



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“Financiación y Crecimiento empresarial del giro de abarrotes en
el mercado Mariscal Cáceres Distrito de San Juan de Lurigancho,
2019”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autoras:

Bernaola Ramos, Cindy Stephanie([ORCID: 0000-0003-0424-904](#))

Briceño Heredia, Rut Mery([ORCID: 0000-0002-3471-4576](#))

López Rivera, María Andrea([ORCID: 0000-0001-5225-6444](#))

Asesor:

Dr. Jorge Luis Flores Bravo([ORCID: 0000-0003-2551-6401](#))

Línea de investigación:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Nuestro trabajo de investigación lo dirigimos al señor todopoderoso que nos guía y protege, a las personas que nos dieron la vida, por la ayuda constante para poder cumplir con nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

Gracias, al nuestro centro de estudio por permitir desarrollar nuestras habilidades, a los docentes que nos facilitaron sus conocimientos y su orientación para lograr nuestra tesis. A las autoridades del mercado Mariscal Cáceres, por permitimos aplicar los instrumentos para nuestra investigación

Presentación

INDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
PAGINA DEL JURADO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	iv
INDICE.....	v
RESUMEN	vii
ABSTRAC.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	10
II. METODO.....	25
2.1 Tipo y diseño de investigación	25
2.1.1 enfoque.....	25
2.2 Población y muestra:	25
2.2.1 Población:	25
2.2.2 Muestra censal.....	26
2.3 Técnica e instrumento de recolección de datos, validación y confiabilidad	27
2.3.1 Técnica de datos.....	27
2.3.2 Instrumentos de recolección de datos	28
2.3.3 validez.....	28
2.3.4 Confiabilidad.....	¡Error! Marcador no definido.
2.4 Procedimiento.....	29
2.4.1 Método de análisis de datos	29
III. RESULTADOS	31
3.1 Resultados descriptivos	31
3.2. Prueba de normalidad.....	64
3.3 Prueba de hipótesis	64

IV. DISCUSIÓN	69
V. CONCLUSIONES	71
VI. RECOMENDACIONES.....	72
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	78
ANEXO 2:.....	79
ANEXO 3	81
ANEXO 4:.....	83
ANEXO 5: Cuadro de Operacionalización.....	89
FINANCIACION Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DEL GIRO DE ABARROTÉS EN EL MERCADO MARISCAL CÁCERES DISTRITO SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2019	89

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue determinar el grado de relación entre financiación y crecimiento empresarial en el giro de abarrotes del mercado Mariscal Cáceres, san juan de Lurigancho – 2019, con la finalidad de fomentar el crecimiento empresarial del giro del mercado y conocer que tipos de financiación son las más usadas y adecuadas según los propios comerciantes, así a su vez, nos sirve de guía para inversiones futuras, nuestro planteamiento de hipótesis fue: El financiamiento impulsa el crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado mariscal Cáceres, san juan de Lurigancho - 2019.

El tratamiento para esta investigación es cuantitativa, porque utilizaremos la recolección de datos, de esa manera se probará la hipótesis planteada, el tipo de investigación es aplicada y de diseño descriptivo no experimental, nuestra población fue de 73 puestos de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, donde actualmente solo se trabajan 50 puestos, lo restante sirve de almacén o depósito y otros se encuentran vacíos, se hizo la recolección de datos al 100% de los comerciantes que se encuentran en los puestos activos(50), estos resolvieron el cuestionario; se utilizó la escala de Likert con 5 alternativas de respuesta en el rango: de siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, la encuesta tuvo de 30 preguntas la cual tuvo validación del experto antes de ponerlas en práctica; así mismo se utilizó el SPSS como programa para procesar los resultados.

Palabras claves: financiación propia, financiación de terceros, crecimiento interno, crecimiento externo

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the degree of relationship between financing and business growth in the Mariscal Caceres grocery store, San Juan de Lurigancho - 2019, in order to encourage business growth of the market and know what types of financing are the most used and appropriate according to the merchants themselves, and in turn, serves as a guide for future investments, our hypothesis was: The financing drives the business growth of the grocery store in the market marshal Caceres, San Juan of Lurigancho - 2019.

The treatment for this research is quantitative, because we will use data collection, in this way we will test the hypothesis, the type of research is basic and non-experimental descriptive design, our population was 73 grocery stalls in the market Mariscal Caceres , where currently only 50 jobs are being worked, the rest serves as warehouse or warehouse and others are empty, data collection was done to 100% of the merchants who are in the active positions (50), these resolved the questionnaire; We used the Likert scale with 5 response alternatives in the range: always, almost always, sometimes, almost never and never, the survey had 30 questions which had validation by the expert before putting them into practice; Likewise, the SPSS was used as a program to process the results.

Keywords: own financing, third-party financing, internal growth, external growt

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a nivel mundial se ve el incremento de pequeños comerciantes que apuestan por emprender la aventura de tener su propia empresa, muchas de ellas no logra su cometido, pero algunas sí, la diferencia entre unas y otras fueron que sí pudieron conseguir un medio de financiación sea familiar o financiero; es por ello, que muchos de los países en el 2016 pusieron en marchas nuevas iniciativas de crecimiento, porque está claro que no solo el financiamiento es sinónimo de éxito, pero si ayuda potencialmente a que estas no fracasen.

Adicionalmente, da la casualidad de que en américa latina también se ha puesto a trabajar en estos aspectos, y se han dado cuenta que se le debe ayudar a surgir a las pequeñas empresas, ya que encuentran varios obstáculos que no les permite desarrollarse, México es uno de los países más activos debido al apoyo implantado en los últimos años.

En nuestro país, muchos peruanos han iniciado un emprendimiento, la mayor parte de las personas que apuestan por el negocio propio y esta cifra cada vez va en aumento, uno de los factores que lo animan es que cuentan con un capital, ese dinero que quieren invertir para que aumente y obtener ganancias. Pero qué pasa cuando todo ya está en marcha, vez que al inicio funcionaba pero que ahora no es suficiente el dinero que tenías, y ese factor no te permite crecer en el mercado; pues es bastante difícil saber cuándo se debe recurrir a factores externos para desarrollarse, es por ello que se vera la necesidad de recurrir a algún financiamiento para que se realice un crecimiento en la empresa y así satisfacer la demanda de clientes.

