



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Educación financiera y competitividad de las Pymes del sector comercio en
la ciudad de Tarapoto periodo 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Mestanza Paredes, Jhon Carlos (ORCID: 0000-0001-5279-7996)

ASESOR:

Mg. Díaz Saavedra, Robin Alexánder (ORCID: 0000-0003-2707-8193)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS

TARAPOTO - PERÚ

2020

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a mi esposa, hija y madre, por ser gran fuente de motivación, sin ellas no hubiera sido posible culminar esta etapa académica. Sus exigencias fueron claves para no desanimarme en el proceso, sin temor a equivocarme son mi equilibrio emocional para la vida.

Me hubiera encantado que mi señor padre que en paz descansa gozara de este momento, estoy seguro que hubiera estallado de júbilo, aun así, se que desde el firmamento esta muy feliz, gracias papá.

Jhon Carlos.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios la oportunidad de concretar un deseo personal.

Obtener el grado de Licenciado en Administración, sin lugar a duda fue un reto muy motivador a lo largo de mi formación académica; todo ello no podría haber sido posible sin el apoyo familiar, mi esposa, mi hija y mi madre son fuente de inspiración para poder seguir adelante, y créanme, no hay nada más satisfactorio que verlas sonreír, estoy convencido que este logro dibujará una gran alegría en sus corazones.

El Autor

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	22
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	22
2.2. Variables, Operacionalización.....	23
2.3. Población, Muestra y muestreo.....	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Procedimientos.....	26
2.6. Método de análisis de datos.....	27
2.7. Aspectos éticos.....	27
IV. RESULTADOS.....	28
V. DISCUSIÓN.....	35
VI. CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS.....	48

Índice de tablas

Tabla 1 Técnicas e instrumentos	24
Tabla 2 Validación por juicio de expertos	25
Tabla 3. Análisis descriptivo de la variable educación financiera	28
Tabla 4. Análisis descriptivo de la variable competitividad	29
Tabla 5. Análisis de normalidad	30
Tabla 6. Análisis de correlación entre la dimensión aritmética y la variable competitividad.....	31
Tabla 7. Análisis de correlación entre la dimensión crédito y la variable competitividad.....	31
Tabla 8. Análisis de correlación entre la dimensión ahorro y la variable competitividad.....	32
Tabla 9. Análisis de correlación entre la dimensión seguro y la variable competitividad.....	33
Tabla 10. Análisis de correlación entre las variables educación financiera y la competitividad.....	33

Índice de figuras

Figura 1. Esquema del nivel correlacional	22
---	----

Resumen

En el presente estudio se planteó como objetivo general determinar la relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020. Bajo este objetivo la investigación se desarrolló con una metodología de tipo básica, corte transversal, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental, así mismo se aplicaron dos cuestionarios a 70 gerente de Pymes del sector comercial de Tarapoto. El principal resultado demostró que el nivel de educación financiera fue predominantemente regular en un 57% y el nivel de competitividad fue predominantemente regular en un 46%. La principal conclusión fue: se demostró a través del objetivo general que la educación financiera y la competitividad presentan una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,537 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, así mismo, se evidenció que las dimensiones educación financiera en aritmética, ahorro e inversión, crédito y seguro se relacionan de manera significativa con la competitividad.

Palabras clave: Educación financiera, competitividad, pymes

Abstract

In this study, the general objective was to determine the relationship between financial education and the competitiveness of SMEs in the commerce sector in the city of Tarapoto period 2020. Under this objective, the research was developed with a basic methodology, cross-section, descriptive correlational level, non-experimental design, likewise two questionnaires were applied to 70 managers of SMEs in the commercial sector of Tarapoto. The main result showed that the level of financial education was predominantly fair at 57% and the level of competitiveness was predominantly fair at 46%. The main conclusion was: it was demonstrated through the general objective that financial education and competitiveness present a considerable positive relationship since its coefficient is equal to 0.537 and it was significant because the value obtained was 0.000, likewise, it was evidenced that the dimensions financial literacy in numeracy, savings and investment, credit and insurance are significantly related to competitiveness.

Keywords: financial education, competitiveness, SMEs

I. INTRODUCCIÓN

Toda empresa desde un punto de vista competitivo, desea siempre calar en la mente del consumidor y para ello tiende a emplear diversos métodos, buscado así diferenciarse de las demás que se encuentran desarrollando la misma actividad económica dentro de su sector. Estas estrategias según el objetivo que se persigue en función a la realidad actual, no son gestionadas de manera correcta si hablamos de la parte comercial y finanzas, esto viene sumándose por la toma de decisiones que se ven reflejados de manera práctica por el manejo de recursos disponibles como es el efectivo y equivalente de efectivo, la cual debería ser lo más estratégico posible para minimizar riesgos y elevar beneficios económicos tanto a corto como largo plazo.

En Colombia, las empresas están categorizada como el segundo sector económico del país más productivo si hablamos de manufactura, sin embargo, este grupo a pesar de contar con una estructura sólida en el trabajo que realiza, se desarrolla de manera independiente, es decir no es un grupo totalmente unido, la cual ha venido limitando algunas actividades de comercialización y compras insumos para la fabricación bienes. Dentro de ello, uno de los factores que interviene en este hecho hace referencia a la educación financiera que registran actualmente, es aquí donde tuvieran mayor probabilidad de mejorar el nivel de ingresos, la cual representa dentro del sector un elemento importante para el crecimiento y negociación con otros países cercanos, sumando así el Producto Bruto Interno (PBI) (Pérez y Pizarro, 2016, p. 111)

En Europa, concretamente en España, el Banco de España impulsó desde el 2008 en proyecto denominando Plan de Educación Financiera, este plan según sus intereses buscó mejorar la cultura de los ciudadanos, de tal modo que puedan afrontar un nuevo escenario financiero, otorgando los recursos necesarios para ello. Con todo esto, el resultado fue muy favorable después de haberlo culminado satisfactoriamente, es aquí donde el gran número de personas naturales y jurídicas aprendiendo

a tomar decisiones financieras, este plan hasta ahora perdura en la actualidad, el mismo que debería ser considerado en otros países de Latinoamérica. Sin embargo, en zonas muy poco desarrolladas, es común percibir que se está buscando impulsar la educación financiera e incluso existen programas pero que son dados por ONGs (Organizaciones no Gubernamentales) o entidades privadas, no del estado, buscando alcanzar objetivos parecidos a los mencionados, pero con una carencia estratégica de formación en este tema a nivel nacional. (Cordero & Pedraja, 2018, p. 251; 255)

En el Perú, la economía ha presentado un retroceso en los últimos 10 años, bajado así 5 lugares después de haberse encontrado en el puesto 72 del ranking de competitividad en todo el mundo. El nivel competitivo viene perdiéndose desde el año 2013, viéndose influenciado por factores de negociación con otros países, corrupción, burocracia, las tasas de impuestos, infraestructura, leyes labores y otro elemento como es el acceso a financiamiento (Instituto de Estudios Económicos y Sociales, 2018, p. 1-2). Además, dentro de este plano se debe de considerar el desconocimiento los procesos para poder financiarse y hacerlo de manera adecuada. La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras en base al Banco de desarrollo de América Latina, menciona que el Perú ocupa el último puesto en educación financiera frente a Chile, Bolivia, Colombia y Ecuador (Céspedes, 2017, p. 103)

Centrándose en el departamento de San Martín, Ciudad de Tarapoto este ha presenciado un gran crecimiento económico viéndose influenciado en primer lugar por la actividad turística. El sector comercio (compra y venta) hoy en día se ha posicionado fuertemente alcanzados así niveles de ingresos mayores a lo registrado en años anteriores, obteniéndose así créditos pre aprobados por instituciones financieras. Sin embargo, en la actualidad aún prevalece un problema a lo que se denomina competitividad, este hecho como tal viene sumándose por el nivel de informalidad que existe en la ciudad, la cual a su vez va de la

mano con el conocimiento tributario que posee el propietario de cada negocio, ya que el no rendir o tener bien administrado sus ventas, así como hacerse cargo de su responsabilidad fiscal genera el no poder tener mayor oportunidad al acceso a un crédito financiero, dinero que bien podría ser invertido para la compra de activos, desarrollo de capacitaciones a colaboradores, y sobre todo en auto capacitarse en materia financiera.

Ahora bien, si se habla del aspecto de tecnología de información y comunicación, este no se está implementando a pesar de encontrarse al alcance de las manos, el mismo que debería utilizarse de manera estratégica, es aquí donde muchos no cuentan con bases de datos virtuales (PDTs) o procesos para informar al dueño de la situación de la empresa con respecto a compras, ventas, etc., que faciliten la toma de decisiones orientado al cumplimiento de metas y objetivos. Además, esto indica que las empresas comerciales tampoco cuentan con algún plan preventivo ante dificultades económicas que se puedan suscitar, hecho que no sería beneficioso para la misma.

Si bien es cierto, así como se explica en líneas arriba el propietario de cada Pyme no han tenido una adecuada educación financiera, ya que es posible que los comerciantes no busquen capacitarse más allá de lo que cada entidad pueda brindar cuando soliciten un préstamo, situación que siempre sucede y que va por defecto es frecuente; además no existe la voluntad de aprender por parte de los comerciantes, donde solo se genera al momento de adquirir algún crédito, es por ello que muchos de ellos, no estén viendo esto como una inversión a corto plazo limitando su crecimiento dentro de este mercado que hoy en día se ha visto muy competitivo. No obstante, este breve conocimiento otorgado, favorece a los comerciantes a tomar decisiones acerca de las tasas y beneficios, pero ello no es del todo suficiente y puede que no estén lo suficientemente informados para tomar decisiones correctas de financiamiento.

De seguir con esta situación, es posible que muchas Pymes se estanquen en un mercado que crece y que es necesario destacar para poder tener permanencia, además es posible que las entidades de ahora no solamente se estanquen, sino que también quiebren y los propietarios se verían obligados a buscar otras opciones de trabajo sin haber explotado estrategias que lo lleven al éxito empresarial en su rubro, debido al poco conocimiento en materia financiera.

