



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del  
mercado La Perla, Chimbote – 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Contador Público**

**AUTORAS:**

Chávez Ramirez, Cynthia Sthefany (ORCID: 0000-0002-2585-1747)  
Vicente Iparraguirre, Jennifer Andrea (ORCID: 0000-0001-6340-2494)

**ASESOR:**

Dr. Vallejos Tafur, Juan Britman (ORCID: 0000-0002-6328-806)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**CHIMBOTE — PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Dedico mi trabajo profesional a dios porque gracias a él estoy culminando uno de mis objetivos, gracias a mis padres a mi familia que son mi motivación constante para salir adelante, a ellos por darme el aliento necesario de seguir y luchar por mis sueños, su apoyo, cariño y paciencia incondicional durante todo el proceso gracias por estar en todo momento conmigo, por los consejos y oraciones para poder cumplir uno de mis sueños de culminar mi carrera profesional.

(CHAVEZ RAMIREZ CYNTHIA STHEFANY)

A Dios, por darme la familia que tengo y darme las fuerzas necesarias para nunca rendirme, por más que las cosas no hayan sido a mi favor.

A mi papá por ser mi motivación día a día, a mis hermanos por apoyarme durante todo este proceso, por ser mis ejemplos para ser una profesional, gracias a mi familia he logrado estar donde estoy.

Esta tesis está dedicada para mi madre Mirtha Janet Iparraguirre, gracias a todos los sacrificios que ha hecho para poder graduarme, por su compañía cada vez que me quedaba hasta la madrugada, por ser mi inspiración para poder yo recompensarla por todo lo que hizo y hace por mí.

(VICENTE IPARRAGUIRRE JENNIFER ANDREA)

## **Agradecimiento**

Damos gracias a dios primeramente por permitirnos llegar a nuestra meta, y a nuestros docentes por sus conocimientos y el aliento necesario durante toda nuestra labor académica.

(CHAVEZ RAMIREZ CYNTHIA STHEFANY)

En primer lugar, agradezco a Dios por estar en los momentos que yo necesitaba de él, por iluminar mi camino y guiarme en el transcurso de mi vida, por darme la fortaleza para nunca rendirme.

A mi familia por su apoyo incondicionalmente y haberme enseñado que todo se puede en esta vida, pese a las adversidades; que hoy es un sacrificio, pero el mañana será una recompensa, gracias, muchas gracias.

Agradezco a los docentes de la escuela Profesional de Contabilidad, por haber compartido sus conocimientos y por su dedicación en la formación de estudiantes, de manera especial, a los docentes tutores de nuestro proyecto de investigación.

(VICENTE IPARRAGUIRRE JENNIFER ANDREA)

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población y muestra.....	18
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	21
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	47
VI. CONCLUSIONES.....	52
VII. RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS .....	56
ANEXO .....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Alfa de Cronbach.....	20
Tabla 2:	Estadística de Fiabilidad.....	20
Tabla 3:	Estadística de Fiabilidad.....	20
Tabla 4:	Correlaciones HG.....	22
Tabla 5:	Correlaciones HE.....	23
Tabla 6:	Correlaciones HE.....	24
Tabla 7:	Correlaciones HE.....	25
Tabla 8:	Correlaciones HE.....	26
Tabla 9:	Utiliza financiamiento a corto plazo.....	27
Tabla 10:	¿Acepta los financiamientos a corto plazo con altas tasas de interés (tarjeta de crédito, bancos, financieras)?.....	27
Tabla 11:	¿Evalúa las tasas de interés antes de obtener un financiamiento?.....	28
Tabla 12:	¿Paga su financiamiento antes del tiempo establecido?.....	28
Tabla 13:	¿Estás percibiendo el crecimiento de tu negocio con el financiamiento?....	29
Tabla 14:	¿Utilizarías un financiamiento a largo plazo?.....	30
Tabla 15:	¿El financiamiento a largo plazo es beneficioso para el crecimiento de tu negocio?.....	30
Tabla 16:	¿Calcula usted el tiempo y monto a pagar aprox. antes de solicitar un financiamiento?.....	31
Tabla 17:	¿Usted financia su negocio con sus ahorros personales?.....	32
Tabla 18:	¿Utilizará sus ahorros personales para invertir en un negocio?.....	32
Tabla 19:	¿Invertir en tus ahorros ha llevado a que tengas problemas personales?...	33
Tabla 20:	¿Tus ahorros invertidos los recuperas a corto tiempo?.....	33
Tabla 21:	¿Usted ha tenido atraso en sus pagos de financiamiento?.....	34
Tabla 22:	¿ha utilizado el financiamiento externo?.....	35
Tabla 23:	¿Realiza sus pagos puntualmente del financiamiento de su negocio?.....	35
Tabla 24:	¿aceptaría un financiamiento externo con un interés alto?.....	36
Tabla 25:	¿Adelanta el pago de sus préstamos financieros con las utilidades generadas?.....	37
Tabla 26:	¿La utilidad generada en su negocio las vuelve a invertir en el mismo?.....	37
Tabla 27:	¿Las utilidades generadas las ahorra?.....	38
Tabla 28:	¿En la pandemia se ha visto afectada su rentabilidad económica de su negocio?.....	38
Tabla 29:	¿Con que frecuencia realiza pagos a capital, en sus financiamientos?.....	39
Tabla 30:	¿Siempre que ha querido obtener un préstamo financiero se lo han dado?40	

Tabla 31:	¿Después de financiar un préstamo su rentabilidad en mayor? .....	40
Tabla 32:	¿si no tiene el efectivo para pagar una cuota de altos intereses, haría un préstamo a corto plazo para pagar esa cuota y no generar interés? .....	41
Tabla 33:	¿Has pensado en aumentar los activos de su negocio? .....	42
Tabla 34:	¿Has pensado vender en otros mercados? .....	42
Tabla 35:	¿Tus productos se diferencian de tu competencia? .....	43
Tabla 36:	¿Actualmente vendes a crédito para mantener y/o aumentar tus ventas? ..	43
Tabla 37:	¿Realizas descuentos a tus clientes frecuentes? .....	44
Tabla 38:	¿Has pensado tener publicidad por radio? .....	45
Tabla 39:	¿Has pensado en tener contratos con otros negocios que necesiten de tus productos? .....	45
Tabla 40:	¿La calidad de tus productos se diferencian de tu competencia? .....	46

## RESUMEN

La presente investigación titulada " Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla, Chimbote – 2021", tiene como objetivo determinar cómo las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

La presente investigación es de tipo aplicada, de diseño no experimental; el alcance de la investigación es descriptiva correlacional donde no se manipulan las variables solo se analizan. La población del estudio está conformada por 50 socios comerciantes del mercado la perla-Chimbote, la muestra está constituida por los 50 socios comerciantes de una cuarta parte del sector de frutas de mercado la perla-Chimbote, a quienes se les aplico el instrumento: la encuesta, que sirvieron de sustento para el desarrollo del objetivo general; cuestionarios fiables y debidamente validados para la recolección de datos de las variables en estudio, procesando la información mediante el programa estadístico SPSS V.21. Como resultado se obtuvo que las fuentes de financiamiento se relacionan moderadamente con la rentabilidad de los comerciantes de frutas del mercado La Perla-Chimbote 2021.

**Palabras clave:** Mercado, rentabilidad y Financiamiento.

## **ABSTRACT**

The present research entitled "Sources of financing and the profitability of the merchants of the La Perla market, Chimbote - 2021", aims to determine how the sources of financing are related to the profitability of the merchants of the market La Perla - Chimbote 2021.

The present investigation is of an applied type, of non-experimental design; The scope of the research is descriptive correlational where the variables are not manipulated, they are only analyzed. The study population is made up of 50 trading partners of the La Perla-Chimbote market, the sample is made up of 50 trading partners of a quarter of the La Perla-Chimbote market fruit sector, to whom the instrument was applied: the survey, which served as support for the development of the general objective; Reliable and duly validated questionnaires for data collection of the variables under study, processing the information using the statistical program SPSS V.21. As a result, it was obtained that the financing sources are moderately related to the profitability of the fruit merchants of the La Perla-Chimbote 2021 market.

**Keywords:** Market, Profitability, and Financing.

## I. INTRODUCCIÓN

Las medianas y pequeñas empresas se encontraban en situaciones desfavorables y más aún en estos tiempos del Covid 19, lo cual requerían de apoyo tanto económico como en temas de gestión para poder mejorar los negocios, es así debido a esta problemática social analizamos la situación de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote.

Debido al valor de las microempresas, las pequeñas y medianas empresas, en las economías de todos los países, la Asamblea General de las Naciones Unidas declaró su día el 27 de junio de todos los años. Por otro lado, la ONU considera que las empresas no pueden continuar creciendo por el difícil acceso en los financiamientos, el cual es una oportunidad para los empresarios y legisladores para tomar las medidas necesarias. (20 Minutos, 2018).

Según Enríquez, R. (2020). Considera que las dificultades son más habituales de las Mypes, puesto que los empresarios se encuentran más expuestos a situaciones que pongan en riesgo su rentabilidad y estabilidad de la entidad. El tema de financiamiento es muy complejo, debido a que existen varias formas de financiamiento, sin embargo, el acceso a los microempresarios es limitado por tener empresas pequeñas. Las compañías dan el primer lugar o acceso efectivo a los créditos financieros a entidades grandes y que cuenten con un historial crediticio, por lo que no representan conflictos financieros.

Alrededor de América Latina, diversas empresas pequeñas fueron fuertemente afectadas negativamente por la situación crítica que se está viviendo desde el 2020. Varias de ellas sufrieron una disminución en las ventas, presentan complicaciones para conseguir un crédito, y se veían muy abrumadas por los pagos atrasados de su clientela. En el caso de que un taller mecánico mediano opte por cerrar sus puertas debido a que los gastos no llegan a ser cubiertos por los ingresos, se puede decir que es un efecto del Covid 19 en la economía y en la empleabilidad. Molina, D. y Sánchez, A.

(2016), las pequeñas, medianas y microempresas de Latinoamérica deben desarrollar estrategias competitivas y centrarse para obtener un progreso sostenible.

Rodríguez, C. (2020), presenta las cifras más recientes del tejido empresarial peruano conseguidas por el Ministerio de Producción, en el cual se observó que al final del periodo 2018, las MYPE representan un 99.5% del total de entidades legales del país, sin embargo, tenemos conocimiento que la informalidad en el país es un grave problema que viene de años atrás, de igual forma se debe incluir a las microempresas que suelen ser también informales.

En los primeros años del 2000, por ejemplo, se reflejó un desarrollo de 28% y ese equilibrio se ha ido conservando, en promedio hasta el día de hoy. Esto se dio, entre diversas razones, por el valor recaudado de las utilidades dentro del mercado y al reto que afrontan las pequeñas y grandes economías para evitar el despido de trabajadores en los centros laborales, Mares (2017).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, planteamos la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote, 2021? La presente investigación se justifica en permitir adquirir conocimientos y analizar, nos dará a conocer las particularidades del financiamiento y rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote, 2021.

El tema de financiamiento y rentabilidad es de mucha importancia porque proporciona información y analiza las finanzas y rentabilidad de las MYPES de Chimbote, dando propuestas de mejora para el Financiamiento y Rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote, 2021. Problema que tienen las MYPES, respecto al financiamiento y rentabilidad en el Distrito de Chimbote, con el fin de generar conocimiento y que esta línea base sirva para futuros estudios y proponer mejoras en dicho tema. Para dar solución a esta cuestión, el objetivo general es el siguiente: Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con

la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote, 2021. De igual manera planteamos nuestros objetivos específicos: Determinar cómo se relacionan los plazos de financiamiento con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021, Determinar cómo la fuente de obtención de crédito se relaciona con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla Chimbote 2021. Determinar cómo se relacionan los tipos de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en el mercado La Perla - Chimbote 2021. Y determinar cómo se relaciona las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.

