
NO			2					2					2
7 Créditos de proveedores													
SI	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	10
NO						2	2						2

8 Créditos en instituciones bancarias											
SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
NO			2				2		2		3
9 Créditos en instituciones financieras											
SI			1				1		1		3
NO	2	2		2	2	2	2	2		2	9
10 Tipo de financiamiento (Tiempo)											
Corto plazo			1				1				2
Mediano plazo	2	2			2	2		2	2	2	7
Largo plazo				3			3			3	3
11 Fuentes de financiamiento											
Bancos	1	1		1	1	1	1	1	1	1	9
Cajas			2				2		2		3
Prestamistas											0

Constancia de Turnitin

← → ↻ 🏠 https://turnitin.com/t_inbox.asp?aid=70803752&svr=5 67% 🔍 Buscar

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TITULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJU	FECHA
<input type="checkbox"/>	Dominguez Chumacero ...	DOMINGUEZ CHUMACERO RESULT 1	0%		-		1004007880	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Result...	GODOS SANCHEZ RESULTAD	0%		-		1004018051	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Resulta...	MENDOZA CRUZ RESULTADOS	0%		-		1004013659	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Resultad N...	NIÑO ABAD RESULTAD	0%		-		1002803812	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Resul...	TUME RODRIGUEZ RESULT	0%		-		1002805239	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Resulta...	FALLA ROMERO RESULTADO	4%		-		1002808345	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Olaya Nol...	OLAYA NOLE	4%		-		987988908	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Introd ...	FALLA ROMERO INTROD	6%		-		1004017232	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Martinez Arevalo Res...	MARTINEZ AREVALO RESULTAD	6%		-		1004012176	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Result 1...	MAZA ZAPATA RESULT 1	6%		-		1004010298	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Resul 2 ...	ALBAN PANTA RESUL 2	8%		-		1004006624	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Introd...	GODOS SANCHEZ INTRODUC	9%		-		1004015341	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Resulta ...	MAZA ZAPATA RESULTA	11%		-		1002811331	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Result2 O...	OLAYA NOLE RESULT2	11%		-		1004009011	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Introd A...	ALBAN PANTA INTROD	12%		-		1002814103	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Result ...	ZAPATA REYES RESULT	12%		-		1004014753	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Niño Abad	NIÑO ABAD	13%		-		987989017	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Zapat...	ZAPATA HIDALGO	14%		-		987989133	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Cordova Vilchez Intr...	CORDOVA VILCHEZ INTROD	15%		-		1002812095	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Zapata ...	ZAPATA REYES	15%		-		987989308	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Introd...	MAZA ZAPATA INTRODUC 1	16%		-		1004009609	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Intro...	TUME RODRIGUEZ INTRODUC1	16%		-		1004011041	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Resul...	ZAPATA HIDALGO RESULT	16%		-		1002813153	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Martinez Arevalo Int...	MARTINEZ AREVALO INTROD	17%		-		1004011554	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Corodva Vilchez Resu...	CORODVA VILCHEZ RESULT 2	22%		-		1004005659	18-sept.-2018

PÁGINA: 1 2

Constancia de no Adeudo

USER: 45757402

Nro: 082018-00007044
Fecha: 19-09-2018 12:17

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) , con código de matrícula 0511120029, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2018.


Mariana Lisseth Moseel Carbajal
UNIDAD DE COBRANZAS


Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Cartas de presentación a Municipalidades

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

Talara, 29 de Agosto del 2018

Sr: Arq. Sigifredo Juan Zarate Vite
Alcalde de la Municipalidad Distrital el Alto



Yo, Ambar Steffany Falla Romero, identificada con DNI N° 74233688 y con Domicilio Fiscal en Luis Negreiros Vega A-34, distrito de Pariñas, Provincia de Talara ante Ud. Con el debido respeto me presento y digo

Que por motivos de estudios, Consideran que realizar una encuesta a los alcaldes y jefes de logística me permitirá tener resultados más acertados para mi tesis denominada “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento en las MYPE del rubro Servicios Generales de Talara, Año 2016” ya que las entidades Municipales son su principal cliente para dichas Mype.

Por lo expuesto: Pido a Ud. Acceder a mi solicitud.

Ambar S. Falla Romero
74233688

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

Talara, 29 de Agosto del 2018.

Sr: Dr. Jhonny Tinedo Marchan

Alcalde de la Municipalidad Distrital de los Órganos



Yo, Ambar Steffany Falla Romero, identificada con DNI N° 74233688 y con Domicilio Fiscal en Luis Negreiros Vega A-34, distrito de Pariñas, Provincia de Talara ante Ud. Con el debido respeto me presento y digo

Que por motivos de estudios, Consideran que realizar una encuesta a los alcaldes y jefes de logística me permitirá tener resultados más acertados para mi tesis denominada "Caracterización de la Competitividad y Financiamiento en las MYPE del rubro Servicios Generales de Talara, Año 2016" ya que las entidades Municipales son su principal cliente para dichas Mype.