De esta manera es que el estudio busca conocer si existe relación entre la educación financiera y la competitividad en estas Pymes el bajo nivel de competitividad que se puede observar puede ser debido a que también los propietarios o gerentes no tienen una adecuada educación financiera y se encuentra en un bajo nivel. En este sentido se plantea la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020?, los problemas específicos se plantearon de la siguiente manera ¿Cuál es el nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020? y por último ¿Cuál es el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020?

Con respecto a la justificación del estudio, de manera teórica fue relevante debido a que las teorías para evaluar y fundamentar las variables de estudio, fueron las pertinentes para conseguir el propósito de investigación, y sobre todo es un tema que casi no se ha tratado en la región lo cual es un gran aporte a la comunidad científica que trate estos temas incrementando la información en torno a ello. Dentro de la implicancia práctica, la investigación se realiza con respecto a la relación que existe entre la educación financiera y la competitividad de las empresas comerciales, por tanto, una vez resuelto el problema de investigación, los dueños de las empresas podrán tener en consideración el capacitarse en materia financiera para así mejorar las decisiones que tomen y contribuir al desarrollo empresarial en base a la capacidad competitiva que tendrán en el sector donde se desenvuelven.

De modo social, es de considerar que aportará a las personas que desean colocar su empresa, y de aquellas que ya mantienen un negocio hacerlo crecer, y no se vean envueltos en riesgos, favoreciendo a su vez a la formalidad como base para su competitividad desde la educación financiera. Además, la investigación será un aporte a los investigadores que traten estas variables de estudio, sirviendo de antecedente para futuras investigaciones. Por último, de manera metodológica se fundamenta debido a que se empleará los procesos pertinentes para conseguir así cumplir con los objetivos de estudio y para ello se emplearán cuestionarios que serán validados y confiabilizados una vez elaborados, siendo un material útil para otros investigadores que traten un tema similar.

Los objetivos que se establecieron en la investigación son: como objeto general, Determinar la relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020; con respecto a los objetivos específicos son: Conocer el nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020; e Identificar el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Las hipótesis de estudio establecidas son: Existe relación significativa entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020, las hipótesis específicas son: El nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020, es regular; e Identificar el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020, es bajo.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se hacen mención los antecedentes a nivel internacional, nacional y regional o local respecto a las variables de estudio. De este modo en el nivel internacional Delić, Peterka, Kurtović (2016), en su estudio titulado “Is there a relationship between financial literacy, capital structure and competitiveness of SMEs?” (Artículo científico) University of Osijek, Osijek, Croacia. El principal objetivo fue investigar la relación entre la educación financiera, estructura de capital y su relación con la competitividad de las empresas. La investigación fue de tipo básica de diseño no experimental y correlacional con corte transversal, tuvo una muestra de 108 Pymes de Croacia empleando los estados financieros como unidad de información por medio del Registro de Informes Financieros Anuales, las cuales fueron recolectadas por medio de guías de análisis documental. Los resultados denotan que el 95.4% de los encuestados mencionan que es fundamental saber lo que se posee de fortaleza y debilidad de las fuentes individuales de financiamiento (educación financiera) como un factor importante al tomar decisiones sobre la estructura de capital. Además, en base en la prueba t para la igualdad de los medios aritméticos y la prueba de igualdad de varianzas de Levene, se tiene una significancia menor a 0.005. Se concluyó, los dueños y/o gerentes de las pymes al tomar decisiones sobre la estructura de capital, utilizan una mayor cantidad de información financiera, incluidos datos de ventas, balance y estado de pérdidas y ganancias, declaración de impuestos y datos personales, diversifique las fuentes de financiación utilizadas. Esto ayuda que se puedan usar fondos propios, esto involucra que no realicen un análisis a profundidad de sus operaciones financieras ya que conocen en todo momento lo que tienen disponibles para financiar el desarrollo de sus negocios. La educación financiera reduce el impacto de la información asimétrica, con ello se puede tomar mejores decisiones sobre las fuentes de financiamiento y, en última instancia, contribuye a mejores resultados comerciales y competitividad de la empresa.

Ye & Kulathunga, (2019), en su investigación “How Does Financial Literacy Promote Sustainability in SMEs? A Developing Country Perspective” (Artículo científico) UvaWellassa University of Sri Lanka, Badulla, Sri Lanka. Tuvo como objetivo examinar la importancia de la educación financiera en el sector de las Pymes. La metodología usada fue el diseño no experimental de tipo básica y nivel correlacional. Como muestra se tuvo a 291 jefes de finanzas de Pymes. Se recopiló información por medio de cuestionarios. De acuerdo a los resultados se reveló los efectos positivos directos de la educación financiera, el acceso a las finanzas y la actitud de riesgo financiero sobre la sostenibilidad. La educación financiera también surgió como un predictor del acceso a las finanzas y la actitud de riesgo financiero. Además, se descubrió que el acceso a las finanzas y la actitud de riesgo financiero son mediadores parciales de la relación entre la educación financiera y la sostenibilidad de las PYME. De este modo se concluye que existe relación entre la educación financiera y la sostenibilidad en una empresa con una significancia igual a 0,000. El estudio por tanto aporta ya que se infiere que si una empresa es sostenible gracias a la educación financiera posee competitividad y se mantiene.

Eniola & Entebang (2016) en su estudio “Financial literacy and SME firm performance” (Artículo científico) Universiti Malaysia Sarawak, Kota Samarahan, Malasia. Tienen el objetivo de conocer la influencia de la educación financiera en el desempeño de las Pyme en Nigeria. El diseño es no experimental de nivel exploratorio de corte transversal, la muestra se conformó del acervo documental de estudios sobre el tema, por tanto, el instrumento fue una guía de análisis bibliográfico. Se concluye que la educación financiera es un problema particular de las pequeñas y medianas empresas (PYME), las empresas tienden a tener tasas mucho más altas de crecimiento laboral, pero también es más probable que cierren o permanezcan atrofiadas debido a problemas de alfabetización institucional y financiera.

Saab (2017), en su estudio “Financial inclusion and growth” (Artículo científico) University of Balamand, Balamand, Líbano. Tuvo el objetivo de estudiar el impacto de la inclusión financiera en el crecimiento de las economías en los países en desarrollo como MENA y la región BRICS e intenta identificar los canales de transmisión entre educación financiera, intermediarios financieros y crecimiento. El estudio tiene un diseño no experimental de tipo básica a nivel correlacional y longitudinal. La muestra de estudio fue el acervo documental de los años 1999 a 2014 sobre el impacto del crecimiento económico y la inclusión financiera, por tanto, el instrumento fue una guía de análisis documental. Los resultados muestran algunos puntos interesantes del análisis VAR que explica el impacto de los intermediarios financieros en el crecimiento. Si bien la segunda parte no mostró una importancia particular para el crédito, la cuenta móvil no es significativa. La causalidad es importante ya que muestra que es bidireccional entre la tarjeta de crédito, la cuenta móvil y la RNB, todas ellas significativas. La disponibilidad de datos es limitada, así como el número de años que se tienen en cuenta. Un estudio futuro se centrará en la educación financiera a través de un cuestionario que se distribuirá en la región MENA. De todos modos, se concluye que por la inclusión financiera existe crecimiento al hacer uso de ciertas herramientas.

Amat & Perramon (2011), en su estudio “High-growth cooperatives: financial profile and key factors for competitiveness” (Artículo científico) Universitat Pompeu Fabra, España. Tuvo como objetivo identificar el perfil financiero de alto crecimiento en cooperativas de trabajadores y servicios. El estudio fue de tipo básica, de diseño no experimental de nivel descriptivo. La muestra estuvo compuesta de 805 cooperativas, empleando cuestionarios de preguntas para recopilar datos. Llega a concluir que las cooperativas en general y las cooperativas de alto crecimiento han invertido mucho en activos que se financiaron principalmente con deuda. Esto es diferente de las compañías mercantiles de alto crecimiento, que se han caracterizado por políticas financieras basadas en el autofinanciamiento. En el lado positivo, las cooperativas de alto crecimiento se encuentran frente a otros grupos analizados en su lado

de gestión de activos, que tiene un pequeño impacto en los gastos de interés en cuentas relacionadas a ganancias y pérdidas, esto implica que se reduce el efecto final de los préstamos en la cuenta de pérdidas y ganancias. Además, estas cooperativas tienen grado óptimo de solvencia en su finanza de corto tiempo. También es digno de mención que las cooperativas de alto crecimiento generan altos retornos sobre el patrimonio.

Mian, (2014) En su estudio “Examining the level of financial literacy among Saudi Investors and its impact on Financial Decisions” (Artículo científico) Taibah University, MadinahAlmunawarah, Saudi Arabi. EL objetivo principal fue investigar el impacto de la educación financiera en diferentes tipos de toma de decisiones financieras. La investigación fue de nivel descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Como grupo muestral se tuvo a 288 personas a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas. Los resultados de este estudio también confirman que las personas con mayor educación financiera están más dispuestas a hacer planes de jubilación. Esto muestra que las personas con más conocimientos financieros están más dispuestas a participar en diferentes tipos de programas que tienen beneficios de jubilación. Estas personas altamente alfabetizadas financieramente, están más interesadas en participar en el mercado de valores. Con frecuencia compran acciones y obtienen beneficios de su mayor nivel de educación financiera. Por otro lado, estas personas con más educación financiera están menos dispuestas a recibir asesoramiento de expertos financieros y creen que ellos mismos pueden manejar los problemas relacionados con sus asuntos financieros.