Siendo la hipótesis general: Las fuentes de financiamiento se relacionan significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021, siendo las hipótesis específicas: El plazo de financiamiento se asocia significativamente con la rentabilidad en los negociantes del mercado La Perla - Chimbote 2021, La fuente de obtención de crédito se vincula significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021, Los tipos de rentabilidad se relaciona significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021 y las estrategias de rentabilidad se relacionan significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.

En la justificación metodológica, el actual trabajo sirvió como pauta en la medición de las variables, que podrán ser utilizadas en posteriores investigaciones. Así mismo, una vez que sean demostrados su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación.

En teoría, esta investigación se realizó con el fin de aportar a los conocimientos que existen sobre el aumento de la rentabilidad a causa de un financiamiento, se aplicó de instrumento el cuestionario, sus resultados nos mostrará la influencia de las fuentes de financiación en los resultados de nuestro negocio.

De hecho, el estudio se desarrolló debido a la necesidad de los microempresarios de incrementar sus ingresos, a través de la obtención de financiamientos, para que puedan dar frente a la competencia.

Y social se justifica como ayuda a las personas que quieran emprender y para aquellos que ya tienen uno en marcha, sin embargo, las mypes cumplen una función importante, mediante ello se genera empleos y aumenta el crecimiento económico del país. Conociendo la situación actual es importante saber cómo influyen las fuentes de financiamiento en el crecimiento económico.

## II. MARCO TEÓRICO

Los estudios de investigación que guardan relación con nuestras variables son los siguientes:

En el ámbito internacional, Castro, S. (2017), estudio las variables de financiamiento y utilidades de las mypes de las asociaciones de fabricantes de calzado Juan Cajas de la ciudad de Ambato, donde se estableció el objetivo analizar el impacto del financiamiento de las microempresas en la rentabilidad.

Como resultados de su investigación se concluyó que la mayor parte de microempresarios productores de calzado se llegan a financiar con dinero ajeno a comparación ya sea de dinero propio. Sus fuentes más usadas llegan a ser los proveedores y entidades bancarias; en estos proyectos, el dinero es financiado a corto plazo para la producción de zapatos, sin embargo, debido a que no tienen suficiente crédito para pagar la deuda, tienen que depender de recursos financieros de las instituciones financieras, lo cual es un dilema, porque para remplazar las deudas a no menos de 6 meses tienen que recurrir a la financiación a mayor de 12 meses, que será más cara.

Robles, S. (2017), realizó su investigación teniendo como variables las Pymes y financiamiento con el objetivo de analizar las dificultades que han sido detectadas en las Pymes al ingresar a los prestamos privados y examinar las variables que facilitan la contribución a su desarrollo. Su método de investigación es un enfoque cuantitativo descriptivo.

El tesista alcanzo las siguientes conclusiones: las entidades pequeñas cuentan con notables limitaciones financieras. Los bancos hacen un esfuerzo por brindar sus servicios financieros a pequeñas empresas, sin embargo, el progreso de la industria se encuentra en el período inicial. Los bancos consideran como problema fundamental la escasa información financiera con la que cuentan las Pyme para que accedan a un financiamiento. En otras palabras, el segmento en su mayoría no tiene la capacidad de generar información suficiente y con claridad para que el

agente externo a la empresa pueda evaluar a la Pyme.

En el ámbito Nacional, Villagaray, Y. (2017), analizar las variables el financiamiento y la rentabilidad de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017, cuyo objetivo fue analizar si el financiamiento afecta en la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, con el uso de diseño no experimental, aplicando un cuestionario a 30 entidades productoras de palta.

Su investigación arribó a la siguiente conclusión: del total de encuestados, el 47% creen que el financiamiento incide de maso menos clara en las ganancias de los productores de palta en San Miguel y los créditos que obtienen son de manera regular. Además, consideran que el dinero adquirido lo invierten en las asociaciones que producen palta y llegan a obtener una inversión regular. Del 43% de encuestados creen que una rentabilidad regular con el financiamiento que consiguen.

Enríquez, R. (2020). Realizó su estudio de investigación con las variables financiamiento y rentabilidad en los micros y pequeñas empresas comerciales, con el objetivo identificar características clave de financiamiento y rentabilidad. Su investigación fue cuantitativa, a nivel descriptivo, con un diseño no empírico, con una población y muestra de 16 emprendedores, utilizando técnicas de encuesta y herramientas de cuestionario.

En la investigación se encontró los siguientes resultados: se llegó a identificar que las organizaciones en el rubro del comercio, en el sector de palta del Distrito de San Miguel, llegan a financiar sus actividades con su propio capital, sin embargo, eso no es suficiente, por lo que recurren a financiamientos externos, que son brindados por los bancos o entidades financieras, cuyo propósito es que se ayude a la comercialización de la palta. Así mismo, la mayor parte de los negociantes utilizan el financiamiento para comprar sus bienes y comprar activos fijos como camiones para mover sus productos.

Por otro lado, en los resultados de la encuesta aplicada, el 73.32% indicaron estar muy de acuerdo que el financiamiento ayuda a la empresa a tener liquidez; y con respecto a la rentabilidad, el 86.68% dijeron que están de acuerdo en que las ganancias aumentan con el tiempo. Estos resultados indican que la financiación aumenta la rentabilidad de la entidad.

En el ámbito local, tenemos a Pérez, E; y Vejarano, N. (2019), quienes estudiaron las variables de financiamiento y rentabilidad de las MYPE, planteándose como objetivo identificar los recursos financieros que aumentan las ganancias de Galerías Alfa, en el comercio de ropa, Chimbote-2018. Su método el que se realizó es de tipo cualitativo, descriptivo y de diseño sencillo. Como herramienta de recopilación de datos, utilizó cuestionarios.

A través de estudio de investigación se determinó que el financiamiento ayuda favorablemente a incrementar la rentabilidad de las MYPE de Galerías Alfa; manifiesta que las Mypes llegaron a obtener un autofinanciamiento que les ayuda a incrementar sus ingresos, así como su rentabilidad para el desarrollo de la entidad. Además, se demostró que el total de encuestados contaban con financiamiento al momento de apertura de su negocio, y otro grupo manifestó que no necesariamente requerían vender alguno de sus activos fijos para autofinanciarse.

Finalmente, en su tesis de investigación, Agreda, D. (2016), estudió las variables de financiamiento y rentabilidad de la industria de servicios. Teniendo como objetivo establecer y describir el impacto de las finanzas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector de servicios. La investigación fue descriptiva, y para la recaudación de información se utilizaron registros bibliográficos y cuestionarios como herramientas.

Con la aplicación del cuestionario se concluye que el 31% tiene conocimiento y usa los ratios financieros, lo cual maximiza la rentabilidad e incrementa los ingresos, y el 69% no tienen conocimiento de ratios financieros. Por otro lado, el financiamiento influye favorablemente en la rentabilidad, siempre y cuando se aclare y se realice un adecuado uso de las deudas, que permitan mejorar la rentabilidad sobre los recursos propios.

A continuación, presentaremos algunas teorías relacionadas a nuestras variables de estudio:

“Se conoce con el término de Financiamiento a corto plazo a la forma de recursos monetarios financieros que se tiene para realizar determinadas actividades o proyecto económico”. Torres (2017).

Según Van Horne y Wachowicz (2016), el financiamiento a corto plazo se clasifica en fuentes negociadas y las fuentes espontáneas, en lo que concierne a la primera fuente de financiamiento: “Incluye ciertos créditos del mercado monetario y préstamos garantizados y no garantizados. Ese financiamiento no es determinado ni automático. Debe acordarse de manera formal”, y ellos mismos nos dicen que la segunda fuente de financiamiento, son “Las transacciones por pagar y los gastos acumulados se determinan ya que se ve de alguna manera en forma natural de las ventas diarias de la empresa” (p. 282)

La literatura financiera y económica reconoce la relevancia del financiamiento a largo plazo de hipotecas y entidades, asegurando la firmeza de la economía en su conjunto. Este tipo de financiación, cuando esté disponible, contribuirá a una mejor planificación estratégica y permite reducir vulnerabilidad y volatilidad de las condiciones macroeconómicas, Así mismo ayuda a mantener la estabilidad financiera. Gestión (2016).

Podemos obtener en cinco años un monto de S/.10,000 soles, ahorrando S/.5 diarios, dejando de gastar en golosinas o gaseosas, se puede utilizar para invertir en un negocio, financiar un viaje, pagar parte de su educación o establecer un fondo de emergencia, así estamos preparados ante alguna eventualidad, para lograr este ahorro es necesario decisión, constancia y estar bien informados según el Banco de Crédito del Perú (BCP) (2014).

Los préstamos externos de la empresa son el medio por el cual la empresa puede cumplir eficazmente con sus compromisos de pago o inversión para que pueda fortalecerse y ser más sostenible en el tiempo. Vásquez R. (2021).

El objetivo del beneficio económico es dotar a la eficiencia de la empresa con el uso óptimo de sus recursos, mediante la comparación de un indicador de beneficio de los activos netos totales, como variable descriptiva de los métodos de beneficio económico (denominador de la ratio). Sánchez A. (2018)

Si analizamos el beneficio financiero desde el punto de vista de la combinación de beneficio económico y apalancamiento. Así, las empresas cuyo rendimiento financiero incida principalmente en el aumento de la rentabilidad económica de la deuda deben caracterizarse por operar con altos rendimientos sobre los activos totales y financiar su inversión con una gran proporción de recursos limpios, ya que la opción por estructuras financieras muy apalancadas, esto es, con recursos ajenos masivos, encarecería de tal modo el costo del pasivo que impediría la obtención de elevadas rentabilidades financieras. Sánchez A. (2018).

Para crecer la participación del mercado es necesario tener un conjunto de acciones y planes para lograr una ventaja estable y competitiva. Quiroa M. (2020)

Definimos a marketing como, por ejemplo, las necesidades e intereses de los compradores, es probable que una de las empresas satisfaga esta demanda, el potencial de la oportunidad de mercado depende de varios factores: su poder adquisitivo, la cantidad de compradores potenciales, su poder adquisitivo, su disposición a comprar, etc. Philip Kotler (2015)

A nivel de América Latina y el Caribe, existe fuerte presencia de empresas muy pequeñas, las cuales por ser agentes económicos generan empleos, Además, son las pequeñas empresas que tiene un alto índice de informalidad y a la vez mantienen bajos niveles de productividad, Sin embargo, existen 11 millones de unidades económicas, de las cuales alrededor de 10 millones son micro y pequeñas empresas. Y con respecto a la empleabilidad, estas representan el 47% del empleo de la región. (Ferraro & Rojo, 2018).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018), según las cifras que muestran nos dicen que el Perú es un país de emprendedores, el reporte del 2 de diciembre del 2017, nos dice que las microempresas existentes a nivel nacional el 94.8% y las pequeñas empresas representan el 4.3%, dicha cifra va aumentando año tras año. Estas empresas se encuentran concentradas geográficamente, ya que el 46.3% del total de empresas y el 46.2% de Mypes a nivel nacional se ubican en Lima Metropolitana. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018). Cabe mencionar que, según cifras de SUNARP, de enero a octubre del 2018 se han constituido cerca de 10,000 Mypes nuevas, lo cual representa un crecimiento del 73% frente a lo registrado en el mismo periodo del 2017. (La República, 2018).

Dado el fuerte impacto de las MYPE en la economía nacional, las empresas necesitan acceder rápidamente a recursos financieros para seguir creciendo. Sin embargo, acceder a la financiación es complicado, ya que este tipo de empresas se clasifican como empresas de alto riesgo crediticio. (Mendiola & et al., 2014).