Por lo expuesto: Pido a Ud. Acceder a mi solicitud.



Ambar S. Falla Romero
74233688

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

Talara, 29 de Agosto del 2018

Sr: Prof. Florencio Olibos Olibos

Alcalde de la Municipalidad Distrital de Mancora

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MANCORA	
N° EXPEDIENTE:	2887
FECHA DE RECEPCIÓN:	29.08.18
HORA:	10:19 AM
NOMBRE:	
N° DE FOLIO:	01 F
OBSERVACIONES:	
FIRMA 	

Yo, Ambar Steffany Falla Romero ,identificada con DNI N° 74233688 y con Domicilio Fiscal en Luis Negreiros Vega A-34, distrito de Pariñas, Provincia de Talara ante Ud. Con el debido respeto me presento y digo

Que por motivos de estudios ,Consideran que realizar una encuesta a los alcaldes y jefes de logística me permitirá tener resultados más acertados para mi tesis denominada “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento en las MYPE del rubro Servicios Generales de Talara ,Año 2016” ya que las entidades Municipales son su principal cliente para dichas Mype .

Por lo expuesto: Pido a Ud .Acceder a mi solicitud .



Ambar S. Falla Romero

74233688

"Año del Diálogo y Reconciliación Nacional"

Talara, 27 de Agosto del 2018

Señor : CHRISTIAN REQUE LLONTOP

Alcalde de la Municipalidad Distrital de Lobitos

YO, Ambar Steffany Falla Romero, identificado con DNI N°74233688 y con domicilio fiscal en Luis Negreiros A-34, Distrito de Pariñas, Provincia de Talara ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

Que por motivos de estudios, consideran que realizar una encuesta a los alcaldes y jefes de logística me permitirá tener resultados acertados para mi tesis denominada **"Caracterización de la competitividad y financiamiento en las MYPE del rubro servicios generales de Talara, año 2016"**, ya que las entidades municipales son su principal cliente para dichas Mypes.

Por lo expuesto: Pido a Ud. Acceder a mi solicitud



Ambar S. Falla Romero
74233688



Sistema de Trámite

Estado administrativo de trámite documento de la Municipalidad Distrital La Brea Negritza

Fecha de Impresión : 12-09-2018 08:48:47

DATOS DEL DOCUMENTO:

Código del Documento: **LU9361**

De: **AMBAR, FALLA ROMERO**

Asunto: **SOLICITA REALIZAR ENCUESTA**

Numero de folios: **01**

Nombre Ciudadano

**FALLA ROMERO,
AMBAR**

Usuario Municipal:

**AUZA MORAN,
SISY**

Area de procedencia: **TRAMITE** ← | Area de envío: **ALCALDIA** →

Fecha de Registro: 2018-09-12 08:48:45



Municipalidad Distrital
La Brea Negritza

Gobierno Local

Copyright © 2014 Municipalidad Distrital La Brea Negritza
Todos los derechos reservados.

Generares de talara ,ABU 2010 ya que las suscribas corresponden con el principio para dichas Mype .

Por lo expuesto: Pido a Ud .Acceder a mi solicitud.

Ambar S. Falla Romero

74233688

Testimonio de una empresa Rubro Servicios Generales

**JOSE ALBERTO HUACHILLO CEVALLOS**
ABOGADO - NOTARIO

NUMERO CUATROCIENTOS DIECINUEVE

CONSTITUCION DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

QUE OTORGA : JOSE RAUL MOGOLLON CASTILLO. =====
A FAVOR DE : CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS GENERALES MOCA E.I.R.L. =====