Akoto (2017), en su investigación “Financial literacy of cocoa farmers in Ghana” (Artículo científico) Kwame Nkrumah University of Science and Technology, Kumasi, Ghana. Tuvo como objetivo examinar el nivel de alfabetización en finanzas personales entre los productores de cacao. La investigación tuvo un diseño no experimental de nivel correlacional con corte transversal. La muestra fue de 569 agricultores. El instrumento de

recopilación de datos fue el cuestionario. Según los resultados revelan que la aprehensión de los productores de cacao sobre las finanzas y la gestión personal es inconmensurable. En primer lugar, esto podría atribuirse al bajo nivel de educación. Otra razón para el conocimiento inadecuado de los agricultores sobre las finanzas personales es su ubicación. Estos agricultores se encuentran habitualmente en áreas bastante remotas donde la mayoría de las instituciones que comercian en paquetes financieros no los consideran atractivos para los negocios. Comparativamente, llegamos a un alto nivel de educación financiera en la conciencia del ahorro. Por tanto, se concluye que la educación financiera favorece a tomar buenas decisiones y que no existe una buena educación financiera por parte de los agricultores.

Du & Banwo (2015), en su investigación “Promoting SME Competitiveness: Lessons from China and Nigeria” (Artículo científico) Jiangsu University, China. El principal objetivo fue describir el nivel de desarrollo de las PYME en ambos países y el impacto de Políticas y tecnología del gobierno sobre la competitividad de las PYME. La investigación fue a nivel descriptivo de corte transversal y diseño no experimental. Instrumento se empleó un cuestionario de preguntas a una muestra de 200 Pymes. Los resultados indican que, aunque los gobiernos de China y Nigeria han hecho grandes avances en la implementación de reformas de políticas que ofrecen apoyo y estímulo al desarrollo de las PYME en sus respectivos países. El enfoque del gobierno chino para el desarrollo de las PYME puede servir como modelo para los países en desarrollo con el objetivo de incrementar el crecimiento y el éxito de las PYME en su país.

Carvajal, Arco, & Milena, (2015) en su estudio “La educación financiera y el sobreendeudamiento de los comerciantes de la ciudad de Tulcán” (Artículo científico) Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador. Su principal objetivo fue la relación entre la educación financiera y el sobre endeudamiento de dichos comerciantes. El estudio es de diseño no experimental de nivel descriptivo y corte transversal. La muestra fue de

384 individuos. Para recopilar los datos se empleó cuestionarios de preguntas. Se llega a concluir que los comerciantes poseen habilidades de negociación sin embargo no cuenta con un nivel alto de formación en finanzas sin realizar análisis de costos, además las actividades de financiamiento están dirigidas a pagar gastos, pero no a inversión.

A nivel nacional, se tiene Larios (2017), en su investigación “Estado actual de las pymes del sector textil de la confección en Lima” (Artículo científico) Universidad de Lima, Perú. Tuvo el objetivo de identificar los factores internos y externos que impactan en el desempeño de las pymes. El diseño de estudio fue el no experimental de corte transversal de nivel exploratorio. La muestra se compuso de 1880 pymes del sector confección. Como herramientas de recopilación de datos se empleó el cuestionario y la entrevista. Se concluye que el 99.5% de las pymes son las que representan en el Perú al sector empresarial formal muchas de ellas son manufactureras y el mercado nacional requiere de sus productos siendo un elemento favorecedor ya que es un espacio que se tiene que rellenar, por tanto, el mercado necesita productos con un valor agregado que pueda generar competitividad con sus precios. No se emplea además bien la tecnología y no se innova en ese sector, por tanto, existe una carencia de estrategias para darle ese valor agregado a los productos que ofertan. Tampoco no existe una adecuada capacidad directiva y la gestión no está alineada con los objetivos estratégicos. Se concluye que no existe la competitividad esperada en estas empresas, aunque el gobierno por medio de sus programas esté tratando de mejorarlos competitivamente.

En relación a las teorías relacionadas al tema, se exponen las mismas que sustentan el estudio, citando los autores que exponen su punto de vista y evalúan la educación financiera y la competitividad.

No hace falta decir que la educación financiera significa cosas diferentes para diferentes personas, y esto se refleja más claramente en las muchas definiciones utilizadas en la literatura. Para algunos es un concepto bastante amplio, que abarca una comprensión de la economía

y cómo las decisiones y condiciones económicas afectan las decisiones de los hogares. (Worthington, 2004, p. 4)

De este modo en relación a la educación financiera dentro de su concepto se puede mencionar que es una manera de conocimiento, se trata de la capacidad o las habilidades para aplicar ese conocimiento, tienen que ver con un buen comportamiento financiero e incluso experiencias financieras. Se entiende además como un conocimiento suficiente sobre hechos de finanzas personales y es la clave para la gestión financiera personal. (Eniola & Entebang, 2016, p. 34)

La educación financiera proporciona conocimientos, habilidades y confianza. "Conocimiento" significa comprender los problemas financieros personales, "Habilidades" significa poder aplicar ese conocimiento para administrar las propias finanzas, "Confianza" la cual se refiere a estar seguros de uno mismo de tal manera que se tomen decisiones financieras. (Fabris & Luburić, 2016, p. 66)

De acuerdo con Weng, (2018), la educación financiera contiene elementos importantes que se incorporan o tienen que encontrarse dentro de aspectos académicos, como lo es el concepto de dinero, el ganar más y gastar sabiamente, y el de saber ahorrar para el futuro o hacer planes de ahorro. (p. 617)

En relación a las pymes, estas dependen principalmente del financiamiento bancario para sus operaciones. Para las pequeñas empresas, el acceso al financiamiento oportuno y adecuado es una prioridad, siempre que las tarifas cobradas no sean explotadoras. A lo largo de los años, ha habido un aumento significativo en el crédito otorgado a este sector por los bancos. (Chakrabarty, 2012, p. 2062)

El aumento de la educación financiera tiene un impacto positivo en la vida personal y comercial de las personas. El conocimiento financiero ayuda a reducir las presiones sociales y psicológicas y a aumentar el

bienestar de la familia en la vida personal. El conocimiento financiero reduce el estrés, las enfermedades, las disputas financieras, el abuso de niños y los conflictos entre las familias. Las personas que crecen en familias con mayor conocimiento financiero y bienestar están menos deprimidas, muestran un comportamiento menos agresivo y antisocial y tienen más confianza en sí mismas. (Taft, Hosein, Mehrizi, & Roshan, 2013, p. 64)

La necesidad que existe con respecto a la educación financiera es grande, Brancewicz, Pattison, & Fok, (2014), refiere que debido a la actual economía, más escuelas se dan cuenta de la importancia y la urgencia para que los estudiantes adquieran alfabetización en economía y finanzas durante sus primeros años, además de que el sector privado ha desarrollado programas financieros similares para las escuelas (p. 1). De esta manera se denota que las organizaciones más interesadas en implementar la educación financieras son las privadas y que llevan un paso adelante sobre el tema.

Es también importante menciona que probablemente en esta era moderna, la alfabetización financiera digital se convierta en un aspecto cada vez más importante de la educación para la era digital. El desarrollo de economías de “concierto” o demanda, significa que las personas serán más responsables de su propia planificación financiera, incluida la jubilación. Los consumidores deberán tener una creciente sofisticación financiera para hacer un uso efectivo de los productos de tecnología financiera. (Morgan, Huang, & Trinh, 2019, p. 41)

Además, la tecnología en materia de finanzas ha llegado desde hace tiempo y trasladándose a la banca, ha proliferado en los últimos años, manifestados en los servicios electrónicos, y la disponibilidad de una amplia gama de productos ha llevado a una mayor adopción entre los consumidores. Estas tecnologías incluyen depósito directo, banca informática, tarjetas de valor almacenado y tarjetas de débito. Los bancos y otras instituciones financieras han trabajado arduamente para

desarrollar e implementar estas tecnologías debido a su potencial para aumentar la eficiencia, reducir costos y atraer nuevos clientes. Los consumidores se sienten atraídos por estas tecnologías debido a la conveniencia, la mayor facilidad de uso y, en algunos casos, el ahorro de costos. La banca electrónica, en particular, ha crecido a tasas impresionantes. Entre 1995 y 2003, la banca electrónica se multiplicó por ocho. Entre finales de 2002 y principios de 2005, el uso de la banca en línea aumentó por ciento. Existe alguna evidencia de que la banca informática está asociada con una mejor gestión financiera de los hogares (Servon & Kaestner, 2008, p. 271). Es por ello que es importante parte de la educación financiera, conocer los métodos actuales para gestionar bien las finanzas en las pymes mediante herramientas electrónicas.

Con respecto a la importancia de la educación financiera refiere que los productos financieros se están volviendo tan complejos que muchas personas no entienden su esencia y mucho menos los riesgos potenciales que conllevan. Por otro lado, los productos financieros (préstamos y similares) ahora son más accesibles que nunca, con comerciales que "atraen" a las personas y, a veces, incluso los hacen sentir culpables si no toman un préstamo y pierden una oportunidad tan grande. Esto crea el riesgo de que las personas se endeuden en exceso, lo que les dificultaría salir de esta situación más adelante. (Fabris & Luburić, 2016, p. 68)

También de acuerdo con Banco de la Nación (2016), la educación financiera es capaz de desarrollar capacidades en la población para que puedan gestionar su dinero y planear su futuro para fines personales. Además, puede hacerles comprender las oportunidades en financiamiento para que así reduzcan riesgos y estén más confiados en vincularse con el sistema financiero y haciendo uso responsable de las opciones que brinda. (p. 7)

Evaluación de la variable Educación financiera. Para evaluar la variable en mención en primer lugar de acuerdo con Ramos, García, y Moreno (2017), refiere que la Organización para la Cooperación y el

Desarrollo Económicos (OCDE), considera a la educación financiera como un proceso donde los usuarios inversores/financieros buscan comprender mejor los elementos financieros, las nociones y riesgos, por medio del aprendizaje gracias a la capacitación, para generar confianza y capacidades para ser consciente de los beneficios o peligros financieros y de esta manera tomar decisiones que lleven a acciones que favorezcan al bienestar en las finanzas. (p. 269)

Se considera las siguientes dimensiones (Ramos, García, y Moreno, 2017):

Aritmética: viene a ser la capacidad que tiene una persona para realizar el cálculo de la tasa de interés, lo cual involucra el poder tomar decisiones en todo aspecto financiero, sirve para poder realizar una compra o decisiones financieras de ahorro, uso de tarjetas de crédito. Sus indicadores son: Compra basado en cálculo, tiene que ver con el empleo del cálculo para realizar compras o adquirir mercadería. Cálculo de intereses, emplear el cálculo para conocer qué intereses es más beneficioso.