Ferraro (2011) nos dice que la división de mercados de crédito en las pymes es un hecho que se produce en la totalidad de economías de la región. Se advierte diferencias entre los países en cuanto a la gravedad del problema y a los factores que dificultan entrar al financiamiento de las micro empresas por ejemplo: En el país de Argentina, la intervención de las pymes en el stock de créditos al sector privado es al 20%, logrando poca variación relativa en los últimos 4 años (2008-2010), en Brasil teniendo en cuenta las consideraciones logradas después de realizar entrevistas con 5 entidades financieras privadas (Morais, 2006), las micro y pequeñas participan con el 13%, incluyendo también las entidades financieras públicas, este valor no llega al 20%. Bolivia solo el 14% de las micro y pequeñas empresas accedieron a un financiamiento en el primer trimestre de 2010 (INE, 2011). Para Montoya (2013) nos dice que muchas de las inversiones en nuestro país se están reflejando dañadas durante la crisis económica – financiera, algunas entidades tuvieron la obligación de optar en cerrar sus negocios por

una mala administración que llevaron sus recursos económicos, también tenemos entidades que sí pudieron llegar a soportar esta crisis a través de diferentes circunstancias dentro de la empresa. Además, en estos últimos tiempos siguen reflejándose dificultades de financiamiento en las pequeñas y medianas empresas, como consecuencia nos da que las entidades no desarrollaron en su totalidad sus capacidades.

Para OCDE (2012) así, destaca las fuentes de financiación: son los diferentes medios o canales de financiación de los que dispone una entidad para captar préstamos con el fin de financiarlos. También nos dice que un divisor sustancial para establecer nuevas inversiones y hacerlas crecer, la entrada a éste es culminante para que una inversión logre alcanzar su pico más alto en su economía.

Las pequeñas y medianas empresas (MYPE), es la unión económica compuesta por un individuo natural o jurídico, a través de reorganización o gestión empresarial, nos da como objetivo generar acciones de actividades de origen, variación, productividad, la venta de bienes o prestación de servicios.

Para Brealy (2011) nos dice que nos ayuda a la obtención económica para reiniciar el mantenimiento y la actividad de nuevos proyectos en la entidad, consiste en la adquisición de dinero necesario para desarrollar inversiones, cálculos y estimular el desarrollo de la asociación, tal como se puede adquirir a través de acciones propias, autofinanciación, recursos provocados de transacciones particulares de la entidad y contribuciones de los inversionistas, emisión de acciones o a través de acciones externas con la posteridad de una deber saldable en el corto plazo y largo plazo.

El financiamiento a corto plazo y financiamiento para el comercio generan garantía como las cuentas por pagar o los inventarios, la compañía se responsabiliza en vender o entregar sus montos a cambio de efectivo, a veces los préstamos para las entidades están dirigidos a la construcción o

compras de equipo, los préstamos a corto plazo para fines generales, apoyando las actividades comerciales de una compañía.

Esan. (2019) Se extiende por más tiempo y, en general, requiere garantías. Además de resolver problemas o situaciones inesperadas, este apoyo puede contribuir a la empresa en nuevos proyectos para el desarrollo. Para obtener financiamiento a largo plazo, debes cumplir con las condiciones para obtenerlo, como tener un proyecto sustentable y tener un buen historial crediticio. Por ello, los gestores o los responsables de las finanzas deben analizar los compromisos que desean contraer, incluyendo un análisis de riesgos en profundidad.

(Inter seguro, s.f.) El ahorro personal es aquella cantidad de efectivo que, en vez de gastar, guardamos para el futuro. Desde pequeños, nos enseñaron que ahorrar trae beneficios, donde existen muchos motivos teniendo como uno de ellos lograr la capacidad para enfrentar casos inesperados, como es el caso de emergencias de salud, este monto de ahorro debe superar 3 veces nuestro ingreso mensual. Contar con este soporte permitió asumir gastos mensuales imprevistos sin tener que recurrir a préstamos para buscar soluciones.

Banco de la república, (2018) es aquella adquisición de divisas en calidad de préstamo por un intermediario o asentado del mercado por parte de un no asentado. Aquellos créditos podrán desembolsarse y pagarse en moneda nacional o extranjera según lo acordado por las partes, el crédito otorgado por un intermediario del mercado a un asentado o a otros intermediarios del mercado estipulado en moneda extranjera y el otorgado por un asentado a un no asentado, se considera crédito externo.

El financiamiento es el punto clave que se puede generar dentro de una empresa para así llegar a tener una buena rentabilidad en algún proyecto o entidad, para ello observamos diferentes tipos de tesis y revistas: NoviCap (2021) Las fuentes de financiamiento son instituciones u organizaciones públicas y / o privadas, para las cuales podemos buscar financiamiento para un propósito específico, pues en la actualidad se puede observar una gran

cantidad de casos que necesitan un financiamiento personal o invertir para lograr un propósito.

Horton (2019), la rentabilidad se relaciona con las utilidades, pero siempre hay una pequeña diferencia, la rentabilidad es relativa pero la ganancia es una cantidad absoluta. En una empresa, la rentabilidad es una medida de eficiencia, al igual que la capacidad de una entidad para generar un rendimiento en un proyecto. Si bien una organización puede generar ganancias, eso no significa que sea la mejor. (párr.3)

Según Prado (2010) lo malo que presentan la mayoría de mypes del ámbito textil en el emporio comercial son el principal acceso de financiamiento desde el comienzo del emprendimiento, así también crea la necesidad de requerir capital de trabajo, compras de activo fijo o cuando estén en la necesidad de expandir sus propios negocios. Mediante la búsqueda obtenida, es determinante que los encargados de dirigir a los microempresarios reciban constante capacitación con la finalidad de que apliquen los conocimientos, técnicas adquiridas de tal forma ayuden a el crecimiento de sus empresas.

Para autores como Boscán y Sandra (2012) el financiamiento forma la opción de que las entidades alcancen a adquirir estrategias de operación a través la inversión, y eso le das como resultado un alza en la producción, crecer, obtener franquicias, transformar o conseguir nuevos elementos y así poder hacer alguna otra inversión que se considere beneficiosa para tal y así sacar provecho de alguna opción que dé lugar en el mercado.

Ross, Westerfield y Jaffe (2012) tiene como concepto: las fuentes de financiamiento es aquel identificador de los comienzos de las acciones que satisfacen la escasez de inversión, de tal modo poder requerir ingreso a las fuentes de financiamiento, tanto primordial saber los diferentes condiciones principales y propuestos por la entidad financiera que puede transformar el financiamiento.

Sousa (2013) piensa que las fuentes de financiamiento, así como la adquisición de acciones económicas sume al mejor desenvolvimiento de sus procesos de una entidad.

Según los autores Pérez y Gardey (2014) la Real Seminario menciona a la rentabilidad; se define a la manera rentable y creador de renta por parte de una empresa, nos demuestra que, la adquisición de lucro, utilidad, que da como ganancias de una inversión dada en corto plazo, así mismo queremos que la organización obtenga más riquezas.

Díaz (2012) en la publicación de su libro, menciona que: La rentabilidad es la retribución que logra producir dentro de la entidad, en sus diferentes componentes puestos en la teoría con el fin de desarrollar su actividad económica y financiera. Generando competencias con la confianza de las acciones propias de la entidad de modo eficiente y eficaz, así como tenemos en su mercancía y prestación que nos demuestra la empresa.

Según Maldonado (2015) la rentabilidad en la facultad que se basa en la obtención de tener a la organización y así generar lucro, será mejor cuando sus ingresos eleven a sus egresos, sus ingresos tengan mayor alza a sus costos, ahí diremos que la empresa es favorable.

El autor Andrés (2015) en su página web denominada “Economipedia-Haciendo Fácil la Economía”, nos aclara que la rentabilidad es generadora de beneficios dados en una inversión en menos tiempo, también tenemos indicadores importantes para la entidad porque nos ayuda a medir la capacidad obtenida en un plazo de tiempo, así los inversionistas conocen si sus inversiones son factibles o no, ofrecer opciones para continuar invirtiendo en el negocio o para obtener nuevas opciones de inversión rentables de sus acciones aportadas.

Tapia (2014) nos dice en su revista Institucional del Colegio de Contadores Públicos de Arequipa donde muestra a la rentabilidad como: El alto punto de

rentabilidad obtenida en la principal inversión, interpretando la actividad del capital, así nos responderá si la inversión dada a la empresa si es factible o no.

La rentabilidad económica, se basa en la evaluación de antecedentes laborales de una empresa, que debe estar involucrada independientemente de su financiación por un recurso del mismo período. El precio de un activo es su valor actual. Sánchez (2002)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación Tipo de investigación.

El tipo de estudio se aplica porque los conocimientos adquiridos se ponen en práctica para afrontar y dar respuesta a situaciones en un momento determinado.

#### Diseño de Investigación

El diseño de investigación es no experimental – La investigación no experimental “son casos que se generan sin la manipulación deliberada de variables que solo lo analizas en su ambiente natural” (Hernández et al., 2014, p. 152).

El alcance de la investigación es descriptivo – correlacional- cuantitativa y transversal: según HAI Bulletin (2017) la investigación descriptiva se utiliza para la interpretación práctica de las situaciones analizadas, porque en este tipo de investigación es la que mejor aclara las cosas y realiza análisis observacionales.

Rodríguez P. (2010) Indica que el método cuantitativo se posiciona en los hechos en relación a las causas de un fenómeno social, mientras que su valor no importa por los estados subjetivos de quienes lo necesitan. Este método utiliza cuestionario, inventario y análisis demográfico que producen cifras que ayudarán al proyecto, y así serán analizadas para rechazar o validar la relación entre las variables definidas operativamente y, de paso, para presentar periódicamente los resultados de estudios cuantitativos apoyados en tablas estadísticas, gráficos y análisis numérico.

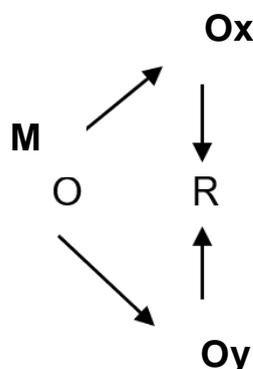
Dónde:

M: Muestra

R: Fuentes

Ox: Financiamiento

Oy: Rentabilidad



### **3.2. Variables y operacionalización**

**Variable 1:** Fuente de financiamiento.

#### **Definición conceptual**

Capacidad de reunir el capital para iniciar la operatividad de un negocio. Proyecto y Administración de Activos (Narváez, 2009).

#### **Definición Operacional**

Las Fuentes de financiamiento, es una variable de naturaleza cualitativa, de escala ordinal, politómica, tiene una herramienta que consta de 16 elementos, de los cuales tendremos 2 dimensiones; Plazos de financiamiento, Fuentes de Obtención de crédito, siendo un instrumento propio de autoras. Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5 donde (1) Nunca; (2) raramente; (3) ocasionalmente; (4) frecuentemente; (5) muy frecuentemente.

**Variable 2:** Rentabilidad

#### **Definición conceptual**

Horton (2019) menciona que la rentabilidad es manera eficiente en una entidad, también podría decirse que es la tasa a la que una entidad genera un rendimiento de su inversión. Si bien una organización puede generar ganancias, eso no significa que sea la mejor.

#### **Definición Operacional**

La rentabilidad, es una variable de naturaleza cualitativa, de escala ordinal, politómica, posee un instrumento compuesto por 16 ítems, el cual tendremos 2 dimensiones; Tipos de Rentabilidad, Estrategias de Rentabilidad, siendo un instrumento propio de autoras. Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5 donde (1) nunca; (2) raramente; (3) ocasionalmente; frecuentemente; (5) muy frecuentemente

### **3.3. Población y muestra**

## **Población.**

Valdivia (2018) totalidad de individuos de los cuales puede exhibir determinada característica para ser estudiada.