Definitivamente se es más fácil utilizar los recursos propios, pero si se quiere una expansión rápida del negocio para así llegar a otros mercados y clientes, necesitaremos un financiamiento de acuerdo a nuestras posibilidades, ya que ese factor nos reflotara en el mercado.

De las indagaciones realizadas se corroboró la importancia que tiene el financiamiento en cualquier empresa, sea la etapa que esté pasando puesto que

es un apoyo para que los negocios logren llegar a sus objetivos trazados, y para que permanezcan en el mercado para realizar diversas inversiones, quiere decir que es fundamental contar con recursos para realizar proyectos e inversiones que nos fomenten al crecimiento empresarial, dado que eso incluye mejorar productos, invertir en maquinarias, infraestructura, en publicidad, e innovar en nuestros servicios.

De este modo, el objetivo en el giro de abarrotes del mercado mariscal Cáceres es determinar de qué manera el financiamiento fomentaría el crecimiento empresarial, estos dos factores se ven relacionados, pero solo la falta de uno de ellos, hace que los puestos de abarrotes no tengan los resultados que desean, y eso conlleva a que se encuentre estancados y apagados en el mercado empresarial.

En esta investigación queremos sugerir la financiación como una herramienta para que las empresas crezcan en apoyo a este factor, que en ocasiones ayuda e impulsa a los negocios a cumplir con metas y obligaciones, esto no quiere decir que una empresa no pueda subsistir con sus propios recursos, sino que le tomara más tiempo en juntar el dinero que se requiere o necesita.

Entonces, si se utiliza el financiamiento nos servirá para muchas cosas no solo para invertir o realizar proyectos, sino también para obtener capital de trabajo, para operaciones diarias dentro de un ciclo financiero, entre otras cosas que se requiera, en otras palabras, puede servirnos para reforzar los puntos vulnerables de la empresa.

En este sentido, con la finalidad de hacerle frente a esta problemática se sugiere analizar e implementar, el financiamiento y el crecimiento empresarial en el giro de abarrotes del mercado mariscal Cáceres, puesto que se necesita ajustar varios factores y su capital propio no es suficiente para impulsar al desarrollo de sus negocios.

Para ello se ha investigado diferentes tesis relacionadas a nuestras variables:

Zapata (2015). En su tesis titulada **“Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector abarrotes del asentamiento humano nueve de octubre, provincia Sullana, año 2015”**. Chimbote – Universidad Católica Los Ángeles tesis para obtener el título de Contador Público.

En el presente trabajo se evaluó los factores que toman en cuenta las organizaciones pequeñas a la hora de realizar algún tipo de financiamiento mediante sistema bancario, los tipos otorgados fueron el de corto plazo y largo plazo, para la realización de nueva infraestructura y adquisición de muebles capaces de producir en menor tiempo desarrollando el área productiva; el tipo de metodología utilizada para el desarrollo de esta tesis es el diseño de investigación no experimental.

Regalado (2016). En su tesis titulada **“El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Navismar E.I.R.L. Chimbote, 2014”**. Chimbote – Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tesis para la obtención del título profesional de Contador Público.

El financiamiento en una organización es de vital importancia, por ello influye de manera directa y positiva en cada una de las áreas, considerando que esto es esencial para la ampliación mediante mayor cantidad de ingresos. El tipo de investigación a utilizar es de tipo no experimental descriptiva; mediante el tipo de recolección de información realizada por cuestionarios.

Suarez (2018). En su tesis denominado **“Impactos del financiamiento para las MYPES en el sector comercio en el Perú: Caso Negocios del Valle Service Express S.A.C.”** realizada en la Universidad de Piura, facultad de Ciencias Económicas y empresariales para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas.

El tema principal de este trabajo es poder analizar a esa fuente de ingreso para el Perú y como realiza su financiamiento que opciones considera apropiado para sus crecimientos; analizando que consecuencias y retribuciones tiene específicamente

en Negocios del Valle. La metodología utilizada fue no experimental y la recopilación de datos mediante cuestionario.

Ortuño (2017) En su tesis denominada **“Oportunidades y retos que ofrece la financiación alternativa para el tercer sector social en un entorno Smart city”**. Barcelona- España, Universidad Abat Oliba CEU tesis para la obtención del doctorado en la facultad de economía.

El presente trabajo busca estudiar la desigualdad tecnológica que existe en la ciudad de Barcelona, considerando que se busca incluir, integrar y volver de manera sostenible los proyectos que se realizaran mediante un análisis y evaluación. Validando los diversos medios para poder financiar sus proyectos realizando un correcto diagnóstico de la situación actual. El tipo de metodología usado en este programa de doctorado en humanidades y ciencias sociales es de carácter mixto, debido a que usa la recopilación de datos cuantitativos y el análisis cualitativo; el tipo de recolección de información fue la entrevista.

Buela, Bermúdez y Otros (2012) en la revista electrónica de metodología aplicada con título **“Productividad y eficiencia en investigación de 2010: relación con la financiación de las comunidades autónomas españolas”** realizado en Cataluña, Universidad de Granada.

Esto analiza la calidad de las principales fortalezas que tienen las entidades u organizaciones considerando el factor principal en su desarrollo mediante la financiación y desarrollo de este tipo de comunidades analizando su eficiencia y productividad, mediante la relación existente de cada una de ellas y su financiación.

Bernuy (2018), en la tesis titulada **“Crecimiento empresarial de las Mypes del sector y calzado de Trujillo que han sido beneficiados con los servicios de CITEccal Trujillo en el año 2017”**, universidad cesar Vallejo – Perú, para obtener el título profesional de licenciada en administración.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la gestión financiera y empresarial, para el conocimiento de su materia prima, la productividad y la creación de un plan

de servicios. Por otro lado, la tesis es un diseño de investigación no experimental con diseño transaccional o transversal descriptivo, en cuanto al crecimiento empresarial han identificado el proceso productivo con la ayuda de CITEccal, donde no solo se crean producto, sino que reciben capacitaciones constantes y charlas informáticas sobre las diversas gestiones que ayudaran al crecimiento empresarial.

Cabrera (2017), en la tesis titulada **“factores asociados para el crecimiento empresarial de la Mype de la galería El Rey, distrito la victoria, 2017”**, universidad Cesar Vallejo – Perú, para obtener el título profesional de contador público.