Ahorro e inversión: estas se consideran como la manera de conservar recursos que se tienen ahora para un futuro empleando cuentas que promueven el ahorro, fondos de inversión, el mercado de acciones entre otros. Sus indicadores son: Adquisición de cuentas de ahorro, se basa en saber la mejor opción de ahorro que beneficie al empresario. Inversión, se trata de ser capaz de invertir de manera favorable teniendo la información adecuada para ello para saber dónde hacerlo, lo cual involucra además cuánto invertir para el negocio.

Crédito: el crédito conlleva el conseguir elementos a futuro de lo que se tienen en el momento presente, mediante la utilización de tarjetas de crédito, realizando préstamos o hipotecando. Para optar por un crédito es necesario tener en cuenta o comprender el mercado financiero y los términos de crédito. Adquisición de crédito, sacar un crédito de manera inteligente en beneficio de la empresa o negocio. Conocimiento del

mercado, comprender cómo se encuentra el mercado financiero. Conocimiento de términos de crédito, se trata de tomar decisiones de crédito de acuerdo al conocimiento de las ofertas y políticas de crédito.

Seguros: está incluido el optar por un área de protección de recursos, implicando el tener que asegurarse y emplear alguna técnica para manejar riesgos. Los indicadores serían: Adquisición de seguros, se busca optar por un seguro de algún tipo de acuerdo a la necesidad de la empresa ante futuros riesgos. (p. 273)

En relación a la variable competitividad, su definición de puede dar a conocer por medio de dos enfoques el primero como una cuestión relativa a la eficiencia, estática o dinámica. Esta se puede cuantificar de acuerdo a los niveles de rendimiento. El segundo enfoque considera la competitividad como un reflejo del desempeño en el comercio internacional (medido en forma de cuotas de mercado en los mercados de exportación o en forma de penetración de las importaciones). (Ion, 2015, p. 58)

Cuando se habla de competitividad en un negocio, se considera a los mercados en los cuales el productor es capaz de manejar un proceso donde fija el precio, en contraposición a lo que es el mercado sin competencia, en donde el precio lo pone el negocio como tal. El conseguir mucha más competitividad en un negocio, depende de las herramientas que emplee, la cual puede ser una óptima gestión financiera, tener activos para poder innovar en productos nuevos y procesos, conseguir mucha mayor productividad gracias a los trabajadores en comparación de la competencia, disminuir costos por medio de una gran integración vertical (disminuyendo costos de transacción) en algunos casos, mediante la descentralización de producción dentro del país (subcontrataciones) o por medio de inversiones, etc. (Bonales, Pedraza, & Prado, 2015, p. 31)

Es posible mencionar sobre la inteligencia competitiva, la cual se considera una herramienta de gestión estratégica para mejorar la competitividad estratégica, o también como una manifestación tangible de

la personalidad de una organización empresarial que le permite ser específica en su enfoque y fácilmente reconocible en el mercado. (Tsoka & Boya, 2014, p. 349)

Según diversos especialistas, existen cuatro puntos de vista sobre la competitividad a nivel de las Pequeñas y medianas empresas (Pyme) (Ion, 2015):

Visión tradicional (basada en costos), cuyo objetivo es reducir los costos. Las acciones se centran en las áreas de actividad más rentables, la transferencia de capacidad de producción a países con mano de obra barata, economías de escala, etc. No es infrecuente que los costos se reduzcan en detrimento de la capacidad de las entidades para enfrentarse a las modificaciones que sufre el ambiente, por lo que la flexibilidad se reduce.

Visión clásica (orientada al marketing), que es una combinación de visión tradicional mejorada por elementos de previsión de marketing. Se basa en las expectativas sobre la reacción del mercado, lo que aumenta la resistencia del negocio en comparación con su predecesor, que solo considera la respuesta del mercado.

Visión moderna (basada en el tiempo), que supone que los requisitos del mercado cambiarán significativamente en el futuro previsible. Esta visión se basa en minimizar el tiempo para ajustar la producción de bienes o servicios a los requisitos del mercado que cambian rápidamente. El tiempo es visto como un recurso concreto, pero también como un indicador económico tan importante como los indicadores de calidad, los costos de producción, etc.

La visión posmoderna (impulsada por la globalización), que considera los cambios sustantivos que la globalización induce a las relaciones económicas a escala global, impacta no solo en los mecanismos del mercado, sino también en los mecanismos de producción y desempeño. (p. 57)

Se asume que la competitividad es una característica de quienes compiten, además esta se percibe como un proceso entre rivales, o también como una oportunidad para la cooperación entre socios comerciales. En relación a sus tipos es posible distinguir tres (Zelga, 2017):

Competitividad normal: cuando los resultados de interacciones específicas son iguales a las expectativas de las partes interesadas participantes;

Competitividad inferior a la normal, cuando los resultados reales no cumplen con las expectativas. Luego, las partes interesadas involucradas en esta situación, toman medidas para retirarse de la interacción con la empresa y pasar a otra más atractiva;

Competitividad superior a la normal, cuando los resultados reales son más altos de lo esperado. Las partes interesadas que tienen una base para tales evaluaciones buscan fortalecer su relación con la empresa. (p. 303)

Para generar competitividad también es muy importante la innovación, esta puede definirse como métodos nuevos o innovadores utilizados por la empresa o los nuevos productos que genera. La innovación incluye la creación de nuevos productos y procesos. Esta realmente estimula a los competidores. Dado que la innovación proporciona a la empresa ventajas únicas (de las que carecen los competidores), puede considerarse como la principal fuente de ventaja competitiva. La singularidad permite a la empresa distinguirse de los competidores y poner precios más altos en sus productos o reducir significativamente sus costos en comparación con los competidores. (Hosseini, Soltani, & Mehdizadeh, 2018, p. 5)

La importancia de la competitividad radica en que las que poseen esta característica se adaptan efectivamente a las demandas del mercado, eso a su vez les otorga ventaja sobre otras, dándole valor a una entidad. (Zelga, 2017, pp. 304-305)

Con respecto a la evaluación de la competitividad, en primera instancia es necesario mencionar que no existe una sola definición y que es compleja establecer una sola, pero según el estudio, es posible mencionar que de acuerdo con Ibarra, González, y Demuner (2017), se define como la derivación de la ventaja competitiva que posee una entidad por medio de sus técnicas de producción y de organización, proyectados en los bienes que oferta (sobre precio y calidad) en relación con otros que compiten en un mercado del mismo rubro. (p. 111)

De esta manera se considera las siguientes dimensiones e indicadores para su evaluación (Ibarra, González, y Demuner, 2017):

Planeación estratégica: consta que las entidades tengan metas u objetivos en distinto tiempo o plazo, lineamientos para que se cumplan y actividades de control para que se verifique que se cumpla. Se tiene en cuenta además de que haya considerado realizar, análisis de la situación del mercado y planes para prevenir posibles hechos que perjudiquen a la empresa. Este componente es una prioridad que se da por hecho en una empresa, pero muchas no la poseen en su totalidad. Sus indicadores son, por tanto: Objetivos, establecer objetivos empresariales. Metas, establecer metas institucionales. Políticas, tener lineamientos bien establecidos. Análisis del entorno, el tener capacidad para poder comprender las necesidades de mercado y detectar amenazas y oportunidades. Planes de contingencia, tener un plan de para prever los riesgos posibles.

Aseguramiento de calidad: se basa en el grado en que la entidad establece normas de calidad o equipos que se ocupen de ello, además de tener certificaciones de calidad. Sus indicadores son: Normatividad, tener normas de calidad. Grupos de trabajo, contar con trabajadores que realicen un control para verificar la calidad de los productos. Procesos certificados, contar con un estándar de actividades para facilitar el control de la calidad de bienes y conservar el mismo.

Comercialización: consta de analizar las políticas de venta, los canales por donde se distribuye, modos de cancelación, vínculos de clientes y proveedores, a dónde se dirige el mercado, la aplicación de estrategias de marketing y la búsqueda de satisfacción del cliente. Sus indicadores son: Políticas de venta, si la empresa cuenta con lineamientos claros sobre las ventas. Distribución, si la empresa posee medios adecuados para entregar sus productos. Relaciones clientes-proveedores, se basa en establecer buenas relaciones y positivas con los clientes y proveedores. Satisfacción de clientes, si la empresa logra satisfacer lo que requiere el consumidor y su expectativa.

Contabilidad y finanzas: se basa en que la empresa tenga definida la estructura de costos, lo que tiene que ganar, capacidad para administrar sus finanzas, capacidad para cubrir sus responsabilidades fiscales. Mucho de lo que hace crecer o hundir a una empresa tiene que ver con la utilización adecuada de sus recursos. Sus indicadores se dividen en: delimitación de la misma. Administración financiera, adecuada gestión del uso de recursos financieros. Responsabilidad fiscal, realizar el acto del pago de impuestos a tiempo y responsablemente. Inventarios, mantenerse al tanto de las existencias para el flujo adecuado de la actividad laboral.

Recursos humanos: emplear la mano de obra de manera adecuada y que esta sea la pertinente para la labor, es por ello que los procesos de gestión del talento, tienen que ser los necesarios y adecuados. Por tanto, esto involucra los siguientes indicadores: Procesos de selección y reclutamiento, conlleva saber qué trabajadores se necesita y que estos entren a trabajar para el negocio. Capacitación y adiestramiento, se involucra la actividad de aprendizaje al trabajador para mejore su labor. Rotación y clima labor, consta de conocer los factores que generan rotación y de mantener un buen ambiente de trabajo. Seguridad e higiene, una empresa competitiva mantiene un entorno seguro y limpio en que los trabajadores se desenvuelvan sin problemas. Compensaciones, entregar los pagos a tiempo u otorgar los beneficios según correspondan.