En el estudio se tomará como población a 50 socios comerciantes del mercado La Perla - Chimbote.

- **Criterios de inclusión**

Socios comerciantes dedicados a la venta de frutas del mercado la perla

Socios comerciantes que sean mayores de edad (18 años)

Socios comerciantes que acepten participar en nuestra encuesta de manera voluntaria.

- **Criterios de exclusión**

Trabajadores que no forman parte del sector comercial de frutas del mercado La Perla – Chimbote

Socios comerciantes que no acepten trabajar en nuestra encuesta de manera voluntaria.

## **Muestra**

Según López y Facheli (2015) la parte de un grupo de una población en la que se elige al azar un subconjunto de habitantes, debido a que está sujeta a observaciones científicas, la cual tiene como objetivo adquirir resultados confiables y verdaderos para la población total investigada.

Asimismo, como muestra serán los 50 socios comerciantes de una cuarta parte del sector de frutas del mercado La Perla – Chimbote.

## **Muestreo**

El tamaño de la muestra se extrajo mediante un muestreo censal; aquella donde todas las probabilidades de investigación son estimadas como muestra. Por ello que la población a estudiar precisada como censal se entienda a la vez como universal, población y muestra. Ramírez (2011).

### **Unidad de Análisis**

Un comerciante del sector de frutas del mercado la Perla.

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

### **Técnica.**

Se tomo la encuesta con la finalidad de obtener toda la información necesaria y requerida para nuestra investigación.

Malhotra (2010) aquella comunicación que se tiene con diferentes tipos de personas que harán uso del cuestionario anterior, la encuesta incluye un cuestionario estructurado que se presentara a los encuestados y que está delineado para conseguir información específica.

### **Instrumento de Recolección de Datos:**

En la investigación se usará como instrumento la encuesta: Stanton, Etzel y Walker (2018), la encuesta permite reunir datos entrevistando a las personas.

Este formato es de un elemento de Likert que está formada con una escala de 5 niveles de respuesta como las que mostraremos a continuación:

- ✓ Nunca = 1
- ✓ Raramente =2
- ✓ Ocasionalmente =3
- ✓ Frecuentemente =4

✓ Muy frecuentemente =5

### Validez y confiabilidad

El instrumento de la investigación fue previamente validado por los expertos, que están conformados por 3 especialistas conocedores del tema.

Según Hernández et al. (2014) la confiabilidad de un instrumento de medición “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo produce resultados iguales” (p. 200)

**Tabla 1: Alfa de Cronbach**

RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE LOS CASOS			
		N	%
CASOS	VALIDADOS	50	100
	EXCLUIDOS	0	0
	TOTAL	50	100

**Variable 1: Fuentes de financiamiento**

**Tabla 2: Estadística de Fiabilidad**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,752	16

**Variable 2: Rentabilidad**

**Tabla 3: Estadística de Fiabilidad**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,755	16

### 3.5. Procedimientos

La investigación se realizó a los comerciantes del mercado La Perla–

Chimbote 2021, se llevará a cabo con el consentimiento informado del representante del mercado la perla y la autorización; donde aplicaremos la técnica de la encuesta y el instrumento que utilizaremos será el cuestionario que consistirá en 32 preguntas, se realizará a los comerciantes que netamente se dedican a la venta de frutas, luego de ello analizaremos la base de datos con la finalidad de saber que fuentes de financiamiento utilizan o requieren para poder tener una buena rentabilidad en sus negocios, además procesaremos la información y sacaremos conclusiones del manejo de las fuentes de financiamiento y rentabilidad que desarrollan los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

### **3.6. Método de análisis de datos:**

En la investigación se utilizó el método de análisis descriptivo (procesamiento de tablas y figuras) y análisis inferencial, según Cadena (2017), se trata de la inducción probabilística del positivismo lógico, de manera objetiva, orientada al resultado, la medición es mucho más precisa.

### **3.7. Aspectos éticos:**

En él se consideró estudio principalmente el aspecto de principio de confiabilidad, ya que se tendrá relación directa con los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote, así mismo del principio de reserva de información ya que la información recopilada será de uso estrictamente educativo de nivel universitario.

Gonzales (2012); el aspecto ético es aplicable a la de manera general, lo es también a la investigación cualitativa, por ejemplo, las relaciones de la ciencia juntamente con los valores de verdad y de justicia es aplicada igualmente a esta modalidad de investigación, la práctica ciencia y práctica de la libertad, es análogo cuando realizamos investigación cualitativa. En algunos casos los problemas, la comunicación, métodos y divulgación de la investigación cualitativa plantean algunos conflictos adicionales.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. ANÁLISIS INFERENCIAL

#### Hipótesis General:

Las fuentes de financiamiento se relacionan significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

#### CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la contratación de la hipótesis se sometió la información recopilada al programa SPSS, por lo que se elige una de las siguientes hipótesis:

Hc = Existen relación significa entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla, Chimbote – 2021

Ha = Existe relación mediana entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla, Chimbote – 2021

Ho = No existe relación significativa entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla, Chimbote – 2021

#### Regla de decisión

- Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula (H0).
- Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna (H1).

Por medio de la aplicación de la estadística inferencial (R de Pearson) se determinó el siguiente resultado:

Tabla 4: Correlaciones HG

		Correlaciones	
		V1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	V2 RENTABILIDAD
V1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Correlación de Pearson	1	,588**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
V2 RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,588**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:** Como se puede visualizar en la tabla de las correlaciones, para medir la relación entre las variables de estudio, según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,588 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables, si está es  $\leq 1$  se puede determinar la relación y en la tabla el nivel es de 0.01 por lo cual se puede decir que si existe relación entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado La Perla – Chimbote 2021, lo cual indica que se acepta la hipótesis general.

**Hipótesis Específicas:**

- **El plazo de financiamiento se relaciona significativamente con la rentabilidad en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.**

**Tabla 5: Correlaciones HE**

		<b>Correlaciones</b>	
		D1 PLAZOS DE FINANCIAMIENTO	V2 RENTABILIDAD
D1 PLAZOS DE FINANCIAMIENTO	Correlación de Pearson	1	,566**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
V2 RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,566**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:** Como se puede visualizar en la tabla de las correlaciones, para medir la relación entre las variables de estudio, según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,566 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables, si está es  $\leq 1$  se puede determinar la relación y en la tabla el nivel

es de 0.01 por lo cual se puede decir que si existe relación entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado La Perla – Chimbote 2021, lo cual indica que se acepta la hipótesis específica.

- **La fuente de obtención de crédito se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.**

**Tabla 6: Correlaciones HE**

		<b>Correlaciones</b>	
		D2 FUENTES DE OBTENCION DE CREDITO	V2 RENTABILIDAD
D2 FUENTES DE OBTENCION DE CRÉDITO	Correlación de Pearson	1	,529*
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
V2 RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,529*	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**INTERPRETACIÓN:** Como se puede visualizar en la tabla de las correlaciones, para medir la relación entre las variables de estudio, según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,529 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables, si está es  $\leq 1$  se puede determinar la relación y en la tabla el nivel es de 0.01 por lo cual se puede decir que si existe relación entre las fuentes de obtención de crédito y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado La Perla – Chimbote 2021, lo cual indica que se acepta la hipótesis específica.

- **Los tipos de rentabilidad se relaciona significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.**

**Tabla 7: Correlaciones HE**

		<b>Correlaciones</b>	
		D3 TIPOS DE RENTABILIDAD	D2 FUENTES DE OBTENCION DE CREDITO
D3 TIPOS DE RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	1	,582*
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
D2 FUENTES DE OBTENCION DE CREDITO	Correlación de Pearson	,582*	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**INTERPRETACIÓN:** Como se puede visualizar en la tabla de las correlaciones, para medir la relación entre las variables de estudio, según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,582 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables, si está es  $\leq 1$  se puede determinar la relación y en la tabla el nivel es de 0.01 por lo cual se puede decir que si existe relación entre los tipos de rentabilidad y las fuentes de obtención de crédito de los comerciantes del Mercado La Perla – Chimbote 2021, lo cual indica que se acepta la hipótesis específica.

- **Las estrategias de rentabilidad se relacionan significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.**

**Tabla 8: Correlaciones HE**  
**Correlaciones**

		D4 ESTRATEGIAS DE RENTABILIDAD	V1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO
D4 ESTRATEGIAS DE RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	1	,569**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
V1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Correlación de Pearson	,569**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**INTERPRETACIÓN:** Como se puede visualizar en la tabla de las correlaciones, para medir la relación entre las variables de estudio, según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,569 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables, si está es  $\leq 1$  se puede determinar la relación y en la tabla el nivel es de 0.01 por lo cual se puede decir que si existe relación entre las estrategias de rentabilidad y las fuentes de financiamiento de los comerciantes del Mercado La Perla – Chimbote 2021, lo cual indica que se acepta la hipótesis específica.

#### 4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Respecto al análisis realizado a la empresa para poder determinar y responder a los objetivos planteados se obtuvieron los siguientes resultados en la investigación:

##### 4.2.1. Determinar cómo se relacionan los plazos de financiamiento con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

#### DIMENSIÓN 1: Plazos de financiamiento

**Tabla 9: Utiliza financiamiento a corto plazo**

	<i>Escala</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
<i>Válidos</i>	Raramente	26	52	52	52
	Ocasionalmente	13	26	26	26
	Frecuentemente	11	22	22	100%
	Total	50	100	100%	

Fuente: *Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 52% de ellas raramente utiliza el financiamiento a corto plazo, un 26 % marco que ocasionalmente y un 22% respondieron que frecuentemente utiliza el financiamiento a corto plazo.

**Tabla 10: ¿Acepta los financiamientos a corto plazo con altas tasas de interés (tarjeta de crédito, bancos, financieras)?**

	<i>Escala</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
<i>Válidos</i>	Raramente	20	40	40	40
	Ocasionalmente	15	30	30	30
	Frecuentemente	15	30	30	100%
	Total	50	100	100%	

Fuente: *Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 40% de ellas raramente acepta el financiamiento de corto plazo con alta tasa de interés, un 30 % marco que ocasionalmente y un 30% respondieron que frecuentemente acepta el

financiamiento a corto plazo con alta tasa de interés.

**Tabla 11: ¿Evalúa las tasas de interés antes de obtener un financiamiento?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Ocasionalmente	15	30	30	30
	Frecuentemente	20	40	40	40
	Muy frecuentemente	15	30	30	100%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 30% de ellas ocasionalmente evalúa las tasas de interés antes de obtener un financiamiento, un 40% marco que frecuentemente evalúa las tasas de interés y un 30% respondieron que muy frecuentemente evalúa las tasas de interés antes de obtener un financiamiento.

**Tabla 12: ¿Paga su financiamiento antes del tiempo establecido?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	nunca	7	14	14	14
	Raramente	17	34	34	34
	Ocasionalmente	9	18	18	18
	Frecuentemente	9	18	18	18
	Muy frecuentemente	8	16	16	100%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 14% de ellas nunca pagan su financiamiento antes de tiempo, un 34% marco que raramente paga su financiamiento antes de tiempo, 18% respondieron que ocasionalmente otro 18% marco que frecuentemente lo hace y un 16% nos dijo que muy frecuentemente paga sus financiamientos antes de tiempo.