Esta investigación tiene como objetivo analizar los factores que condicionan el crecimiento empresarial, para ello menciona cuatro factores primordiales, en primer lugar, el control interno, en segundo lugar, el financiamiento, en tercer lugar, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en cuarto lugar, el avance tecnológico, asimismo esta tesis es de tipo de investigación no experimental explicativo y finaliza ratificando que el financiamiento es soporte para el crecimiento empresarial.

Calderón y Cieza (2015), en la tesis titulada **“factores determinantes de acceso al crédito bancario y su influencia en el crecimiento de Mype mochica – Lambayeque 2015”**, universidad de Señor de Sipán – Perú, para obtener el título profesional de contador público.

Esta investigación tiene como objetivo conocer la realidad financiera, factores de accesos al crédito bancario y los indicadores de crecimiento, para ello han elaborado la tesis de investigación no experimental y la metodología es descriptivo simple, en consecuencia, para obtener un crédito bancario debes analizar todo el entorno económico, así desarrollará estrategias para el crecimiento empresarial, finalmente todo crédito ayuda mejorar la economía de las empresas y de las familias.

Carrillo (2015), en su tesis titulada **“La gestión financiera y la liquidez de la empresa Azulejos Pelileo”** (tesis pregrado). Universidad técnica de Ambato. Ambato, Ecuador.

Tiene como objetivo principal mejorar la gestión financiera de la empresa, por lo que representa un diseño no experimental, y nivel descriptivo, para la recolección de datos se optó por emplear como técnica, la encuesta, donde se obtuvo información económica de forma confiable y oportuna, para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se tuvo como población y muestra a los empleados del área financiera, con el que se pudo obtener los datos verídicos, la cual facilito inconvenientes existes; con los resultados obtenidos se pudo identificar, que la gestión de la empresa en estudio, no se maneja de forma óptima.

Bustamante y Feijóo (2015), en la tesis titulada **“formulación de estrategias de crecimiento empresarial para imprenta graficas Feijóo”** universidad Politécnica Salesiana Ecuador - Ecuador, para obtener el título de ingeniero comercial.

Esta investigación tiene como objetivo posicionarse en la mente de sus clientes y competir directamente, de esa manera atraer a la clientela de la competencia, así mismo diseñar productos a la expectativa del cliente, para que se sientan satisfecho con el servicio, también aplicaron estrategias de administración que son herramientas para alcanzar las metas, por ello, se recomendó remodelar el espacio de atención al usuario y organizar el ambiente de trabajo donde funciona la empresa.

Terán (2015), en su tesis titulada **“Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil”** Universidad de Guayaquil – Ecuador, para obtener el título de Magister en Finanzas y Proyectos Corporativos.

La tesis tiene como objetivo fomentar el mejoramiento del control de actividades operativas, esto se da a raíz de un plan estratégico de capacitación, para así poder obtener el crecimiento empresarial y con ello poder disminuir la informalidad en Guayaquil. Así mismo, se usó metodología cualitativa y cuantitativa de campo; para ello se utilizaron varios métodos entre ellos el sistémico, en este se usó los

instrumentos de encuesta y entrevista, debido al resultado de las encuestas se concluyó que la informalidad sigue en aumento.

Arauz, Lanuza y Pineda (2016), en la tesis titulada **“Incidencia del crédito en el crecimiento empresarial de los socios de Cooperativa de Ahorro y Crédito Moderna R.L del Municipio de La Trinidad en el primer período del 2015”** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN Managua, Seminario de graduación para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Esta investigación nos muestra como incide el crédito para un crecimiento empresarial, para ello se realizó un estudio explicativo, realizando la técnica de recolección de datos que incluyo entrevistas y encuestas, asimismo el crecimiento empresarial de los socios es eficaz, pero las empresas desarrollan estrategias para el logro de los objetivo, por lo tanto se concluye que gracias al buen uso del crédito se puede garantizar el pago de cuentas, de esta manera se llevara un eficiente trabajo por parte de los socios, que han sabido administrar el crédito para un crecimiento empresarial.

Dentro de nuestras variables de trabajo tenemos las siguientes definiciones como:

Sánchez, Téllez y Morales (2015) nos dice que Financiación que se define como una herramienta que sirve para obtener mejores resultados dentro de una empresa, ya que esta facilita la ampliación y mejoramiento del producto y/o servicio a ofrecer, considerando la inversión de fuente externa o interna que permite un rendimiento adecuado.

Feld y Medelson (2015) menciona la financiación para las organizaciones pequeñas es muy escasa por ello optan por otros medios que permitan la realización de negociaciones, llegando a un conceso en que todos puedan salir beneficiados.

Soler (2016) muestra la financiación reflejada en un caso muy particular la comunidad valenciana, la cual se encontraba pasando por un mal momento

económicamente y tuvo que acceder a financiación externa el cual le permitió volver a ser solvente y expandirse.

López-Cózar y Priede (2015) indican que para poder iniciar un proyecto empresarial, las fuentes de financiamiento u obtener recursos, son por parte del ahorro del emprendedor sin embargo si no es suficiente el dinero de este recurre a préstamos de personas cercanas como son sus familiares y amigos que se ven impulsados a apoyar la idea debido al vínculo amical o familiar.

Bertoni y Otros (2015) dice que: los comerciante y emprendedores en todo Latinoamérica se dejan llevar por un patrón establecido que tiene un alto nivel de influencia con lo emocional, por ello se ven afectados los recursos dentro del negocio y requieren de fuentes de financiación alternativas para su desarrollo y crecimiento.

Vera, Melgarejo y Mora (2014) durante el estudio realizado sobre la financiación en pymes colombianas, indica muchos de los factores financieros por lo cual se ven afectados los comerciantes y del cual desacelera su desempeño en el mercado. La financiación como medio alternativo de inversión ayuda a poder mejorar los puntos débiles de la organización.

Aguilar y Cano, (2017) dicen que financiación Propia, son fuentes internas con los que cuenta el negocio, como el aporte del capital o ahorros internos, estas fuentes permiten tener un ingreso diario y una caja chica, pero nada de estos serían posible sin la ayuda de la familia, ya que te ayuda a solventar e invertir en la actividad empresarial

Lira (2009) indica con respecto al financiamiento que tienen las organizaciones al adquirir un medio alternativo para poder cubrir sus necesidades financieras por ello se requiere tener un control dentro de la organización de lo que posee y debería tener , teniendo la información necesaria con respecto del volumen de inversión cuanto fondo interno debe de reinvertir para poder generar ganancias que sirvan para la expansión de la organización.