Gestión ambiental: actualmente esto es tendencia para los consumidores, las empresas tienen que destacarse también por su capacidad de ser responsable con el medio ambiente, las empresas competitivas analizan la utilización de políticas ambientales. Sus indicadores son: Programa de manejo de desechos, si la empresa cuenta con un programa para poder manejar sus desperdicios. Políticas de reciclaje, si la entidad cuenta con sus propias políticas para reciclar elementos resultantes de su actividad laboral. Normatividad, la empresa se rige ante ciertas normas o políticas ambientales que se establecen en su entorno local o nacional.

Sistemas de información: el uso de la tecnología como un método para elevar la competitividad en la empresa, las empresas inteligentes consiguen las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación) necesarias que a su vez es posible que tengan trabajadores capacitados para ello, y gracias a esta herramienta es posible que tomen mejores decisiones gracias a que se tiene muchos datos los cuales es capaz de conseguir, volviéndolos más competitivos. Como indicadores se considera: Tecnologías de la información, estas las herramientas que proporcionan comunicación y adquisición de datos en una entidad. Sistematización, se basa en mantener un orden en los procesos para en la comunicación y la información que se maneja. Planes de contingencia, se basa en la implementación de medidas preventivas haciendo uso de la información recopilada aprovechando la nueva información de un acontecimiento para prever nuevamente eventos que sean oportunidades para la empresa. (p. 114-115)

III. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

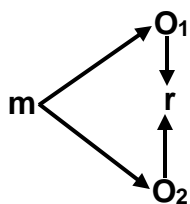
La investigación fue de tipo básica ya que se buscó conocer el estado de las variables y su relación para acrecentar el conocimiento sobre este y que en un futuro no inmediato sea útil para desarrollar propuestas de mejora. Este tipo de investigación busca enriquecer el conocimiento [...] busca descubrir leyes para conocer la realidad como se encuentra (Martínez, 2013, p. 39;40).

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue el no experimental, debido a que no hay alguna manipulación del objeto de estudio, las situaciones se perciben como se presentan sin intervenir en ellas, de esa observación se analiza y se saca conclusiones posteriormente. (Palella & Martins, 2012, pág. 87).

Además, fue descriptiva y correlacional, descriptiva, ya que, se trata de estudios que observan los fenómenos y los describen por sus características o condiciones en que se encuentra. (Jordan, 2014, p. 74). Correlacional porque buscará determinar la relación o asociación que existe entre variables para comprender mejor la interacción que poseen. (Yuni & Urbano, 2014, p. 16)

Se presenta el siguiente esquema:



Dónde:

m = Gerentes o propietarios de las Pymes

O₁ = Educación Financiera

O₂ = Competitividad

r = Relación

2.2. Variables, Operacionalización

Variables

Variable I: Educación financiera

Variable II: Competitividad

2.3. Población, Muestra y muestreo

Población

Se trata de un conjunto de casos que puede ser finito o limitado y al cual se pueda acceder, los cuales son un referente para elegir a la muestra que posee ciertos atributos. (Arias, Villasís, y Miranda, 2016, p. 201). De esta manera se consideró a las Pymes del sector comercial de Tarapoto como población de estudio.

Muestra

Se trata de una cantidad específica de participantes o elementos los cuales se emplearán para cumplir el propósito del estudio, el cual se puede calcular de diversas formas. (Arias, Villasís, y Miranda, 2016, p. 206). Esta proviene de la población, por tanto, para el estudio se empleó a 70 Pymes del sector comercial de Tarapoto para el presente estudio.

Muestreo

El muestreo fue no probabilístico el cual, se trata de que la selección de los sujetos a estudiar dependerá de las cualidades, o aspectos que el investigador tenga en cuenta en el momento (Otzen & Manterola, 2017, p. 228). Además, será de tipo conveniente por la accesibilidad de poder recopilar los datos o cercanía de los sujetos de estudio para el investigador. (Otzen & Manterola, 2017, p. 230)

Como criterio de inclusión se tiene a las Pymes del sector comercio (compra y venta) de la ciudad de Tarapoto.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Tabla 1

Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumento	Alcance	Fuente / Informante
Encuesta	Cuestionarios	Conocer la Educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.	Propietarios o gerentes de las empresas/negocios
		Conocer la Competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.	Propietarios o gerentes de las empresas/negocios

Técnicas

La encuesta

La encuesta se trata de un acervo de preguntas que se dirigen hacia una muestra de algún grupo social de tal modo que se busque conocer la opinión o ideas sobre ciertas condiciones o aspectos que poseen. (Abundis, 2016, p. 171). De este modo se empleó la encuesta para así

conocer el estado, idea, conocimiento de la educación financiera y competitividad en las Pymes.

Instrumentos

Cuestionario

El cuestionario se basa en la metodología de emplear una herramienta que normalmente es un formato impreso de preguntas, con la finalidad de conseguir información de los fenómenos de estudio y que la persona que brinda la información completa o da respuestas por sí solo. (Pozzo, Borgobello, y Pierella, 2018. p. 3). De esta manera se empleó dos cuestionarios dirigidos a los propietarios o dueños de Pymes del sector comercio de Tarapoto, los cuales tendrán que responder de manera veraz y sincera.

Validación de los instrumentos

La validez de acuerdo con Messick (1996) citado por (Soriano, 2014) trata que el instrumento por medio de sus resultados e interpretación tengan sean acordes a la realidad social o que se investiga. (p. 23). De este modo para validar los cuestionarios se empleará el juicio de expertos que va a dar su aprobación para que el instrumento sea aplicado según se encuentre acorde a la teoría planteada.

Tabla 2

Validación por juicio de expertos

	Experto	Opinión
	Educación financiera	
Mg.		Existe suficiencia
Mg.		Existe suficiencia
Mg.		Existe suficiencia
	Competitividad	
Mg.		Existe suficiencia
Mg.		Existe suficiencia
Mg.		Existe suficiencia

Confiabilidad

Se basa en que un elemento u objeto de estudio medido de manera continua con la misma herramienta siempre otorgará un resultado similar. (Soriano, 2014, p. 23).

La confiabilidad de los instrumentos se realizó por medio de la prueba de Alfa de Cronbach, la cual necesitará datos de una prueba piloto de 20 sujetos, luego según el resultado que se arroje se emplea según los criterios que se muestran su valoración es:

Criterios de confiabilidad	Valores
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	0.9 a 1

Por tanto, gracias a la prueba piloto, según los datos obtenidos, la variable Educación Financiera tuvo un coeficiente de Cronbach de 0,873 señalando así que es fuertemente confiable. En relación a la Competitividad el coeficiente de alfa de Cronbach es de 0,837 mencionando que el instrumento es fuertemente confiable para su aplicación.

2.5. Procedimientos

La investigación comenzó por aplicar los instrumentos elaborados para cumplir los objetivos de estudio, recopilando datos por medio de estos, luego se describirá las mismas y el estado en que se encuentran, así como la vinculación que poseen entre ellas para así comprobar la hipótesis de investigación y responder al problema.

2.6. Método de análisis de datos

Forma de tratamiento de datos

Respecto al tratamiento de datos, el investigador tendrá cierto conocimiento para poder de este modo realizar los procesos que involucran el desarrollo del proyecto, utilizando los datos y analizándolos para conseguir así concretar los objetivos del estudio.

Tabulación de datos

Para tabular los datos se empleó el programa Microsoft Excel el cual favorecerá a ordenar la información que se consiga luego de aplicar los instrumentos y por medio de este elaborar tablas y figuras

Forma de análisis de información

El análisis de información se realizó por medio de la información recopilada de parte de los cuestionarios para luego llevarlos a su análisis general y específico, por tanto, se partirá de algo específico hacia un todo general.

2.7. Aspectos éticos

Para el presente estudio se consideraron las normas APA, ya que los autores que se emplearon para el marco teórico, evaluación de la variable, antecedentes, entre otros fueron debidamente citados, respetando los derechos de autor, también que la investigación es original y no tendrá plagio alguno ya que se empleará el parafraseo.

Además según Giménez (2014), la investigación debe cumplir con determinadas cuestiones éticas como puede ser la elección de una muestra sin discriminación, dar a conocer a la muestra o unidad de información lo que se presente con el estudio eligiendo participar o no, la confidencialidad y privacidad de la información recopilada así como el no poseer conflicto de intereses. (p.191)

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo de las variables

4.1.1. Nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 3.

Análisis descriptivo de la variable educación financiera

	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Aritmética	Bajo	29	41%
	Regular	41	59%
	Alto	0	0%
Ahorro e inversión	Bajo	26	37%
	Regular	39	56%
	Alto	5	7%
Crédito	Bajo	19	27%
	Regular	40	57%
	Alto	11	16%
Seguro	Bajo	33	47%
	Regular	35	50%
	Alto	2	3%
Educación financiera	Bajo	20	29%
	Regular	40	57%
	Alto	10	14%
Total		70	100%

En la tabla anterior se presenta el análisis descriptivo de la variable educación financiera y sus dimensiones. En la misma se aprecia que el nivel de educación en aritmética prevalente es el regular en un 59% y bajo en un 41%, mientras la dimensión nivel de educación en ahorro e inversión presenta un nivel regular en un 56%, bajo en un 37% y alto en un 7%; en cuanto a la dimensión nivel de educación en crédito el porcentaje predominante es el regular en un 57%, bajo en un 27% y alto en un 16% y la dimensión nivel de educación en seguro el nivel con mayor porcentaje es el regular en un 50%, bajo en un 47% y alto el 3%. Finalmente, se considera que el nivel de educación financiera es predominantemente regular en un 57%, bajo en un 29% y alto en un 14%.