**Tabla 13: ¿Estás percibiendo el crecimiento de tu negocio con el financiamiento?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	nunca	0	-	-	-
	Raramente	5	10	10	10
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	15	30	30	30
	Muy frecuentemente	20	40	40	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 0% nunca dejan de percibir el crecimiento de sus negocios con el financiamiento, un 10% marco que raramente percibe el crecimiento de sus negocios con el financiamiento adquirido, 20% respondieron que ocasionalmente otro 30% marco que frecuentemente lo hace y un 40% nos dijo que muy frecuentemente percibe el crecimiento de sus negocios con el financiamiento.

**Tabla 14: ¿Utilizarías un financiamiento a largo plazo?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	nunca	8	16	16	16
	Raramente	9	18	18	18
	Ocasionalmente	14	28	28	28
	Frecuentemente	8	16	16	16
	Muy frecuentemente	11	22	22	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 16% de ellas nunca utilizaría un financiamiento a largo plazo, un 18% marco que raramente utiliza el financiamiento a largo plazo, 28% respondieron que ocasionalmente otro 16% marco que frecuentemente lo hace y un 22% nos dijo que muy frecuentemente utilizará un financiamiento a largo plazo.

**Tabla 15: ¿El financiamiento a largo plazo es beneficioso para el crecimiento de tu negocio?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	nunca	0	-	-	-
	Raramente	12	24	24	24
	Ocasionalmente	19	38	38	38
	Frecuentemente	10	20	20	20
	Muy frecuentemente	9	18	18	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 0% de ellas nunca utilizarían un financiamiento a largo plazo para el crecimiento de su negocio, un 24% marco que raramente utiliza el financiamiento, 38% respondieron que ocasionalmente otro 20% marco que frecuentemente lo hace y un 18% nos dijo que muy frecuentemente utiliza el financiamiento a largo plazo para el crecimiento de su negocio.

**Tabla 16: ¿Calcula usted el tiempo y monto a pagar aprox. antes de solicitar un financiamiento?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	1	2	2	2
	Raramente	8	16	16	16
	Ocasionalmente	14	28	28	28
	Frecuentemente	15	30	30	30
	Muy Frecuentemente	12	24	24	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 2% de ellas nunca calculan el tiempo y monto a pagar antes de solicitar un financiamiento, un 16% marco que raramente calcula el tiempo y monto a pagar antes de solicitar un financiamiento, 28% respondieron que ocasionalmente si lo calcula, otro 30% marco que frecuentemente si lo hace y un 24% nos dijo que muy frecuentemente si calcula el tiempo y monto a para aprox. Antes de solicitar un financiamiento.

#### **4.2.2. Determinar cómo la fuente de obtención de crédito se relaciona con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla Chimbote 2021.**

#### **Dimensión 2: Fuentes de obtención de crédito**

**Tabla 17: ¿Usted financia su negocio con sus ahorros personales?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	2	4	4	4
	Raramente	8	16	16	16
	Ocasionalmente	17	34	34	34
	Frecuentemente	13	26	26	26
	Muy Frecuentemente	10	20	20	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 4% de ellas nunca financia su negocio con sus ahorros personales, un 16% marco que raramente financia su negocio con sus ahorros personales, 34% respondieron que ocasionalmente si lo hacen, otro 26% marco que frecuentemente lo hace y un 20% nos dijo que muy frecuentemente si financia su negocio con sus ahorros personales.

**Tabla 18: ¿Utilizará sus ahorros personales para invertir en un negocio?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	2	4	4	4
	Raramente	8	16	16	16
	Ocasionalmente	16	32	32	32
	Frecuentemente	14	28	28	28
	Muy Frecuentemente	10	20	20	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 2% de ellas nunca utilizaría sus

ahorros personales para invertir en un negocio, un 16% marco que raramente utiliza sus ahorros personales para invertir en un negocio, 32% respondieron que ocasionalmente si lo utilizase, 28% marco que frecuentemente también lo haría y un 20% nos dijo que muy frecuentemente si utilizará sus ahorros personales para invertir en un negocio.

**Tabla 19: ¿Invertir en tus ahorros ha llevado a que tengas problemas personales?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	2	4	4	4
	Raramente	10	20	20	20
	Ocasionalmente	15	30	30	30
	Frecuentemente	11	22	22	22
	Muy frecuentemente	12	24	24	100%
	<b>Total</b>		50	100	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 4% respondieron que no tiene problemas personales al invertir sus ahorros personales, un 20% marco que raramente tienen problemas personales al invertir sus ahorros personales, 30% respondieron que ocasionalmente tienen los problemas personales, otro 24% marco que frecuentemente tiene problemas personales y un 16% nos dijo que muy frecuentemente tiene los problemas personales al invertir sus ahorros.

**Tabla 20: ¿Tus ahorros invertidos los recuperas a corto tiempo?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	3	6	6	6

Ocasionalmente	7	14	14	14
Frecuentemente	20	40	40	40
Muy frecuentemente	20	40	40	100%
<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que ninguna persona encuestada marco “nunca”, un 6% marco que raramente recupera sus ahorros personales en corto tiempo, 14% respondieron que ocasionalmente si recuperan sus ahorros personales en el corto tiempo, otro 40% marco que frecuentemente si recupera lo invertido en el corto tiempo y un 40% nos dijo que muy frecuentemente si recupera sus ahorros invertidos en un corto tiempo.

**Tabla 21: ¿Usted ha tenido atraso en sus pagos de financiamiento?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	9	18	18	18
	Raramente	16	32	32	32
	Ocasionalmente	14	28	28	28
	Frecuentemente	8	16	16	16
	Muy frecuentemente	3	6	6	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 18% nunca ha tenido atraso en sus pagos de financiamiento, un 32% marco que raramente ha tenido atraso en sus pagos de financiamiento, 28% respondieron que

ocasionalmente otro 16% marco que frecuentemente sí tuvo el atraso y un 6% nos dijo que muy frecuentemente ha tenido atraso a la hora de hacer sus pagos de financiamiento.

**Tabla 22: ¿ha utilizado el financiamiento externo?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	15	32	32	32
	Raramente	11	23	23	23
	Ocasionalmente	16	34	34	34
	Frecuentemente	4	9	9	9
	Muy frecuentemente	1	2	2	100%
	<b>Total</b>	47	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 32% de ellas nunca han utilizado el financiamiento externo, un 23% marco que raramente utiliza el financiamiento externo, 34% respondieron que ocasionalmente lo ha utilizado, otro 9% marco que frecuentemente lo hace y un 2% nos dijo que muy frecuentemente ha utilizado el financiamiento externo.

**Tabla 23: ¿Realiza sus pagos puntualmente del financiamiento de su negocio?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	1	2	2	2
	Raramente	6	12	12	12
	Ocasionalmente	17	34	34	34
	Frecuentemente	12	24	24	24
	Muy frecuentemente	14	28	28	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron un 2% de ellas nunca pagan su financiamiento puntualmente, un 12% marco que raramente paga su financiamiento a tiempo, 34% respondieron que ocasionalmente si pagan su financiamiento puntualmente, otro 24% marco que frecuentemente lo hace y un 28% nos dijo que muy frecuentemente paga su financiamiento de su negocio puntualmente.

**Tabla 24: ¿Aceptaría un financiamiento externo con un interés alto?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	18	36	36	36
	Raramente	8	16	16	16
	Ocasionalmente	17	34	34	34
	Frecuentemente	5	10	10	10
	Muy frecuentemente	2	4	4	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 34% de ellas nunca aceptaría un financiamiento externo con un interés alto, un 16% marco que raramente aceptaría un financiamiento con un interés alto, 34% respondieron que ocasionalmente lo harían, 10% marco que frecuentemente aceptaría y un 4% nos dijo que muy frecuentemente aceptarían un financiamiento externo con un interés alto.

#### **4.2.3. Determinar cómo se relacionan los tipos de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en el mercado La Perla - Chimbote 2021.**

##### **Variable 2: Rentabilidad**

##### **Dimensión 1: Tipos de Rentabilidad**

**Tabla 25: ¿Adelanta el pago de sus préstamos financieros con las utilidades generadas?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	8	16	16	16
	Raramente	7	14	14	14
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	13	26	26	26
	Muy frecuentemente	12	24	24	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 16% de ellas nunca adelantan el pago de sus préstamo financieros con las utilidades generadas, un 14% marco que raramente adelanta sus pagos, 20% respondieron que ocasionalmente utilizará sus utilidades generadas para pagos financieros, 26% marco que frecuentemente adelanta sus pagos de sus préstamos financieros y un 24% nos dijo que muy frecuentemente si adelanta el pago de sus préstamos financieros con las utilidades generadas.

**Tabla 26: ¿La utilidad generada en su negocio las vuelve a invertir en el mismo?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	1	2	2	2
	Raramente	3	6	6	6
	Ocasionalmente	14	28	28	28
	Frecuentemente	17	34	34	34
	Muy frecuentemente	15	30	30	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 2% de ellas nunca vuelve a invertir sus utilidades generadas en su negocio, un 6% marco que raramente vuelve a invertir sus utilidades, 28% respondieron que ocasionalmente otro 34% marco que frecuentemente lo hace y un 30% nos dijo que muy frecuentemente vuelve a invertir sus utilidades generadas en su mismo negocio.

**Tabla 27: ¿Las utilidades generadas las ahorra?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	2	4	4	4
	Raramente	16	32	32	32
	Ocasionalmente	18	36	36	36
	Frecuentemente	7	14	14	14
	Muy frecuentemente	7	14	14	100%
	<b>Total</b>		50	100	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 4% de ellas nunca ahorra sus utilidades, un 32% marco que raramente ahorra sus utilidades, 36% respondieron que ocasionalmente lo hace 14% marco que frecuentemente ahorra sus utilidades y un 14% nos dijo que muy frecuentemente ahorra sus utilidades generadas.

**Tabla 28: ¿En la pandemia se ha visto afectada su rentabilidad económica de su negocio?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	4	8	8	8
	Raramente	5	10	10	10
	Ocasionalmente	11	22	22	22

	Frecuentemente	13	26	26	26
	Muy frecuentemente	17	34	34	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 8% de ellas nunca se ha visto afectada su rentabilidad económica en la pandemia, un 10% marco que raramente se ha visto afectada su rentabilidad económica durante la pandemia, 22% respondieron que ocasionalmente se ha visto afectada otro 26% marco que frecuentemente se vio afectada y un 34% nos dijo que muy frecuentemente se ha visto afectada su rentabilidad económica durante la pandemia.

**Tabla 29: ¿Con que frecuencia realiza pagos a capital, en sus financiamientos?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	10	20	20	20
	Raramente	14	28	28	28
	Ocasionalmente	19	38	38	38
	Frecuentemente	4	8	8	8
	Muy frecuentemente	3	6	6	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que el 20% de ellas nunca realiza pagos a capital en sus financiamientos, un 28% marco que raramente hace pagos a cuenta de capital de sus financiamientos, 38% respondieron que ocasionalmente otro 8% marco que frecuentemente lo hace y un 6% nos

dijo que muy frecuentemente realiza pagos a capital en sus financiamientos.

**Tabla 30: ¿Siempre que ha querido obtener un préstamo financiero se lo han dado?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	2	4	4	4
	Raramente	4	8	8	8
	Ocasionalmente	8	16	16	16
	Frecuentemente	16	32	32	32
	Muy frecuentemente	20	40	40	100%
	<b>Total</b>		50	100	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 4% de ellas respondieron que nunca han obtenido un préstamo siempre que lo han necesitado, un 8% marco que raramente han obtenido un préstamo cuando lo han requerido, 16% respondieron que ocasionalmente otro 32% marco que frecuentemente si lo obtuvieron y un 40% nos dijo que muy frecuentemente obtuvo el préstamo financiero cuando lo requirieron.