Ferraro y Goldstein(2010)indica que el financiamiento tiene una repercusión directa en las organizaciones ya que estos tienen finalidades de expansión en el

ámbito productivo, la inserción a mercados con un alto índice de rotación , los cuales están preparados para el desarrollo de potencialidades.

Allen y Richard (2015) menciona que el ahorro es un ingreso de dinero extra que muchas veces sirve para poder invertir o utilizar dentro de una organización, considerando que un ahorro se da por la por el aumento de los ingresos, considerando el hecho que se guarda dinero o se evita gastar para un fin a futuro de disponer para alguna eventualidad. Las empresas en la mayoría de sus casos buscan reinvertir el ahorro y tener un fondo ante cualquier circunstancia no prevista.

Lira (2009) menciona que para realizar el proceso de financiamiento se necesita tener en cuenta factores importantes como es el tiempo del cual se tomara de este y que finalidad tiene si es para financiar un equipo, para ofrecer mas producto o invertir en nuevos rubros, son estos los que deben ser considerados y tomados en cuenta.

Boscán y Sandra (2006) El financiamiento permite a la organización tener mas posibilidades de prevalecer en el mercado debido a que facilita de inversión también es básico, debido a que esto permite la expansión del negocio

Brooks y earl (p. 96) dice que: “Todo dinero que se reciba en pago de mercancías o servicios debe ser protegido de forma que se pueda disponer de los fondos para apagar facturas, los sueldos, y muchas otras obligaciones que tiene una empresa.”

Interamericana (p.3) menciona que la caja chica es un monto de dinero que un negocio tiene para disponer en algún caso que sea pagos menores y en la cual no debe excederse del importe que el dueño establezca. Se iniciará cuando se le da el dinero a una persona para que esta, genere u obtenga un beneficio de ella.

El préstamo familiar es otorgado por parte de un pariente cercano para facilitar el movimiento de dinero y poder agilizar las transacciones dentro de una organización.

Aguilar y Cano (2017) Financiación por terceros es definido como el principio de una deuda donde existe un compromiso de pago que puede ser de corto o largo

plazo, para ello se recurre a los bancos, proveedores y prestamistas, estos son fuente para seguir en actividad puesta en marcha

Gestión, (2014) menciona que el préstamo de terceros puede ser mediante personas naturales, sin embargo esto es considerado como informal para las empresas debido a que tiene que tener respaldo legal , por ello se recalca que la transacción sea mediante una entidad bancaria , considerando que esto en las organizaciones pequeñas como negocios es una actividad rutinaria.

. Gadea, (2016) Entidades Financieras otorgan un préstamo que sirve para poder abastecer y hacer uso adecuado del dinero considerando que esta encierra las líneas de crédito, cabe considerar que esto es ejercido por la actividad bancaria en la mayoría de casos y que esperan una retribución mediante intereses.

Aguilar (2003) Los proveedores son una fuente de financiamiento la cual no genera mucho coste para la empresa debido a que solo se realiza mediante los plazos que puede conceder la otra organización, dando la facilidad para realizar el pago en un plazo mayor es decir un periodo adicional.

Gil(2007) indica que el financiamiento puede realizarse de distintas maneras y que en ocasiones se requiere hacer uso de la utilización de inventarios de la empresa como garantía en caso de no poder cumplir con sus obligaciones.

Van Home (2008) El crédito comercial es aquel que se da mediante proveedores en facilidades de pago, este es un tipo de financiamiento utilizado frecuentemente por los comerciantes en algunas ocasiones considerando que este es más accesible a comparación de las entidades bancarias.

Montes (2014) Prestamistas usureros se define que: “con el fin de obtener una ventaja patrimonial, para sí o para otro, en la concesión de un crédito o en su otorgamiento, renovación, descuento o prórroga del plazo de pago, obliga o hace prometer pagar un interés superior al límite fijado por la ley (...).”

Terán, (2015) nos dice que Crecimiento empresarial es un incremento que se da a través de los rubros de actividades económicas y las buenas decisiones que

estas toman, para ello se realiza el reconocimiento de los factores Interno y Externo, en el caso del interno son oportunidades aprovechadas por la empresa utilizando el emprendimiento, que es el impulso de seguir adelante y alguna dirección del conocimiento, a diferencia del externo es aprovechar las ventas, ganancias, inversión y el ingreso al mercado, el desarrollo se dará dependiendo de cómo se aplique los recursos ; y el buen uso de dichos factores permitirá alcanzar el objetivos

Blázquez, Dorta y Verona, (2006). El crecimiento interno son las oportunidades que se presentan por medios de sus factores internos, esto puede ser por la motivación que siente las personas por alcanzar sus objetivos y así mismo cubrir las debilidades encontradas, por ello deben saber la estructura de su propiedad, ya que esto le permitirá administrar bien su negocio.

Feijóo, (2015). La motivación es la preparación mental para lograr un objetivo o una acción, asimismo muchas personas enfocan su mente para lograr sus planes que pueden ser a corto o largo plazo, para ello tienen como misión el cumplimiento de sus deseos, ya que los empresarios se comprometen a seguir adelante a pesar de las dificultades que puedan existir.

Blázquez, Dorta y Verona (2006) Las gestiones del conocimiento son las capacidades que tiene una persona para afrontar las situaciones difíciles, ya que los factores externos como la globalización no se pueden controlar pero se pueden aplicar estrategias que no afecte el ritmo económico, para ello las personas generaran el valor en la empresa, ya sea ofreciendo un producto de calidad, brindado un buen servicio y capacitando a su personal, de esta manera se podrá lograr el desarrollo empresarial

Manzanera, Antonio (2012) “El emprendimiento es la voluntad de emprender un negocio, de llevar a la práctica una idea empresarial que día de hoy existe en la mente de una persona, es relativamente infrecuente en el ser humano.” (Manzanera, Antonio, 2012 p.6)

Escudero, José M. (2011) El stock de productos nos va a permitir prevenir las cantidades de volúmenes de ventas que tengamos en los meses, semana, días o en alguna campaña, es así que el comerciantes podrá obtener una producción considerable y tal es así que ahorrara con los costos y gastos de almacén, de esa forma hará más fácil la venta al cliente.