4.1.2. Nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 4.

Análisis descriptivo de la variable competitividad

	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Planeación estratégica	Bajo	24	34%
	Regular	36	51%
	Alto	10	14%
Aseguramiento de calidad	Bajo	27	39%
	Regular	30	43%
	Alto	13	19%
Formalización	Bajo	24	34%
	Regular	36	51%
	Alto	10	14%
Contabilidad y finanzas	Bajo	24	34%
	Regular	33	47%
	Alto	13	19%
Recursos humanos	Bajo	24	34%
	Regular	30	43%
	Alto	16	23%
Gestión ambiental	Bajo	28	40%
	Regular	37	53%
	Alto	5	7%
Sistemas de información	Bajo	25	36%
	Regular	40	57%
	Alto	5	7%
Competitividad	Bajo	22	31%
	Regular	32	46%
	Alto	16	23%
Total		70	100%

En la tabla anterior se presenta el análisis descriptivo de la variable competitividad y sus dimensiones. En la misma se aprecia que el nivel de planeación estratégica es el regular en un 51%, bajo en un 34% y alto en un 14%, mientras la dimensión aseguramiento de la calidad presenta un nivel regular e un 43%, bajo en un 39% y alto en un 19%; en cuanto a la dimensión formalización el porcentaje predominante es el regular en un 51%, bajo en un 34% y alto en un 14%; la dimensión contabilidad y finanzas el porcentaje predominante es el regular en un 47%, bajo en un 34% y alto

en un 19%. En cuanto a la dimensión recursos humanos el porcentaje predominante es el regular en un 43%, bajo en un 34% y alto en un 23%, la dimensión gestión ambiental el porcentaje predominante es el regular en un 53%, bajo en un 40% y alto en un 7% y la dimensión sistemas de información el nivel con mayor porcentaje es el regular en un 57%, bajo en un 36% y alto el 7%. Finalmente, se considera que el nivel competitividad es predominantemente regular en un 46%, bajo en un 31% y alto en un 23%.

4.3. Prueba de normalidad

Tabla 5.

Análisis de normalidad

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Educación financiera	0.087	70	,200*
Competitividad	0.099	70	0.088

Referente a la normalidad de los datos se observa que ambas variables no presentan una normalidad normal, puesto que, el valor de significancia fue mayor a 0,05 en ambos casos, en consecuencia, el estadístico de relación a emplear para la comprobación de hipótesis es la prueba de Tau B de Kendall.

4.4. Resultados correlación

4.4.1. Relación entre la aritmética y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 6.

Análisis de correlación entre la dimensión aritmética y la variable competitividad

		Competitividad	
Aritmética	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
	,481	0.000	70

En la tabla anterior se presenta el análisis de relación entre la educación en aritmética y la variable competitividad, donde se aprecia una relación positiva media al ser su coeficiente igual a 0,481 y siendo esta significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, es decir, menor al 5% de significancia. En este sentido, se demuestra que mientras mayor sea el nivel de educación en aritmética mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

4.4.2. Relación entre el crédito y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 7.

Análisis de correlación entre la dimensión crédito y la variable competitividad

		Competitividad	
Crédito	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
	,508**	0.000	70

En la tabla anterior se presenta el análisis de relación entre el nivel de educación en crédito y la variable competitividad, donde se aprecia una relación positiva media al ser su coeficiente igual a 0,508 y siendo esta significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, es decir, menor al 5% de significancia. En este sentido, se demuestra que mientras mayor sea el nivel de educación en crédito mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

4.4.3. Relación entre el ahorro y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 8.

Análisis de correlación entre la dimensión ahorro y la variable competitividad

Competitividad			
Ahorro	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
	,556**	0.000	70

En la tabla anterior se presenta el análisis de relación entre el nivel de educación en ahorro y la variable competitividad, donde se aprecia una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,556 y siendo esta significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, es decir, menor al 5% de significancia. En este sentido, se demuestra que mientras mayor sea el nivel de educación en ahorro mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

4.4.4. Relación entre el seguro y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 9.

Análisis de correlación entre la dimensión seguro y la variable competitividad

Competitividad			
Seguro	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
	,544	0.000	70

En la tabla anterior se presenta el análisis de relación entre el nivel de educación en seguro y la variable competitividad, donde se aprecia una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,554 y siendo esta significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, es decir, menor al 5% de significancia. En este sentido, se demuestra que mientras mayor sea el nivel de educación en seguro mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

4.4.5. Relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

Tabla 10.

Análisis de correlación entre las variables educación financiera y la competitividad

Competitividad			
Educación financiera	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
	,537	0.000	70

En la tabla anterior se presenta el análisis de relación entre el nivel de educación financiera y la competitividad, donde se aprecia una relación

positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,537 y siendo esta significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, es decir, menor al 5% de significancia. En este sentido, se demuestra que mientras mayor sea el nivel de educación financiera mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

V. DISCUSIÓN

La discusión del estudio será presentada en función de los objetivos plasmados, por ello, a través del primer objetivo se demostró que el nivel de educación financiera de los gerentes de pymes de la ciudad de Tarapoto presentó un nivel prevalentemente regular en un 57%; esto se diferencia de lo encontrado por Delić, Peterka, Kurtović (2016), ya que, da a conocer que un el 95.4% de los encuestados consideran que es fundamental saber lo que se posee de fortaleza y debilidad de las fuentes individuales de financiamiento (educación financiera) como un factor importante al tomar decisiones sobre la estructura de capital. En este sentido, se evidencia que es necesaria la educación financiera para el crecimiento empresarial.

En cuanto al segundo objetivo el nivel de competitividad de las pymes comerciales de Tarapoto fue prevalentemente regular en un 46%, esto se relaciona con lo encontrado por Eniola & Entebang (2016), dado que, concluyó que la educación financiera es un problema particular de las pequeñas y medianas empresas (PYME), las empresas tienden a tener tasas mucho más altas de crecimiento laboral, pero también es más probable que cierren o permanezcan atrofiadas debido a problemas de alfabetización institucional y financiera. En este sentido, se evidencia que para poder tener competitividad en el mercado y poder permanecer en el mismo, es necesaria la educación financiera.

Referente al tercer objetivo se demostró que la educación en aritmética y la variable competitividad presentan una relación positiva media al ser su coeficiente igual a 0,481 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000; esto se relaciona con lo encontrado por Delić, Peterka, Kurtović (2016) quien evidencia que los dueños y / o gerentes de las pymes al tomar decisiones sobre la estructura de capital, utilizan una mayor cantidad de información financiera, incluidos datos de ventas, balance y estado de pérdidas y ganancias, declaración de impuestos y datos personales, diversifique las fuentes de financiación utilizadas. Esto ayuda que se puedan usar fondos propios, esto involucra que no realicen un análisis a profundidad de sus operaciones financieras ya que conocen en todo momento lo que tienen disponibles para financiar el desarrollo de sus negocios

En cuanto al cuarto objetivo se demostró que la educación financiera en crédito y la variable competitividad presentan una relación positiva media al ser su coeficiente igual a 0,508 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, esto se relaciona con lo encontrado por Ye & Kulathunga, (2019), quien descubrió que el acceso a las finanzas y la actitud de riesgo financiero son mediadores parciales de la relación entre la educación financiera y la sostenibilidad de las PYME. En este sentido, es necesario que los gerentes tengan conocimientos financieros entorno al crédito, sus riesgos y ventajas para poder obtener un crecimiento empresarial.

A partir del quinto objetivo se demostró que la educación financiera en ahorro y la variable competitividad presentan una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,556 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000, eso se asemeja a lo encontrado por Carvajar, Arco, & Milena, (2015) quien llegó a concluir que los comerciantes poseen habilidades de negociación, sin embargo, no cuenta con un nivel alto de formación en finanzas sin realizar análisis de costos, además las actividades de financiamiento están dirigidas a pagar gastos, pero no a inversión.

Así mismo, con el sexto objetivo se demostró que la educación financiera en seguro y la variable competitividad presentan una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,544 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000; esto se relación con los hallazgos de Larios (2017) quien demostró que no existe una adecuada capacidad directiva y la gestión no está alineada con los objetivos estratégicos. Se concluye que no existe la competitividad esperada en estas empresas, aunque el gobierno por medio de sus programas esté tratando de mejorarlos competitivamente

Finalmente, se demostró a través del objetivo general que la educación financiera y la competitividad presentan una relación positiva considerable al ser su coeficiente igual a 0,537 y fue significativa pues el valor obtenido fue de 0,000 esto se relaciona con lo encontrado por Delić, Peterka, Kurtović (2016) quien demuestra que la educación financiera reduce el impacto de la

información asimétrica, con ello se puede tomar mejores decisiones sobre las fuentes de financiamiento y, en última instancia, contribuye a mejores resultados comerciales y competitividad de la empresa y, también se relación con los hallazgos de Ye & Kulathunga, (2019) quien evidencio que existe relación entre la educación financiera y la sostenibilidad en una empresa co una significancia igual a 0,000. Esto permite afirmar que mientras mejor sea la educación financiera mayor será la competitividad de las pymes

VI. CONCLUSIONES

1. El nivel de educación financiera fue predominantemente regular en un 57%, dado que, en todas sus dimensiones el nivel de educación en aritmética ahorro e inversión, credito y seguro fue prevalentemente regular.
2. El nivel de competitividad fue predominantemente regular en un 46%, dado que, sus dimensiones planeación estratégica, aseguramiento de calidad, formalización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información presentaron valores regulares.
3. Existe relación significativa entre el nivel de educación en aritmética y la variable competitividad, en este sentido se comprueba la hipótesis de investigación y se puede afirmar que mientras mayor sea el nivel de educación en aritmética mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.
4. Existe relación significativa entre el nivel de educación en crédito y la variable competitividad, en este sentido se comprueba la hipótesis de investigación y se puede afirmar que mientras mayor sea el nivel de educación en crédito mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.
5. Existe relación significativa entre el nivel de educación en ahorro y la variable competitividad, en este sentido se comprueba la hipótesis de investigación y se puede afirmar que mientras mayor sea el nivel de educación en ahorro mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.
6. Existe relación significativa entre el nivel de educación en seguro y la variable competitividad, en este sentido se comprueba la hipótesis de investigación y se puede afirmar que mientras mayor sea el nivel de educación en seguro mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020.