**Tabla 31: ¿Después de financiar un préstamo su rentabilidad en mayor?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	2	4	4	4
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	13	26	26	26
	Muy frecuentemente	25	50	50	100%
	<b>Total</b>		50	100	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 0% de las personas encuestadas no respondieron nada en la escala de “nunca”, un 4% marco que raramente su rentabilidad es mayor después de financiar un préstamo, 20% respondieron que ocasionalmente si es mayor su rentabilidad, otro 26% marco que frecuentemente su rentabilidad es mayor y un 50% nos dijo que muy frecuentemente su rentabilidad es mayor después de financiar un préstamo.

**Tabla 32: ¿Si no tiene el efectivo para pagar una cuota de altos intereses, haría un préstamo a corto plazo para pagar esa cuota y no generar interés?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	6	12	12	12
	Raramente	14	28	28	28
	Ocasionalmente	15	30	30	30
	Frecuentemente	7	14	14	14
	Muy frecuentemente	8	16	16	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 12% de ellas nunca harían un préstamo a corto plazo para pagar una cuota que generen intereses, un 28% marco que raramente haría un préstamo a corto plazo para pagar, 30% respondieron que ocasionalmente otro 14% marco que frecuentemente lo hace y un 16% nos dijo que muy frecuentemente haría un préstamo a corto plazo para pagar esa cuota y no generar intereses.

#### **4.2.4. Determinar cómo se relacionan las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.**

## Dimensión 2: Estrategias de Rentabilidad

**Tabla 33: ¿Has pensado en aumentar los activos de su negocio?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	5	12	12	12
	Raramente	7	17	17	17
	Ocasionalmente	9	21	21	21
	Frecuentemente	10	24	24	24
	Muy frecuentemente	11	26	26	100%
	<b>Total</b>	42	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 12% de ellas nunca piensan en aumentar los activos de su negocio, un 17% marco que raramente piensan en aumentar los activos de su negocio, 21% respondieron que ocasionalmente otro 24% marco que frecuentemente piensa en aumentar los activos de su negocio y un 26% nos dijo que muy frecuentemente piensa en aumentar los activos de su negocio.

**Tabla 34: ¿Has pensado vender en otros mercados?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	2	4	4	4
	Ocasionalmente	6	12	12	12
	Frecuentemente	17	34	34	34
	Muy frecuentemente	25	50	50	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que, un 4% marco que raramente ha pensado en vender en otros mercados, 12% respondieron que ocasionalmente piensan en vender en otros mercados, otro 34% marco que frecuentemente vendería en otros mercados, y un 50% nos dijo que muy frecuentemente piensa en vender en otros mercados.

**Tabla 35: ¿Tus productos se diferencian de tu competencia?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	1	2	2	2
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	20	40	40	40
	Muy frecuentemente	19	38	38	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que, un 2% marco que raramente sus productos se diferencian de la competencia, 20% respondieron que ocasionalmente su producto se diferencia de la competencia otro 40% marco que frecuentemente se diferencian de la competencia y un 38% nos dijo que muy frecuentemente sus productos se diferencian de su competencia.

**Tabla 36: ¿Actualmente vendes a crédito para mantener y/o aumentar tus ventas?**

	<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE VÁLIDO</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	0	-	-	-

Ocasionalmente	7	14	14	14
Frecuentemente	23	46	46	46
Muy frecuentemente	20	40	40	100%
<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que, 14% respondieron que ocasionalmente venden al crédito para aumentar sus ventas, otro 46% marco que frecuentemente lo hace y un 40% nos dijo que muy frecuentemente vende al crédito para aumentar sus ventas.

**Tabla 37: ¿Realizas descuentos a tus clientes frecuentes?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	0	-	-	-
	Ocasionalmente	2	4	4	4
	Frecuentemente	23	46	46	46
	Muy frecuentemente	25	50	50	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 4% respondieron que ocasionalmente hacen descuentos a sus clientes, otro 46% marco que frecuentemente lo hace y un 50% nos dijo que muy frecuentemente hace descuentos a sus clientes frecuentes.

**Tabla 38: ¿Has pensado tener publicidad por radio?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	3	6	6	6
	Raramente	5	10	10	10
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	15	30	30	30
	Muy frecuentemente	17	34	34	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 6% de los comerciantes nunca han pensado en tener publicidad por radio, un 10% marco que raramente ha pensado en tener publicidad por radio, 20% respondieron que ocasionalmente, otro 30% marco que frecuentemente lo hace y un 34% nos dijo que muy frecuentemente piensa en tener publicidad por radio.

**Tabla 39: ¿Has pensado en tener contratos con otros negocios que necesiten de tus productos?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	4	13	13	13
	Raramente	5	17	17	17
	Ocasionalmente	4	13	13	13
	Frecuentemente	9	30	30	30
	Muy frecuentemente	8	27	27	100%
	<b>Total</b>	30	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 13% de ellas nunca han

pensado en tener contratos con otros negocios que necesiten de sus productos, un 17% marco que raramente, 13% respondieron que ocasionalmente otro 30% marco que frecuentemente lo hace y un 27% nos dijo que muy frecuentemente ha pensado en tener contratos con otros que necesiten de sus productos.

**Tabla 40: ¿La calidad de tus productos se diferencian de tu competencia?**

	<i>ESCALA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE VÁLIDO</i>	<i>PORCENTAJE ACUMULADO</i>
<b>VÁLIDOS</b>	Nunca	0	-	-	-
	Raramente	0	-	-	-
	Ocasionalmente	10	20	20	20
	Frecuentemente	15	30	30	30
	Muy frecuentemente	25	50	50	100%
	<b>Total</b>	50	100	100%	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores del Mercado La Perla – Chimbote 2021.*

**Interpretación:** Los comerciantes del Mercado La Perla del total de 50 personas encuestadas respondieron que un 20% respondieron que ocasionalmente sus productos se diferencian de otros, 30% marco que frecuentemente y un 50% nos dijo que muy frecuentemente sus productos se diferencian de su competencia.

## V. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación y después de realizar la encuesta a los socios comerciantes del mercado La Perla – Chimbote encontramos lo siguiente:

Objetivos:

1. Como objetivo general determinar cómo las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

Según los resultados estadísticos obtenidos, las fuentes de financiamiento están relacionadas con la rentabilidad de los comerciantes del mercado la perla-Chimbote 2021, debido que en los resultados obtenidos de la hipótesis general se aplicó la prueba de R de Pearson donde se ha considerado un nivel de confiabilidad del 95% con un margen de error de 5%, lo cual nos lleva a deducir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Además, el coeficiente de correlación R de Pearson = 0.588, señala la relación entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado la perla-Chimbote 2021, es positiva moderada. Estos resultados confirman el estudio realizado por Villagaray, Y. (2017), donde analiza las variables el financiamiento y la rentabilidad de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017, cuyo objetivo fue analizar si el financiamiento contribuye la rentabilidad de las asociaciones de los productores de palta en el distrito de San Miguel, con el uso de diseño no experimental, aplicando un cuestionario a 30 entidades productoras de palta. Su investigación arribó a la siguiente conclusión: del total de encuestados, el 47% creen que el financiamiento incide a mediana claridad en la rentabilidad de los productores de palta en San Miguel y los créditos que obtienen son de manera regular. Además, consideran que el dinero adquirido lo invierten en las asociaciones que producen palta y llegan a obtener una inversión regular. Del 43% de encuestados creen que

una rentabilidad regular con el financiamiento que consiguen.

2. Determinar cómo se relaciona los plazos de financiamiento con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.

Según los datos recopilados de la encuesta, el financiamiento a corto plazo, observamos que la mayoría de las personas encuestadas nos respondió que raramente los comerciantes del mercado La Perla utilizan el financiamiento a corto plazo ya que ellos invierten el dinero y suele demorar en recuperar por lo tanto no optan por este indicador. Observamos que el financiamiento a largo plazo es todo lo contrario la mayoría de los socios encuestados nos dijeron que frecuentemente utilizan este indicador por lo tanto prefirieron el financiamiento a largo plazo ya que les ayuda a trabajar, hacer crecer su negocio y su rentabilidad a largo plazo finalizando con las cuotas a pagar a tiempo de su financiamiento.

Estos hallazgos se semejan con lo encontrado por Castro, S. (2017), quien estudio las variables de financiamiento y rentabilidad y concluyo que la mayor parte de microempresarios productores de calzado llegan a usar fuentes de financiamiento como proveedor e institucione financiera; en estos empresas, el dinero es financiado a corto plazo para la producción de zapatos, debido a que no tienen suficiente crédito para pagar la deuda, tienen que recurrir al financiamiento de las instituciones financieras, lo cual es un problema, debido al corto plazo. Cobertura de termino, la deuda que utilizan para financiar a largo plazo suele ser los más caros.

El financiamiento tiene la finalidad de apoyar a los comerciantes de la Perla- Chimbote a apertura o planificar su expansión a futuro y seguir llevando a cabo sus actividades. Además, el financiamiento es un motor importante para lograr el desarrollo de la economía del país y del comerciante.

3. Determinar cómo la fuente de obtención de crédito se relaciona con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla Chimbote 2021.

Se ha observado que los ahorros personales, los socios comerciantes nos dijeron que ocasional y frecuentemente ellos utilizan sus ahorros personales para invertirlo en su negocio, pero sin embargo lo recuperan muy rápido y no llegan a tener problemas en recuperarlo en corto tiempo. Por ende, los préstamos externos, la gran parte de los socios comerciantes del mercado La Perla nos contestaron que raramente utilizan el financiamiento externo ya que si lo hicieran le conlleva a interés demasiados altos es lo que ellos no aprueban de esos préstamos externos por lo tanto no les conviene para el crecimiento de su negocio.

Estos resultados llegan a asemejarse a lo encontrado por Enríquez, R. (2020), quien realizó su estudio de investigación con las variables financiamiento y rentabilidad en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, donde concluye que las entidades de su población de estudio llegan a financiar sus actividades con su propio capital, sin embargo, eso no es suficiente, por lo que recurren a financiamientos externos, que son brindados por los bancos o entidades financieras, cuyo propósito es que se ayude a la comercialización de la palta.

Aunque la principal fuente de financiamiento son los bancos, para los bancos es más seguro brindar un financiamiento a empresas grandes que cuenten con un historial crediticio favorable.

4. Determinar cómo se relaciona los tipos de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en el mercado La Perla - Chimbote 2021.

Según los resultados obtenidos en la rentabilidad económica, los socios comerciantes del mercado La Perla nos contestaron que muy frecuentemente adelantan sus cuotas financieras con sus utilidades generadas y que también esas mismas las volvían a invertir en sus negocios con el fin de generar más rentabilidad, y sin huir de la realidad la pandemia en estos últimos años ha afectado muy frecuentemente a muchos de los comerciantes en sus negocios haciendo que en algunos

meses de año la rentabilidad sea baja y en ocasiones no haya la utilidad esperada. Y en la rentabilidad financiera, los socios comerciantes encuestados nos dijeron que sus rentabilidades crecen después de financiar un préstamo ya que invierten más y sus utilidades son mayores, y que ocasionalmente del mismo financiamiento realizan sus pagos a capital de sus préstamos.

Los resultados mencionados anteriormente se asemejan a lo encontrado por Robles, S. (2017), cuando realizó su investigación teniendo como variables las Pymes y financiamiento, en donde el tesista concluyó que las entidades de menor tamaño cuentan con notables limitaciones financieras. Los bancos consideran como problema fundamental la escasa información financiera con la que cuentan las Pyme para que accedan a un financiamiento. En otras palabras, la mayor parte de este segmento no puede proporcionar información completa y clara que los agentes externos puedan evaluar a las pymes Pyme.

Según lo mencionado anteriormente, podemos afirmar que el uso adecuado del financiamiento adquirido se puede lograr obtener resultados económicos y financieros muy satisfactorios, y así evitar los riesgos que se pueda tener en la rentabilidad de los comerciantes de la Perla-Chimbote.