INTRODUCCION:
EN LA CIUDAD DE MARCAVELICA A LOS VEINTIUN DIAS DEL MES DE ABRIL DEL DOS MIL QUINCE, ANTE MI JOSE ALBERTO HUACHILLO CEVALLOS, ABOGADO-NOTARIO DE LA PROVINCIA DE SULLANA COMPARECE: =====
DON JOSE RAUL MOGOLLON CASTILLO, PERUANO, QUIEN SU RESPONSABILIDAD MANIFIESTA SER: SOLTERO, ADMINISTRADOR, IDENTIFICADO CON D.N.I. N° 46543506, CON DOMICILIO EN LA MANZANA D, LOTE 11, DE LA URBANIZACION APROVISER - PRIMERA ETAPA, DISTRITO DE PARIÑAS, PROVINCIA DE TALARA, DEPARTAMENTO DE PIURA; QUIEN PROCEDE EN ESTE ACTO POR DERECHO PROPIO. =====
EL COMPARECIENTE, A QUIEN HE IDENTIFICADO, ES INTELIGENTE EN EL IDIOMA CASTELLANO, QUIEN PROCEDE CON CAPACIDAD, LIBERTAD Y CONOCIMIENTO SUFICIENTE DEL ACTO QUE REALIZA, DE LO QUE DOY FE, Y ME ENTREGA UNA MINUTA DEBIDAMENTE FIRMADA Y AUTORIZADA, LA MISMA QUE ARCHIVO EN SU LEGAJO RESPECTIVO, DE LO QUE DOY FE, CUYO TENOR ES EL SIGUIENTE: =====
M I N U T A: =====
SEÑOR NOTARIO, SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCION DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA QUE OTORGA **DON JOSE RAUL MOGOLLON CASTILLO**, CON D.N.I. N° 46543506, EN LOS TERMINOS Y CONDICIONES SIGUIENTES: =====
PRIMERO.- LA EMPRESA QUE SE CONSTITUYE POR ESTE ACTO SE REGIRA POR LOS SIGUIENTES ESTATUTOS: =====
ESTATUTOS
PRIMERA.- POR LA PRESENTE ESCRITURA YO, **DON JOSE RAUL MOGOLLON CASTILLO**, CON D.N.I. 46543506, SOLTERO; CONSTITUYO UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DENOMINADA **CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS GENERALES MOCA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, PUDIENDO UTILIZAR LA DENOMINACION ABBREVIADA DE **CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS GENERALES MOCA E.I.R.L** CON DOMICILIO EN LA MANZANA D, LOTE 11, DE LA URBANIZACION APROVISER - PRIMERA ETAPA, DISTRITO DE PARIÑAS, PROVINCIA DE TALARA, DEPARTAMENTO DE PIURA; QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO RESPECTIVO CON UNA DURACION INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL. =====
SEGUNDA.- LA EMPRESA TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: =====
• SERVICIOS GENERALES, OBRAS DE CONSTRUCCION CIVIL, OBRAS DE SANEAMIENTO BASICO, OBRAS DE REDES DE AGUA Y ALCANTARILLADO, OBRAS ELECTRONICAS, TOPOGRAFIA, ARQUITECTURA, REPARACION DE EQUIPOS ELECTRONICOS, SOLDADURA AUTOGENA Y ELECTRICA, INSTALACIONES ELECTRICAS DE ALTA Y BAJA TENCION, MANTENIMIENTO DE TABLEROS ELECTRICOS, COMERCIALIZACION DE INSUMOS, MATERIAL ELÉCTRICO, FERRETERIA EN GENERAL, AISLAMIENTO TERMICO, PINTURA DE EDIFICACIONES INTERIORES Y EXTERIORES AL VACIO, ENSAMBLADO Y ARENADO INDUSTRIAL, MANTENIMIENTO Y REPARACION A LA INDUSTRIA PETROLERA, LAVADO Y ENGRASE DE CARROS, MECANICA AUTOMOTRIZ, MECANICA FLOTA PESADA Y LIVIANA, PRESTACION DE SERVICIOS A LA INDUSTRIA PETROLERA, OPERACION Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE INSTRUMENTOS DE PERFORACION, PRODUCCION DE PETROLEO Y/O GAS, ALQUILER DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS A LA INDUSTRIA PETROLERA E HIDROCARBUROS, MANTENIMIENTO DE DUCTOS, GASODUCTOS, PLATAFORMAS, TANQUES DE ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE TERRESTRE Y MARITIMO, AQUILER DE VEHICULOS MOTORIZADOS, COMERCIALIZACION DE REPUESTOS PARA LA INDUSTRIA PETROLERA, PROVEDURIA DE ALIMENTOS COMESTIBLES Y SERVICIO DE ALIMENTACION, SERVICIOS EN GENERAL DE LIMPIEZA, FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ROPA INDUSTRIAL Y PROPAGANDA. =====
SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS SIN RESTRICCION ALGUNA. =====
TERCERA.- EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE **S/.120,000.00 (CIENTO VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES)**, SIENDO EL APORTE EN BIENES NO DINERARIOS, EL MISMO QUE CONSTA EN LAS DECLARACIONES JURADAS QUE USTED SEÑOR NOTARIO SE SERVIRA INSERTAR. EL CAPITAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO. =====
CUARTA.- SON ORGANOS DE LA EMPRESA EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL REGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTA SEÑALADO EN EL DECRETO LEY 21621, Y DEMAS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS. =====



Av. Panamericana N° 116 - 118 - Marcavelica - Sullana - Piura - Peru
TELEFONO: (073)501053 - RPM # 0129 571 Celular: 955689550 E mail: notariahuachillo@hotmail.com

Fotos de Evidencia



Evidencia de la encuesta desarrollada por el Actual Alcalde Lic. Juan José Rosas Huiman