7. Existe relación significativa entre el nivel de educación financiera y la competitividad, en este sentido se comprueba la hipótesis de investigación y se puede afirmar que mientras mayor sea el nivel de educación financiera mayor será la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020

VII. RECOMENDACIONES

A los gerentes de las pymes comerciales de la ciudad de Tarapoto participar en programas de educación financiera, a fin de acrecentar sus conocimientos y estar a la vanguardia de las nuevas metodologías financieras empleadas.

Se recomienda al estado y gobierno regional el desarrollo de estrategias para fortalecer y promover las pymes que están iniciando o están en proceso de crecimiento a fin de fomentar un crecimiento sostenible entre las mismas.

Al estado y al ministerio de educación desarrollar cursos educativos relacionados con la educación en aritmética para pymes y personas que con sus emprendimientos buscan entrar al mercado comercial.

Al ministerio de educación promover el establecimiento de cursos de finanzas personales para pymes en relación a los métodos de ahorro e inversión incorporando módulos o cualquier otra forma de intervención que permita la mejora de los conocimientos básicos en materia financiera.

A las entidades bancarias se sugiere ofrecer capacitaciones a las pymes sobre la obtención de un crédito, los términos que disponen y los beneficios que podrían obtener las pymes.

A los gerentes de las pymes comerciales considerar el uso de seguros frente a cualquier adversidad que pueda implicar un riesgo financiero para su negocio, de manera que pueda recuperar el dinero del mismo.

A los gerentes de las pymes comerciales se les sugiere tomar en consideración todos los aspectos relacionados con la educación financiera mediante la asesoría de expertos financieros de esta manera

podrán estar preparados para enfrentar cualquier asunto financiero con una mayor eficacia.

REFERENCIAS

- Abundis, V. (2016). beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/22/encuestas.pdf>
- Akoto, G. (2017). Financial literacy of cocoa farmers in Ghana. *Inderscience Enterprises*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/7699/540eafe65bcb28e285c7146a7f56cd23bee4.pdf>
- Amat, O., & Perramon, J. (2011). High-growth cooperatives: financial profile and key factors for competitiveness. *CIRIEC-España*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17421160005.pdf>
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Banco de la Nación. (2016). *Plan Nacional de Educación Financiera*. Recuperado de <https://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-peru-30Sept16.pdf>
- Bonales, J., Pedraza, O., & Prado, I. (2015). COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS MEXICANAS EXPORTADORAS PORCÍCOLAS. *Investigación Administrativa*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456044959002.pdf>
- Brancewicz, J., Pattison, J., & Fok, L. (2014). Impact of Ja Biztown on Improving financial literacy among middle-school students. *Journal of Economic and Economic Education Research*, 15(2), 1-12. Recuperado de <https://www.abacademies.org/articles/jeeevol15no22014.pdf>
- Carvajar, L., Arco, G., & Milena, G. (2015). La educación financiera y el sobreendeudamiento de los comerciantes de la ciudad de Tulcán. *SATHIRI*. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/332487392_La_educacion_financiera_y_el_sobreendeudamiento_de_los_comerciantes_de_la_ciudad_de_Tulcan

Céspedes, J. (2017). Análisis de la necesidad de la educación financiera en la formación colegial. *Pensamiento Crítico*. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/download/14333/12697/>

Chakrabarty, K. (2012). Strengthening SMEs Capabilities for Global Competitiveness. *RBI Monthly Bulletin*. Recuperado de <https://rbidocs.rbi.org.in/rdocs/Bulletin/PDFs/02SPB101112FL.pdf>

Cordero, J., & Pedraja, F. (2018). La educación financiera en el contexto internacional. *Cuadernos economicos de ICE*. Recuperado de <http://www.revistasice.com/index.php/CICE/article/view/6649/6596>

Delić, A., Peterka, S., & Kurtović, I. (2016). Is there a relationship between financial literacy, capital structure and competitiveness of SMEs? *EKONOMISK VJESNIK*. Recuperado de <https://hrcak.srce.hr/file/237437>

Du, J., & Banwo, A. (2015). Promoting SME Competitiveness: Lessons from China and Nigeria. *American Advanced Research in Management*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Adeleke_Banwo2/publication/301552764_Promoting_SME_Competitiveness_Lessons_from_China_and_Nigeria/links/571912dc08ae986b8b7b305a.pdf

Eniola, A., & Entebang, H. (2016). Financial literacy and SME firm performance. *International Journal of Research Studies in Management*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Anthony_Eniola2/publication/284434148_Financial_literacy_and_SME_firm_performance/links/59a0207fa6fdcc1a3147ffa6/Financial-literacy-and-SME-firm-performance.pdf

Fabris, N., & Luburić, R. (2016). Financial Education of Children and Youth. *Journal of Central Banking Theory and Practice*. Recuperado de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/cbk/journal/vol5no2-3.pdf>

- Giménez, V. (2014). Cuestiones éticas en la investigación en Trabajo Social y estrategias para una investigación éticamente responsable. *Revista Internacional de Trabajo Social y Bienestar*(3), 187-195.
- Hosseini, A., Soltani, S., & Mehdizadeh, M. (2018). Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy (Case Study: Toos Nirro Technical Firm). *Journal of Open Innovation*, 4(17), 1-12. Recuperado de https://res.mdpi.com/d_attachment/JOItmC/JOItmC-04-00017/article_deploy/JOItmC-04-00017.pdf#:~:text=Product%20innovation%20is%20the%20process,different%20ways%20by%20different%20researchers.
- Ibarra, M. A., Gonzales, L. A., & Demuner, M. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Instituto de Estudios Económicos y Sociales. (2018). *Competitividad de la economía Peruana registra el mayor retroceso en la última década: pierde 5 lugares en el 2017*. Recuperado de <https://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2018/01/Setiembre-2017-Reporte-de-Competitividad.pdf>
- Ion, S. (2015). Competitiveness of SMES. *Business Excellence and Management*. Recuperado de <http://beman.ase.ro/no52/6.pdf>
- Jordan, M. (2014). Diseño de los estudios de investigación. Debilidades y fortalezas. *Hematología*. Recuperado de <http://www.sah.org.ar/revista/numeros/Vol18.n1.74-83.pdf>
- Larios, R. (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima. *Ingeniería industrial*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3374/337453922006.pdf>
- Martínez, A. (2013). Diseño de investigación. Principios teóricos-metodológico y prácticos para su concreción. *Revista de la Universidad Nacional de Córdoba*. Recuperado de

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/anuario/article/download/12664/13040/>

Mian, T. (2014). Examining the level of financial literacy among Saudi Investors and its impact on Financial Decisions. *Macrothink Institute*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/d29b/03a8612e5da8f285726747b38b98f93c2ae0.pdf>

Morgan, P., Huang, B., & Trinh, L. (2019). *The need to promote digital financial literacy for the digital age*. Japan: Kasumigaseki Building 8F. Recuperado de adb.org/sites/default/files/publication/503706/adbi-realizing-education-all-digital-age.pdf

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.* Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pallela, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL. Recuperado de <https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2015/09/metodologic3ada-de-la-investigacic3b3n-cuantitativa-3ra-ed-2012-santa-pallela-stracuzzi-feliberto-martins-pestana.pdf>

Pérez, C., & Pizarro, A. (2016). Competitividad en las organizaciones: las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre - Colombia. *TEACS*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6577503.pdf>

Pozzo, M., Borgobello, A., & Pierella, M. (2018). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad: análisis de experiencias desde una perspectiva situada. *Relmecs*. Recuperado de <https://www.relmecs.fahce.unlp.edu.ar/article/download/Relmecse046/10223/>

Ramos, J., García, A., & Moreno, E. (2017). Educación financiera: una aproximación teórica desde la percepción, conocimiento, habilidad, y uso y aplicación de los instrumentos financieros. *International Journal of*

Developmental and Educational Psychology. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/322713247_Educacion_financiera_una_aproximacion_teorica_desde_la_percepcion_conocimiento_habilidad_y_uso_y_aplicacion_de_los_instrumentos_financieros/fulltext/5a6a9bd0458515b2d05332cb/Educacion-financiera-una-aprox

Saab, G. (2017). Financial inclusion and growth. *The Business and Management Review*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/dc9f/a174ddadf6a03158a7930e4a60f5a6dbfc56.pdf>

Servon, L., & Kaestner, R. (2008). Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers. *Summer*, 24(2), 271-305. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1745-6606.2008.00108.x>

Soriano, A. (2014). Diseño y validación de instrumentos. *Diálogos*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/47265078.pdf>

Taft, M., Hosein, Z., Mehrizi, S., & Roshan, A. (2013). The Relation between Financial Literacy, Financial Wellbeing and Financial Concerns. *International Journal of Business and Management*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/99e2/cece83c8cdf0dcef7adc777339f3270dabf3.pdf>

Tsoka, E., & Boya, K. (2014). An exploration of strategic competitiveness of SMMEs: a South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*. Recuperado de https://businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/6156/PPM_2014_04_spec.issue_Boya.pdf

Weng, T. (2018). A New Method in Teaching Financial Management to Students. *International Journal of Information and Education Technology*, 8(9), 616-622. Recuperado de <http://www.ijiet.org/vol8/1110-SK227.pdf>

Worthington, A. (2004). The Distribution of Financial Literacy in Australia. *School of Economics and Finance*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Andrew_Worthington4/publication/2

4120155_The_Distribution_of_Financial_Literacy_in_Australia/links/0c96051994b4ddf3fc000000/The-Distribution-of-Financial-Literacy-in-Australia.pdf

Ye, J., & Kulathunga, K. (2019). How Does Financial Literacy Promote Sustainability in SMEs? A Developing Country Perspective. *Sustainability*. Recuperado de https://res.mdpi.com/d_attachment/sustainability/sustainability-11-02990/article_deploy/sustainability-11-02990.pdf

Yuni, J., & Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar*. Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

Zelga, K. (2017). The importance of competition and enterprise competitiveness. *World Scientific News*, 301-306.