5. Determinar cómo se relaciona las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.

Según los datos recopilados de la encuesta el Crecimiento de las Ventas, los socios comerciantes piensan en algunas estrategias para aumentar las ventas de sus negocios dentro de las cuales nos dijeron y respondieron en la encuesta que muy frecuentemente piensan en vender en diferentes mercados, hacer diferenciar el producto que ofrecen, y con eso hacer crecer sus activos dentro de su negocio. Además, el Marketing del negocio, los socios comerciantes marketean sus negocios de tal forma de hacer

crecer sus ventas por lo mismo nos respondieron que muy frecuentemente realizan descuentos a sus compradores más frecuentes, también en tener publicidad en las radios, de tal manera así diferenciarse del resto de negocios o de sus mismas competencias.

Finalmente, estos resultados se asemejan a lo encontrado por Agreda, D. (2016), en su investigación estudió las variables de financiamiento y rentabilidad del sector de servicios. Donde determinó que una de las estrategias para incrementar la rentabilidad es el uso de las ratios para analizar el estado en el que se encuentra el negocio y poder mejorar, sin embargo, en los resultados de la encuesta se encontró que el 31% tiene conocimiento y usa las ratios financieras, lo cual maximiza la rentabilidad e incrementar los ingresos, y el 69% no tienen conocimiento de ratios financieros.

## **VI. CONCLUSIONES.**

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede concluir que:

1. De acuerdo con los resultados obtenidos, se pudo **determinar cómo** las principales **fuentes de financiamiento** se **relacionan** con la **rentabilidad** de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote durante el 2021.  
un 85% de las personas **suelen capitalizar dichas utilidades** con la finalidad de **mantener la inversión** en activos y poder generar **rentabilidad** de dichos activos, y según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,588 (correlación positiva), de acuerdo con los resultados obtenidos se pudo concluir que si existe relación entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad.
2. Mediante la encuesta se pudo determinar cómo los plazos de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de dichos comerciantes, en la tabla 1 se determinó que del total de encuestados el 70% de dicho mercado adquieren financiamiento a largo plazo, ya que les permite poder trabajar y hacer crecer su negocio, generando rentabilidad constante a largo plazo para poder cumplir con sus obligaciones de financiamiento y terceros. Lo hallado en la tabla 7 nos permite concluir que más del 76% de los encuestados consideran que el financiamiento a largo plazo es beneficioso, ya que les permite poder disponer de efectivo, fortalecer el capital y generar utilidades, contribuyendo a la mejora de la rentabilidad y liquidez, de la misma manera según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,566 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables
3. Se concluye con la **determinación** de como las **fuentes de obtención de crédito** se **relacionan** con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla. En la tabla 5 se evidencia que en un aproximado de **70%** percibe el **crecimiento de sus negocios gracias a la fuente de obtención de crédito**, en la tabla 11 mediante la encuesta se pudo determinar que, el 52% de los 50 encuestados **han tenido problemas personales producto de invertir sus ahorros en su negocio** y tan solo un 4% nunca obtuvo

problemas. Mediante este hallazgo podemos concluir que el financiamiento con deuda mejora la rentabilidad de la inversión, debido a que con el préstamo el comerciante aporta menos capital producto del efecto del palanqueo financiero, a su vez los intereses generados permiten un ahorro fiscal al momento de realizar los pagos por Impuesto a la Renta. En efecto, es bueno endeudarse y mejora la rentabilidad, pero para ello el comerciante tiene que hacer esfuerzos necesarios y mejorar la gestión de la empresa para que los márgenes de ganancias proyectados sean los esperados, concluimos también que según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,529 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables

4. Mediante los hallazgos determinamos como se relaciona los tipos de rentabilidad con las fuentes de financiamiento, haciendo uso de la encuesta se concluye que se concluye que los trabajadores más del 80% de los encuestados su rentabilidad económica se vio afectado producto de la pandemia, lo hallado en la tabla 23 nos permite que concluir que el 76% frecuentemente su rentabilidad es mayor después de financiar un préstamo, concluimos también que según el análisis correlacional de Pearson realizado se obtuvo un coeficiente de 0,582 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables
5. Por lo tanto, **podemos determinar cómo se relaciona las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento** en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021. A lo que por medio de los resultados (tabla 25) podemos concluir que entre el **75%** de los encuestados piensa **en aumentar sus activos** para poder diversificar sus ingresos, en la tabla 26 se concluye que más del 85% **piensa vender en otros puestos de mercados como estrategia de expansión de segmento** de clientes a la vez el 100% **otorga créditos y descuentos** con la intención de generar más ventas, concluimos que también según el análisis correlacional de Pearson

realizado se obtuvo un coeficiente de 0,569 (correlación positiva), también se puede observar el nivel de significancia que como sabemos si está es mayor a 5 no existe relación entre las variables

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a los directivos del mercado La Perla a efectuar charlas didácticas en lo que respecta a materia financiera, con la misión de que el comerciante pueda capacitarse del tema y genere una mayor rentabilidad de su negocio.
2. Se recomienda a los comerciantes a medida que su negocio vaya creciendo obtendrán más oportunidades de financiamiento, por lo que se le recomienda a informarse de los diferentes tipos y fuentes de financiamiento que existen dentro del mercado formal en el país, a fines de que puedan elegir el correcto y preciso momento que realmente sea útil.
3. De acuerdo con los resultados obtenidos sobre el atraso en los pagos de su financiamiento, de los 100% de los comerciantes el 44% presenta problemas de atrasos al momento de realizar sus pagos correspondientes, bajo esta premisa se aconseja a los comerciantes a elaborar un cronograma y recordatorio de sus pagos, con la finalidad de que eviten pagos extras.
4. Como se obtuvo en los resultados, la mayoría de los comerciantes prefieren endeudarse a largo plazo, por lo tanto, es recomendable que dichos comerciantes busquen opciones de financiamiento y lo hagan por medio de un sistema bancario que permite y ofrezca tasas de intereses bajas, así reducirán sus costos y sobre todo el interés, cuyos beneficios contribuirán al desarrollo económico y rentabilidad de su negocio.
5. Se recomienda a los comerciantes a no excederse en otorgamiento de ventas al crédito, mantener una lista de cartera de crédito actualizada, implementar políticas de crédito con la finalidad de que la rotación de cuentas por cobrar no sea mayor al de cuentas por pagar.

## REFERENCIAS

- Agreda, D. (2016), El Financiamiento y Su Influencia en La Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios del Perú: Caso Empresa de Servicios Daniel EIRL de Chimbote, 2013.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/529/MYPES\\_FINANCIAMIENTO\\_AGREDA\\_HUERTAS\\_DIANA\\_CECILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/529/MYPES_FINANCIAMIENTO_AGREDA_HUERTAS_DIANA_CECILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Argoti, E., Martínez, J., & Guevara, L. (2015). *Relación de la inteligencia emocional con el desempeño laboral*. Ciencia & Salud, 3(11), 41-46.
- Banco de la república. (2018). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/credito-externo-0>
- Carlo Ferraro (2011). Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina. España 2011: CEPAL.  
([https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/\\$FILE/1\\_pdfsam\\_S2011124\\_es.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/$FILE/1_pdfsam_S2011124_es.pdf))
- Casanovas, M., & Bertrán, J. (2013). La financiación de la empresa: Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor. Barcelona: Profit Editorial.
- Castro, S. (2017). “El financiamiento como factor de la rentabilidad de las microempresas de las asociaciones de productores de calzado Juan Cajas de la ciudad de Ambato”  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25292/1/T3987ig.pdf>
- Conexión Esan. (2019). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/05/financiamiento-corto-y-de-largo-plazo-cual-elegir/>

Diario Gestión. (21 de abril de 2014). Más de 200 millones de pequeñas empresas en el mundo no tienen recursos necesarios para crecer. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/200-millones-pequenas-empresas-mundo-recursosnecesarios-crecer-57824>

Enríquez, R. (2020). Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de palta, del distrito de San Miguel, 2020. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22252/COMERCIO\\_FINANCIAMIENTO\\_MYPES\\_Y\\_RENTABILIDAD\\_ENRIQUEZ\\_SILVA\\_RENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22252/COMERCIO_FINANCIAMIENTO_MYPES_Y_RENTABILIDAD_ENRIQUEZ_SILVA_RENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ferraro, C., & Rojo, S. (2018). Las Mipymes en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---srosantiago/documents/publication/wcms\\_654249.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---srosantiago/documents/publication/wcms_654249.pdf)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación (Quinta ed.). México: McGraw Hill.

Horton, M. (2019). The Difference Between Profitability and Profit. Retrieved from <https://www.investopedia.com/ask/answers/012715/what-difference-between-profitability-and-profit.asp>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (noviembre de 2018). Perú: Estructura Empresarial, 2017. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1586/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1586/libro.pdf)

Inter seguro. (s.f.). Obtenido de <https://www.interseguro.pe/blog/ahorro-personal-importancia>

La República. (noviembre de 2018). Casi 10 mil Mypes se han constituido en lo que

va del 2018. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1358023-sunarp-10-mil-mypeshan-constituido-ano>

M. Gonzales (2012). Aspectos Éticos de la investigación cualitativa. Revista Ibero Americana:

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B\\_Per ez\\_PEE-Vejarano\\_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B_Per ez_PEE-Vejarano_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mares, C. (2017). Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú.

[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares\\_Carla.pdf?sequence=3&isAllowe](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowe)

Molina, D. y Sánchez, A. (2016), Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6353919.pdf>

Muntanè, J(2010). Introducción a la investigación básica,

[file:///C:/Users/jenni/Downloads/RAPD%20Online%202010%20V33%20N3%2003%20\(1\).p df](file:///C:/Users/jenni/Downloads/RAPD%20Online%202010%20V33%20N3%2003%20(1).pdf)

Naresh K. Malhotra (2010). Definición de Encuesta:

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

NoviCap (2021). Fuentes de financiación. European Investment Funda.

Pedro Cadena (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. Revista mexicana de Ciencias Agrícolas.

Pereda, N. (2010). Pronunciamento público. Día nacional de las MYPEs.

Recuperado de Email:niloperedajara@gmail.com / Blog:  
nilopereda.blogspot.com http://nilopereda.blogspot.com/2010/05/dia-  
nacional-de-las-mypes-15-demayo.

Pérez, E; y Vejarano, N. (2019), Fuentes de financiamiento para el incremento de rentabilidad de las MYPE de Galerías Alfa, sector comercio de ropa, Chimbote – 2018.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B\\_Per\\_ez\\_PEE-Vejarano\\_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B_Per_ez_PEE-Vejarano_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Reyna, R. (2008). Incidencia del financiamiento y la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector comercio estaciones de servicio y su implicancia en el desarrollo socioeconómico del distrito Nuevo Chimbote en el período 2005- 2006. (Tesis de Maestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Robles, S. (2017), Análisis de los problemas que enfrentan las pymes al acceder a financiamiento privado y los factores que lo facilitan  
<https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/24494/3560902048966UTFSM.pdf>

Rodríguez P. (2010). Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense, un estudio de casos. México.