Blázquez, Dorta y Verona, (2006) El crecimiento externo es el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan, tanto en las ventas, en las ganancias, en las inversiones, inserción en el mercado, ya que estos indicadores no se pueden controlar, pero se pueden aprovechar aplicando estrategias

La venta es una actividad que realiza un negociante que puede ser un producto o servicio en el entorno económico de su mercado, la venta tiene un factor económico, asimismo la venta puede ser al contado o crédito este acto depende de coordinación con el cliente, finalmente la venta tiene que cubrir las necesidad y expectativas del cliente.

Gaspar (2018) Las ganancias se precisa calculando los ingresos totales de los productos vendidos menos los costos totales, asimismo hay autores que llaman margen bruta o renta bruta pero la fórmula es igual para todos, para ello deben reconocer sus recursos, dado que si realiza un eficiente cálculo, se va lograr obtener la ganancia esperada

Belfort (2016). Las inversiones se dan cuando inician un proyecto de actividad económica y este deben ser analizado en todo el entorno antes de iniciar o asumir un préstamo, además deben firmar un compromiso con ellos mismos en caso las empresas adquieran préstamos en entidades financieras; los asesores ya tienen un estimado de cuanto uno requiere para invertir en mano de obra, equipo y materiales, de tal modo que el empresario debe adoptar la recomendación en su plan de negocio.

Brealy (2007) menciona puntos claves para el procedimiento u obtención de inversión el cual se adquiere mediante estrategias que desarrollan las organizaciones para el correcto funcionamiento, para así poder tener un correcto stock de productos que permita satisfacer las necesidades del mercado, aprovechar las oportunidades que se presentan mediante la aportación de capital para comenzar el ciclo productivo.

López-Prol y Palazuelos (2016) nos muestra el estudio realizado a las organizaciones españolas durante un periodo de tiempo y el punto favorable de la inversión con la rentabilidad, esto quiere decir que la inversión como impulso durante la actividad facilita el crecimiento.

Blázquez, Dorta y Verona, (2006) nos dice que la inserción en el mercado nos brinda dos factores vitales que es el posicionamiento y la eficiencia, para que estos factores sean viables las empresas se tienen que instalarse en la mente del consumidor, en el factor del posicionamiento es la cantidad demandada del producto y en el factor de la eficiencia es el compromiso con el cliente, de manera que si fusionamos estos dos factores se podrá competir y mostrará un resultado positivo para la empresa

Nuestro problema general es:

¿Cuál es el nivel de relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotos en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho- 2019?

Adicional a ello tenemos 4 problemas específicos

¿Cuál es el nivel de relación entre financiación y crecimiento interno del giro de abarrotos en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotos en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre crecimiento empresarial y la financiación propia del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre crecimiento empresarial y financiación por terceros del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019?

El objetivo general es:

Determinar el nivel de relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho- 2019

Los objetivos específicos son:

Determinar el nivel de relación entre financiamiento y crecimiento interno del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019

Determinar el nivel de relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019

Determinar el nivel de relación entre crecimiento empresarial y la financiación propia del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019

Determinar el nivel de relación entre crecimiento empresarial y financiación por terceros del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019

El nivel de justificación que se le dio a nuestro trabajo de investigación se realizó para fomentar el financiamiento para un crecimiento empresarial óptimo, este es un tema amplio dentro de cualquier tipo de entidad, que nos sirve para ver el estado real del negocio, de esta manera nos permitirá reconocer los puntos débiles del establecimiento y se podrá validar los índices de ganancias, por ello se examinara

el grado actual y cuanto crecimiento empresarial han obtenido durante sus actividades.

Esta investigación analizará, si es recomendable el financiamiento para que se dé un crecimiento empresarial, puntos esenciales para el desarrollo de las organizaciones que buscan mejorar y estabilizarse en el mercado. Considerando que el análisis será en el giro de abarrotes del mercado Mariscal Cáceres, que está ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho, este proyecto dará a conocer la relación directa de los elementos a analizar. Para finalizar, este trabajo será de ayuda como herramienta de medición cuando se analicen temas similares que faciliten identificar de manera clara y específica las variables de investigación.

La Hipótesis general será:

Existe relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho- 2019.

Para ellos nuestras Hipótesis específica serán:

Existe relación entre financiación y crecimiento interno del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019

Existe relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019

Existe relación entre crecimiento empresarial y la financiación propia del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho - 2019.

Existe relación entre crecimiento empresarial y financiación por terceros del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho 2019

II. METODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 enfoque

Se realizó un enfoque cualitativo debido a que se va a recopilar y analizar los datos obtenidos de las fuentes de estudio.

2.1.2 tipo

El estudio a realizar es básico porque con dicho proyecto, se tendrá aportes y conocimientos que ayudaran a incrementar las teorías ya existentes.

2.1.3 nivel

Nuestro trabajo de investigación tiene un nivel descriptivo, ya que se quiere conocer las situaciones y actitudes que se tengan a través de la descripción de actividades u objetivos

2.1.4 diseño

Tiene un diseño no experimental porque los datos recopilados no serán manipulados de su contexto natural.

2.1.5 corte

El corte del proyecto es transversal ya que se realiza por el investigador en un único momento.

2.2 Población y muestra:

2.2.1 Población:

La población considerada en este trabajo es la que se estudiará debido a que se busca un análisis de los puestos del mercado Mariscal Cáceres específicamente en el giro de abarrotes y poder analizar qué tipos de financiación utilizan.

2.2.2 Muestra censal

Ramírez (1997) “establece la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.”

Para este trabajo de investigación utilizaremos el 100 % de la población a estudiar debido a que solo cuenta con 50 puestos activos en el giro de abarrotes.