ANEXOS

Matriz de consistencia

Título: “Educación financiera y competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos							
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020? ¿Cuál es el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020</p> <p>Objetivos específicos Conocer el nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020; Identificar el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020</p>	<p>Hipótesis general H_i: Existe relación significativa entre la educación financiera y la competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020</p> <p>Hipótesis específicas H₁. El nivel de educación financiera de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020, es regular. H₂. Identificar el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Tarapoto periodo 2020, es bajo.</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>							
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables, dimensiones e indicadores								
Descriptiva correlacional	<p>Población Pymes del sector comercial de Tarapoto</p> <p>Muestra</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Variable s</th> <th style="width: 25%;">Dimension es</th> <th style="width: 50%;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Educación financiera</td> <td rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Aritmética</td> <td style="text-align: center;">Compra basada en cálculo</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Cálculo de intereses</td> </tr> </tbody> </table>		Variable s	Dimension es	Indicadores	Educación financiera	Aritmética	Compra basada en cálculo	Cálculo de intereses
Variable s	Dimension es	Indicadores								
Educación financiera	Aritmética	Compra basada en cálculo								
		Cálculo de intereses								

	70 Pymes del sector comercial de Tarapoto para el presente estudio.		Ahorro e inversión	Adquisición de cuentas de ahorro		
				Inversión		
				Crédito		Adquisición de crédito
			Conocimiento del mercado			
			Conocimiento de términos de crédito			
			Seguros	Adquisición de seguros		
			Competitividad	Planeación estratégica		Objetivos
						Metas
		Políticas				
		Análisis del entorno				
		Planes de contingencia				
		Aseguramiento de calidad		Normatividad		
				Grupos de trabajo		
				Procesos certificados		
		Comercialización		Políticas de venta		
				Distribución		
				Relaciones clientes-proveedores		
				Satisfacción de clientes		
		Contabilidad y finanzas		Estructura de costos		
				Administración financiera		
Responsabilidad fiscal						
Inventarios						
Recursos humanos	Procesos de selección y reclutamiento					
	Capacitación y adiestramiento					
	Rotación y clima laboral					
	Seguridad e higiene					
	Compensaciones					
Gestión ambiental	Programa de manejo de desechos					
	Políticas de reciclaje					

					Normatividad		
				Sistemas de información	Tecnologías de la información		
					Sistematización		
					Planes de contingencia		

Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VARIABLE:

EDUCACIÓN FINANCIERA

CUESTIONARIO DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Se le presenta a continuación una serie de preguntas referidas a evaluar la educación financiera que usted posee, por favor marque la respuesta que más se acerque a su preferencia, condición o estado, esperando su colaboración, responda con sinceridad el presente cuestionario, con la siguiente escala de respuesta:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

Nombre y apellido.....

Edad.....Sexo..... Fecha.....

Ítems		Respuesta				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Aritmética						
Indicador	Compra basada en cálculo					
1	¿Realiza sus compras con el conocimiento básico matemático realizando cálculos constantemente?					
2	¿Mantiene en control su mercadería haciendo contabilidad propia para adquirir sus productos determinando sus ingresos y gastos?					
Indicador	Cálculo de intereses					
3	¿Realiza cálculos constantemente para determinar el interés de un crédito antes de obtenerlo?					
4	¿Realiza cálculos constantemente para determinar el interés de algún crédito adquirido?					
Dimensión: Ahorro e inversión						
Indicador	Adquisición de cuenta de ahorro					
5	¿Considera siempre el uso de cuentas de ahorro?					
6	¿Para usted las cuentas de ahorro son siempre una buena opción para el financiamiento?					
7	¿Tiene en cuenta o sabe dónde conseguir las mejores opciones en cuentas de ahorro?					
Indicador	Inversión					
8	¿Normalmente tiene metas financieras o metas de adquisición de un monto de dinero fijo a largo plazo con su negocio?					
9	¿Considera que sabe en dónde y cuánto invertir?					
10	¿Planea normalmente el monto de dinero que debe usar para alguna adquisición de recursos?					
Dimensión: Crédito						

Indicador	Adquisición de crédito					
11	¿Evalúa siempre la adquisición de un crédito para su negocio?					
12	¿Los créditos que adquiere siempre son muy rentables o se le hace fácil pagarlos?					
Indicador	Conocimiento del mercado					
13	¿Comúnmente comprende cómo se encuentra la situación del mercado financiero?					
14	¿Toma decisiones de acuerdo a los movimientos del mercado financiero?					
Indicador	Conocimiento de términos de crédito					
15	¿Toma decisiones de crédito en base a lo que ofrecen las empresas financieras y cómo le va a afectar a usted?					
16	¿Selecciona siempre el mejor crédito para usted considerando los términos y condiciones de las empresas financieras?					
Dimensión: Seguros						
Indicador	Adquisición de seguros					
17	¿Considera el uso de algún seguro frente a adversidades que involucran un riesgo financiero, para así recuperar dinero?					
18	¿Está al tanto o le presta atención constante a su situación financiera?					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VARIABLE:

COMPETITIVIDAD

CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD

Se le presenta a continuación una serie de preguntas referidas a evaluar la competitividad que posee su empresa, por favor marque la respuesta que más se acerque a su preferencia, condición o estado, esperando su colaboración, responda con sinceridad el presente cuestionario, con la siguiente escala de respuesta:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

Nombre y apellido.....

Edad.....Sexo..... Fecha.....

Ítems		Respuesta				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Planeación estratégica						
Indicador	Objetivos					
1	¿Tiene establecido objetivos empresariales de mediano y corto plazo?					
Indicador	Metas					
2	¿Cuenta con metas fijas que desea alcanzar su empresa?					
Indicador	Políticas					
3	¿Su negocio mantiene políticas estables o fijas?					
Indicador	Análisis del entorno					
4	¿Normalmente analiza las necesidades del mercado actual tomando decisiones en base a ellas?					
Indicador	Planes de contingencia					
5	¿Tiene desarrollado algún plan o proceso en caso de tener dificultades en su empresa?					
Dimensión: Aseguramiento de calidad						
Indicador	Normatividad					
6	¿Sus productos están bajo una norma o certificación que asegura su calidad?					
Indicador	Grupos de trabajo					
7	¿Emplea personal para asegurar que los productos que vende son de calidad?					
Indicador	Procesos certificados					
8	¿Tiene un estándar de actividades para asegurar la calidad de los productos que ofrece?					
Dimensión: Comercialización						
Indicador	Políticas de venta					
9	¿Emplea cabalmente sus políticas de venta en su empresa?					

Indicador	Distribución					
10	¿Siempre cuenta con los medios adecuados para vender sus productos?					
Indicador	Relaciones clientes-proveedores					
11	¿Frecuentemente tiene relaciones satisfactorias con sus proveedores y clientes?					
Indicador	Satisfacción de clientes					
12	¿Los clientes salen contentos y agradecidos por las compras que realizan?					
Dimensión: Contabilidad y finanzas						
Indicador	Estructura de costos					
13	¿Emplea una estructura de costos fija para asignar el valor a los productos que ofrece?					
Indicador	Administración financiera					
14	¿Gestiona frecuentemente sus recursos financieros para el provecho de su empresa?					
Indicador	Responsabilidad fiscal					
15	¿Paga sus impuestos a tiempo?					
Indicador	Inventarios					
16	¿Lleva un control de sus recursos o mercadería para que no falte o sobre?					
Dimensión: Recursos humanos						
Indicador	Procesos de selección y reclutamiento					
17	¿Siempre contrata a personal capacitado para la labor que usted necesita que realice (buena atención, gestión de recursos, etc.)?					
Indicador	Capacitación y adiestramiento					
18	¿Capacita de manera constante a sus trabajadores empleando charlas breves o talleres completos?					
Indicador	Rotación y clima laboral					
19	¿El personal se mantienen en su puesto y no requiere que busque constantemente a otro?					
20	¿El clima laboral es favorable para desarrollar las actividades con tranquilidad?					
Indicador	Seguridad e higiene					
21	¿Los entornos de trabajo se encuentran frecuentemente limpios y seguros?					
Indicador	Compensaciones					
22	¿Se otorgan a tiempo los pagos a los trabajadores, así como cualquier otro incentivo o adicional?					
Dimensión: Gestión ambiental						
Indicador	Programa de manejo de desechos					
23	¿Emplea algún proceso para manejar los desechos generados por la empresa para no ensuciar el medio?					
Indicador	Políticas de reciclaje					
24	¿Emplea frecuentemente políticas de reciclaje en su empresa demostrándolo a sus clientes?					
Indicador	Normatividad					
25	¿Toma acciones frecuentemente de la normativa ambiental a nivel nacional o regional para administrar sus residuos sólidos?					
Dimensión: Sistema de información						
Indicador	Tecnologías de la información					
26	¿Emplea tecnologías para almacenar información o comunicarse de manera más rápida en su empresa?					

Indicador	Sistematización					
27	¿Posee un orden sistematizado en los procesos de comunicación con la tecnología posee?					
Indicador	Planes de contingencia					
28	¿Emplea la información que recolecta para reducir riesgos?					

Base datos

Contabilidad y finanzas				Recursos humanos						Gestion ambiental		
PRG.13	PRG.14	PRG.15	PRG.16	PRG.17	PRG.18	PRG.19	PRG.20	PRG.21	PRG.22	PRG.23	PRG.24	PRG.25
3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	2
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5
3	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
5	5	4	4	5	3	5	5	3	3	4	5	5
3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2
4	3	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
3	4	3	5	5	3	3	5	3	5	4	3	4
4	4	3	3	3	4	5	3	5	4	4	3	4
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	3	5	5	3	3	5	4
3	4	3	2	2	3	4	2	2	4	2	4	3

1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4
2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
3	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4	4	3
1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1
3	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5
2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3
3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4
4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
3	4	5	5	4	3	3	4	5	5	3	5	4
3	4	5	3	4	5	3	5	4	4	4	3	3
2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	3
2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5
2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	4	3
3	2	4	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3
4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	2	3	3
2	2	3	4	3	3	4	3	2	4	2	3	4
3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3	2	2
2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2
3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4