Rodríguez, C. (2020) ¿Cuántas empresas hay en Perú y cuánto empleo generan?  
<https://es.linkedin.com/pulse/cu%C3%A1ntas-empresas-hay-en-per%C3%BA-y-cu%C3%A1nto-empleo-generan-rodriguez>

Sagastegui, M. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio- rubro pollerías del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Stanton, Etzel y Walker (2018). Técnica Encuesta. Recuperado de <http://tecnicauencuesta1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>

Villagaray, Y. (2017), El financiamiento es un factor que influye en la rentabilidad en las asociaciones de productores de palta en el distrito de San Miguel, 2016-2017  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5544/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_VILLAGARAY\\_DURAND\\_YULI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5544/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_VILLAGARAY_DURAND_YULI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

20 minutos. (01 de Julio de 2018). La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economiaempleo/>

Obtenido:[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B\\_Perez\\_PEE-Vejarano\\_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57458/B_Perez_PEE-Vejarano_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXO**

## Anexo 1

Tabla 1: Operacionalización de la variable fuentes de financiamiento

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Nivel es y rangos
Fuentes de Financiamiento	Capacidad de reunir el capital para iniciar la operatividad de un negocio. Proyecto y Administración de Activos. (Narváez, 2009).	Las Fuentes de financiamiento, es una variable de naturaleza cualitativa, de escala ordinal, politómica, posee un instrumento compuesto por 16 ítems, el cual tendremos 2 dimensiones; Plazos de financiamiento, Fuentes de Obtención de crédito, siendo un instrumento propio de autoras. Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5 donde (1) Nunca; (2) Muy pocas veces; (3) Algunas veces; (4) Casi siempre; (5) Siempre.	Plazos de financiamiento  Fuentes de obtención de crédito	El financiamiento corto plazo  El financiamiento a largo plazo  Los ahorros personales  Préstamos externos	1 – 4 5 – 8	Escala Ordinal Nunca (1) Casi Nunca (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre	Mala (10 – 23) Regular (24 – 37) Buena (38 – 50)



### Anexo 3

Tabla 3: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Variables	Indicadores
<p>¿De qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote, 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera se relaciona los plazos de financiamiento con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021?</li> <li>• ¿De qué manera se relaciona las fuentes de obtención de crédito con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La</li> </ul>	<p>Determinar cómo las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar cómo se relaciona los plazos de financiamiento con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.</li> <li>• Determinar cómo la fuente de obtención de crédito se relaciona con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla</li> </ul>	<p>Las fuentes de financiamiento se relacionan significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla – Chimbote 2021.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El plazo de financiamiento se relaciona significativamente con la rentabilidad en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.</li> <li>• La fuente de obtención de crédito se relaciona significativamente con la rentabilidad</li> </ul>	<p><b>Variable 1</b> Fuentes de financiamiento</p> <p><b>Variable 2</b> Rentabilidad</p>	<p><b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• _Plazos de financiamiento.</li> <li>• _Fuentes de obtención de crédito.</li> </ul> <p><b>RENTABILIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• _Tipos de rentabilidad.</li> <li>• _Estrategias de rentabilidad</li> </ul>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>

<p>Perla - Chimbote 2021?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera los tipos de rentabilidad se relaciona con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021?</li> <li>• ¿De qué manera se relaciona las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021?</li> </ul>	<p>Chimbote 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar cómo se relaciona los tipos de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en el mercado La Perla - Chimbote 2021.</li> <li>• Determinar cómo se relaciona las estrategias de rentabilidad con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.</li> </ul>	<p>de los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los tipos de rentabilidad se relaciona significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.</li> <li>• Las estrategias de rentabilidad se relacionan significativamente con las fuentes de financiamiento en los comerciantes del mercado La Perla - Chimbote 2021.</li> </ul>			
--	--	--	--	--	--

## Anexo 4

Instrumento de recolección de datos



### I. INTRODUCCION:

Los invito a participar del estudio sobre nuestro Proyecto de Investigación.

INSTRUCCIONES: En el siguiente formulario hay 32 ítems. Lea cada frase y señale la puntuación del 1 al 5, ni una respuesta es ni buena ni mala, no emplee demasiado tiempo en cada frase, puedes responder de la siguiente manera; Nunca (1), Raramente (2), Ocasionalmente (3), Frecuentemente (4), Muy frecuentemente (5).

Es una encuesta para un trabajo de investigación y tus repuestas son anónimas.

### II. CONSENTIMIENTO INFORMADO

1. Desea participar del estudio
2. No desea participar del estudio

Ítems	Dimensiones	1	2	3	4	5
	<b>INDICADOR: financiamiento a corto plazo</b>					
1	¿Utiliza financiamiento a corto plazo?					
2	¿Acepta los financiamientos a corto plazo con altas tasas de interés (tarjeta de crédito, bancos, financieras)?					
3	¿Evalúa las tasas de interés antes de obtener un financiamiento?					
4	¿Paga su financiamiento antes del tiempo establecido?					
	<b>INDICADOR: financiamiento a largo plazo</b>					
5	¿Estas percibiendo el crecimiento de tu negocio con el financiamiento?					
6	¿Utilizarías un financiamiento a largo plazo?					
7	¿El financiamiento a largo plazo es beneficioso para el crecimiento de tu negocio?					
8	¿calcula usted el tiempo y monto a pagar aprox. antes de solicitar un financiamiento?					
	<b>INDICADOR: ahorros personales</b>					
9	¿Usted utiliza sus ahorros para que financie su negocio?					
10	¿Utilizaría sus ahorros personales para invertir en un negocio?					

11	¿realiza sus pagos puntualmente del financiamiento de su negocio?					
12	¿aceptaría un financiamiento externo con un interés alto?					
<b>INDICADOR: préstamos externos</b>						
13	¿usted ha tenido atraso en sus pagos de financiamiento?					
14	¿ha utiliza el financiamiento externo?					
15	¿realiza sus pagos puntualmente del financiamiento de su negocio?					
16	¿aceptaría un financiamiento externo con un interés alto?					
<b>INDICADOR: Rentabilidad Económica</b>						
17	¿Adelanta el pago de sus préstamos financieros con las utilidades generadas?					
18	¿Las utilidades generadas en su negocio las vuelve a invertir en el mismo?					
19	¿Las utilidades generadas las ahorra?					
20	¿En la pandemia se ha visto afectada su rentabilidad económica de su negocio?					
<b>INDICADOR: Rentabilidad financiera</b>						
21	¿Con que frecuencia realiza pagos a capital, en sus financiamientos?					
22	¿Siempre que ha querido obtener un préstamo financiero se lo han dado?					
23	¿Después de financiar un préstamo su rentabilidad en mayor?					
24	¿si no tiene el efectivo para pagar una cuota de altos intereses, haría un préstamo a corto plazo para pagar esa cuota y no generar interés?					
<b>INDICADOR: Crecimiento de las Ventas</b>						
25	¿Has pensado en aumentar los activos de su negocio?					
26	¿Has pensado vender en otros mercados?					
27	¿Tus productos se diferencian de tu competencia?					
28	¿Actualmente vendes a crédito para mantener y/o aumentar tus ventas?					
<b>INDICADOR: Marketing del negocio</b>						
29	¿Realizas descuentos a tus clientes frecuentes?					
30	¿Has pensado tener publicidad por radio?					
31	¿Has pensado en tener contratos con otros negocios que necesiten de tus productos?					
32	¿La calidad de tus productos se diferencian de tu competencia?					

## Anexo 5

### Validez del instrumento de experto 1

#### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

##### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Goicochea Maqui Armando Joe \_\_\_\_\_  
 Institución donde labora : \_\_\_ Universidad Cesar Vallejo \_\_\_\_\_  
 Especialidad : \_\_\_ Contador Público Colegiado \_\_\_\_\_  
 Instrumento de evaluación : \_\_\_ Cuestionario \_\_\_\_\_  
 Autor (s) del instrumento (s): \_\_\_ Chávez Ramírez Cinthya y Vicente Iparaguire Jennifer \_\_\_\_\_

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X

#### PUNTAJE TOTAL

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

##### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

-----  
 -----  
 -----

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Viernes, 15 de octubre de 2018



Armando J. Goicochea Maqui  
 MATRICULA 06-2018

Sello personal y firma

## Anexo 6

### Validez del instrumento de experto 2

#### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

##### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Alatriza Liñan Deyssy Melyssa \_\_\_\_\_  
 Institución donde labora : \_\_ Universidad Cesar Vallejo \_\_\_\_\_  
 Especialidad : \_\_ Finanzas \_\_\_\_\_  
 Instrumento de evaluación : \_\_ Cuestionario \_\_\_\_\_  
 Autor (s) del instrumento (s): \_\_ Chavez Ramirez Cinthya y Vicente Iparraguirre Jennifer \_\_\_\_\_

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X

#### PUNTAJE TOTAL

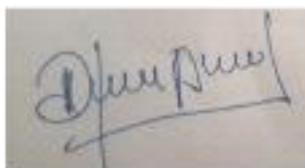
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

##### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

-----  
 -----  
 -----

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

Sábado, 16 de octubre de 2021



Sello personal y firma

## Anexo 7

### Validez del instrumento de experto 3

#### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

##### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Astoray Hinojosa, Enrique\_\_\_\_\_

Institución donde labora : \_\_Universidad Cesar Vallejo\_\_\_\_\_

Especialidad : \_\_Auditoría\_\_\_\_\_

Instrumento de evaluación : \_\_Encuesta\_\_\_\_\_

Autor (s) del instrumento (s): \_\_ Chavez Ramirez Cinthya y Vicente Iparraguire Jennifer \_\_\_\_\_

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Fuentes de financiamiento y rentabilidad.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X

#### PUNTAJE TOTAL

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

##### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

-----

-----

-----

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45

Domingo, 17 de octubre de 2021

  
 CPCT Enrique Astoray Hinojosa  
 Matrícula N° 37819  
 Sello personal y firma

## Anexo 8

### CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACION PARA EFECTOS DE INVESTIGACION

Yo Carlos Manuel ~~Ramirez~~ Oroya, identificado con DNI N° 32940471, representante legal de la Asociación de Comerciantes Unificados Región Chavín con R.U.C. 20532099553 domiciliada en Prolongación Pardo Nro. S/N SEC. La Perla Tres Cabezas (Oficina administrativa del Mercado La Perla) ANCASH – SANTA – CHIMBOTE AUTORIZO el uso de la información siguiente: Nombre de la entidad y la aplicación de los cuestionarios de fuentes de financiamiento y la rentabilidad a los comerciantes del mercado La Perla.

A las señoras: Cynthia ~~Stefany~~ ~~Chavez~~ ~~Ramirez~~ con DNI: 76671744; Jennifer Vicente Iparraquirre con DNI: 73432208; estudiantes de la Carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de tesis titulada FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LA PERLA, CHIMBOTE - 2021 considerando que:

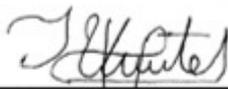
- Puede mencionar el nombre de la empresa (X) o;
- Debe mantener en estricta reserva el nombre comercial, razón social o cualquier logotipo de la empresa (w).

Chimbote, 7 de junio del 2021



Firma y sello del Representante legal o directivo de la empresa  
Carlos Manuel ~~Ramirez~~ Oroya  
Fecha: 07/06/2021  
DNI: 32940471

*Nosotras estudiantes de la Carrera Profesional de Contabilidad declaramos que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario aceptamos ser sometidas al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.*

  
Firma estudiantil  
Jennifer Vicente Iparraquirre  
Fecha: 07/06/2021  
DNI: 73432208

  
Firma estudiantil  
Cynthia ~~Chavez~~ ~~Ramirez~~  
Fecha: 07/06/2021  
DNI: 76671744



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VALLEJOS TAFUR JUAN BRITMAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de los comerciantes del mercado La Perla, Chimbote – 2021

", cuyos autores son CHAVEZ RAMIREZ CYNTHIA STHEFANY, VICENTE IPARRAGUIRRE JENNIFER ANDREA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 27 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VALLEJOS TAFUR JUAN BRITMAN <b>DNI:</b> 00819368 <b>ORCID</b> 0000-0002-6328-806X	Firmado digitalmente por: JVALLEJOST el 27-12- 2021 17:17:20

Código documento Trilce: TRI - 0246681