Cant.	Tiendas Comerciales	N° puesto
1	Comercial MARY	44
2	Comercial SUSANITA	155
3	Comercial ANITA	10
4	Comercial MARLENI	159
5	Comercial OLINDA	122
6	Comercial EL MAYORISTA	50
7	Comercial BRAVO	172
8	Comercial CARLOS RAMOS	197
9	Comercial QUISPE	51
10	Comercial BLANCA	4
11	Comercial ELIZABETH	43
12	Comercial JOSELYN	7
13	Comercial MARIA DIAS	16
14	Comercial GLADYS	5
15	Comercial REINA	154
16	Comercial CONSUELO	140
17	Comercial AGULARES	143
18	Comercial LUCY	141
19	Comercial JULIETA	142
20	Comercial AMELIA	151
21	Comercial ELIANNY	150
22	Comercial JULI	113
23	Comercial MANUEL	111

24	Comercial VECINITA	110
25	Comercial AGULAR	109
26	Comercial CESAR POLLITO	2
27	Comercial CHINO	67
28	Comercial MILLITO	66
29	Comercial ABELARDO	72
30	Comercial PEDRITO	179
31	Comercial JUANITA	223
32	Comercial NANIE	184
33	Comercial TITO	191
34	Comercial DIOS ES AMOR	190
35	Comercial YANINA	197
36	Comercial MERY – JOHAM	232
37	Comercial NANCY	228
38	Comercial ANALI	227
39	Comercial LUISITO	224
40	Comercial ICAN	172
41	Comercial CUTINE	223
42	Comercial TRUJILLO	145
43	Comercial BEHYAN	159
44	Comercial LA ECONOMICA	13-14
45	Comercial J Y P	19
46	Comercial PILAR	144
47	Comercial ZUEMY	153
48	Comercial PALOMINO	3
49	Comercial PECHER	302
50	Comercial DINA	350

2.3 Técnica e instrumento de recolección de datos, validación y confiabilidad

2.3.1 Técnica de datos

Las encuestas sirven como técnica de datos que permite una investigación descriptiva, esta facilita la información, debido a que aclara el panorama con las preguntas que son realizadas por el investigador; las personas seleccionadas para la resolución de estas son consideradas como muestra que representa la población

estudiada y permite tener una visión clara acerca de las respuestas que se han obtenido durante este procedimiento. (López y Fachelli, 2015)

2.3.2 Instrumentos de recolección de datos

“. en toda práctica de investigación con encuesta se encuentran: el diseño de la muestra, la construcción del cuestionario, la medición y la construcción índices y escalas, la entrevista, la codificación, la organización y seguimiento del trabajo de campo, la preparación de los datos para el análisis, las técnicas de análisis, el software de registro y análisis, la presentación de resultados.” (López y Fachelli, pg.9)

2.3.3 validez

La validez se entiende a todo aquello que cumple con ciertos estándares, considerando que este sirve como herramienta o instrumento que permite la facilidad de análisis y medición de una determinada variable. Considerando que este tiene gran relevancia durante la investigación. (Hernández, Fernández y Bautista, 2014, p.1)

Juicio de expertos: La relevancia otorgada a una participación como juez indica que es una labor fundamental ya que te permite tener una visión más clara y acerca de lo que se debe tener en cuenta eliminado aquello que no tiene importancia, incorporar todo lo que sea útil y modificar aquellas ideas que se encuentran desfasadas. Las opiniones sirven para realizar el análisis profundo (Robles y Rojas, 2015)

2.3.4 Confiabilidad

La tabla de Estadísticas de fiabilidad nos permite saber cuánto actualmente tiene de fiabilidad nuestro tema y si es coherente o no en relación a lo que preguntamos. Considerando que este Alfa de Crombach, tiene mediciones que permite establecerlo mediante rangos, que mientras más cerca a (-1 o 0) quiere indicar que no es confiable (0.76 a 0.89) este indica que es de fuerte confiabilidad y si llega al (0.9 a 1) quiere indicar que es altamente confiable.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,847	,873	30

Fuente: SPSS Vs 25

Al observar este grado de fiabilidad que se obtuvo mediante una operación en la aplicación denominada SPSS vs.25 podemos ver que nuestro trabajo se encuentra dentro del rango de fuertemente considerable y que cuenta con 30 elementos.

2.4 Procedimiento

2.4.1 Método de análisis de datos

El análisis de la información recopilada nos permite procesar, recadar y poder presentar cada uno de las variables delimitando cada propósito. Estos fueron analizados mediante SPSS vs.25 considerando dos variables a estudiar.

Variable I: Financiación es cuando una empresa tiene un financiamiento y obtiene mejores resultados ya que este facilita la ampliación y mejoramiento del producto y/o servicio a ofrecer, considerando la inversión de fuente externa u interna que permite rendimiento el adecuado. (Sánchez, Téllez y Morales, 2015)

Dimension1: Financiación Propio, son fuentes internas con los que cuenta el negocio, como el aporte del capital o ahorros internos, estas fuentes permiten tener un ingreso diario y una caja chica, pero nada de estos serían posible sin la ayuda

de la familia, ya que te ayuda a solventar e invertir en la actividad empresarial (Aguilar y Cano, 2017, p.62).

Dimension2: Financiación de Terceros, es el principio de una deuda donde existe un compromiso de pago que puede ser de corto o largo plazo, para ello se recurre a los bancos, proveedores y prestamistas (usureros), estos son fuente para seguir en actividad puesta en marcha (Aguilar y Cano, 2017, p.63).

Variable II: Crecimiento Empresarial, es el desarrollo que realizan con sus rubros de actividades económicas y las buenas decisiones que toman las personas encargadas del negocio, para ello se realiza el reconocimiento del Crecimiento Interno y Externo (Terán, 2015, p.21).

Dimensión 1: Crecimiento Interno, son las oportunidades que se presentan por medios de sus factores internos, esto puede ser por la motivación que siente las personas por alcanzar sus objetivos asimismo cubrir las necesidades que carecen, por ello deben saber la estructura de su propiedad, ya que esto le permitirá administrar bien su economía (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p.5).

Dimensión 2: Crecimiento Externo, es el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan y de qué manera se presenta, se puede decir en las ventas, en las ganancias, en las inversiones, inserción en el mercado, ya que estos indicadores que no se pueden controlar, pero se pueden aprovechar aplicando estrategias del crecimiento interno (Blázquez, Dorta y Verona, 2006)

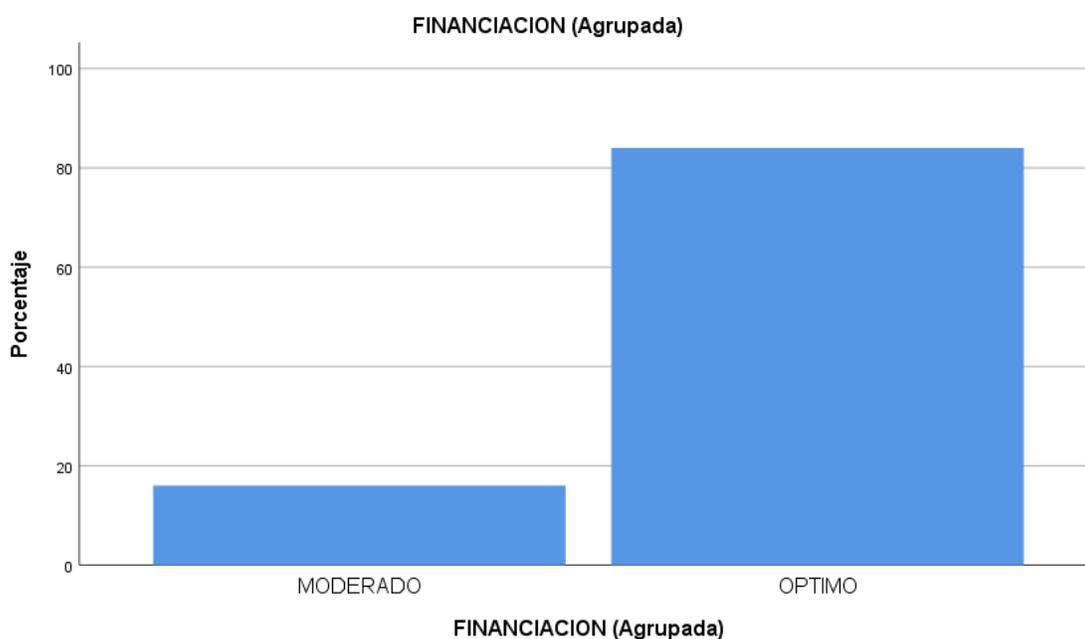
III. RESULTADOS

3.1 Resultados descriptivos

TABLA DE FINANCIACION (Agrupada)

FINANCIACION (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MODERADO	8	16,0	16,0	16,0
	OPTIMO	42	84,0	84,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

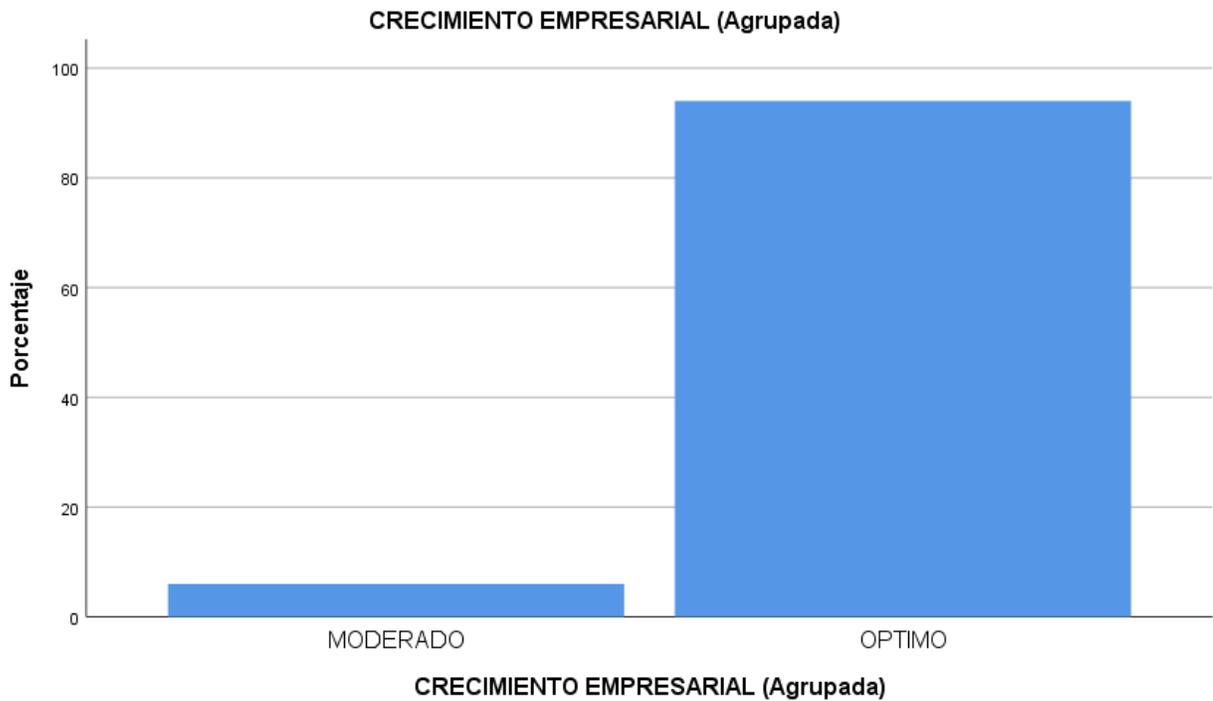


La financiación en la población total encuestada que es de 50 puestos proporciona informa elemental para la investigación que se desea realizar. En la tabla y el grafico nos muestra que un porcentaje de la población es de 16% es decir que solo esa cantidad realizo una financiación en su negocio de manera moderada, sin embargo, el 84% considero que realizar este procedimiento se desarrolla de manera óptima.

TABLA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)

TABLA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MODERADO	3	6,0	6,0	6,0
	OPTIMO	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



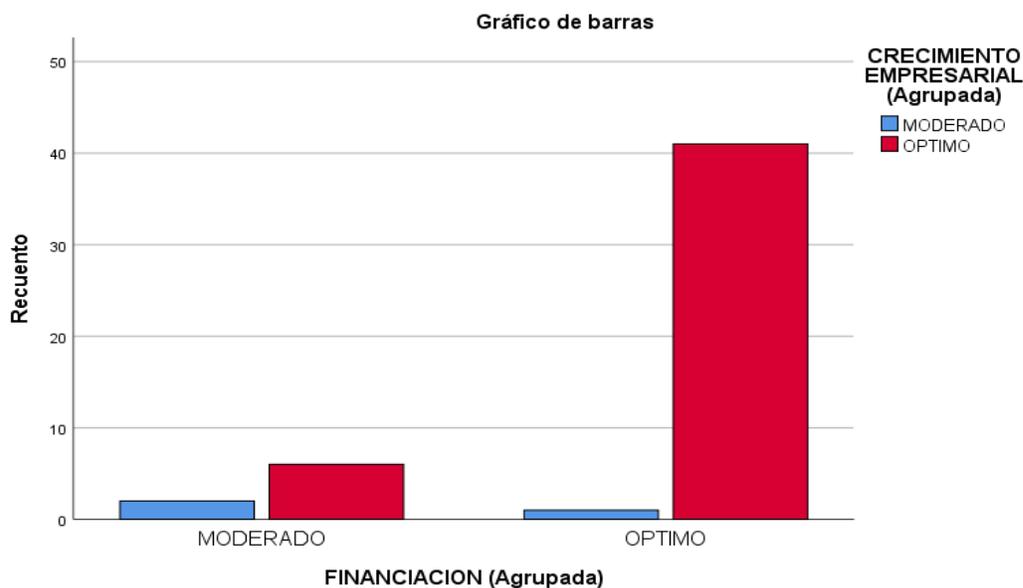
En el mercado Mariscal Cáceres se observa en la tabla y el grafico, que el 6% solo tuvo un crecimiento empresarial moderado y que el 94% restante desarrollo un crecimiento óptimo; debido a que se emplearon diversos tipos de financiación que favorecieron la prevalencia y desarrollo del negocio.

TABLA CRUZADA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL Y FINANCIACIÓN

Tabla cruzada FINANCIACION (Agrupada)*CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)

Recuento

		CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)		Total
		MODERADO	OPTIMO	
FINANCIACION (Agrupada)	MODERADO	2	6	8
	OPTIMO	1	41	42
Total		3	47	50



INTERPRETACIÓN

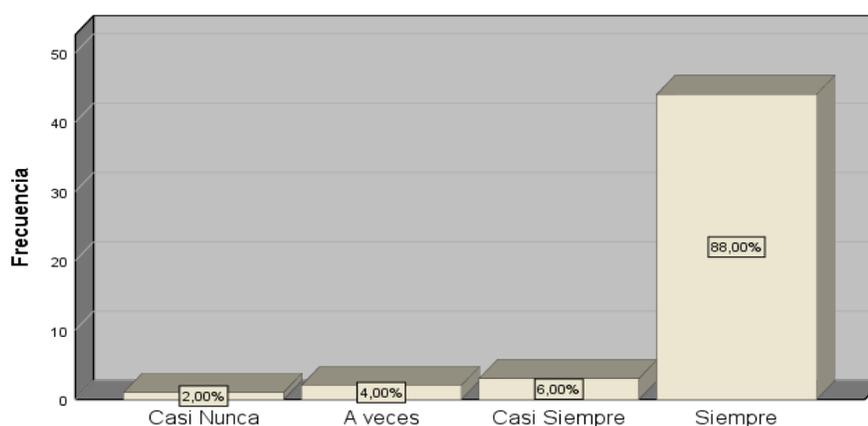
Al analizar el crecimiento empresarial y la financiación en la tabla y el gráfico nos proporciona que el existe 3 puestos que tuvieron un crecimiento moderado, sin embargo los 47 restantes indicaron que su crecimiento fue óptimo, por lo cual se asume que las decisiones tomadas por el grupo optimo fue eficaz y eficiente.

1. Los ahorros son un importante medio de financiamiento empresarial

Tabla I. Ahorro como financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLID O	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	2	4,0	4,0	6,0
	CASI SIEMPRE	3	6,0	6,0	12,0
	SIEMPRE	44	88,0	88,0	100,0
	TOTAL	50	100,0	100,0	

Los ahorros son un importante medio de financiamiento empresarial



Los ahorros son un importante medio de financiamiento empresarial

Fuente: SPSS Vs.25

INTERPRETACIÓN

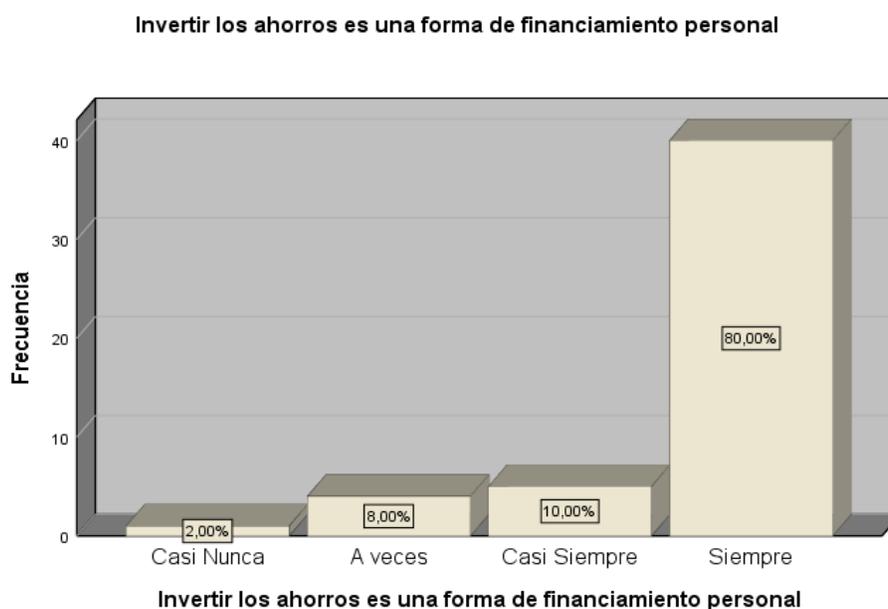
El 88% de las personas encuestados en el giro de abarrotes piensan que los ahorros son importantes como medio de financiamiento empresarial, mientras que el 6% de los encuestados dicen que casi siempre los ahorros sirven como financiamiento empresarial, mientras tanto el 4% de los encuestados dicen a veces el ahorro es un medio de financiamiento y solo el 2% de los encuestados piensan que los ahorros casi nunca son importantes como medio de financiamiento empresarial.

2. Invertir los ahorros es una forma de financiamiento personal

Tabla II. Ahorro como inversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	4	8,0	8,0	10,0
	Casi Siempre	5	10,0	10,0	20,0
	Siempre	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25



INTERPRETACIÓN

El 80% de los encuestados dicen que invertir los ahorros es una forma de financiamiento personal, mientras que el 10% dice casi siempre invierten sus ahorros como financiamiento personal, simultáneamente el 8% de los encuestados nos dice a veces invierten sus ahorros como financiamiento personal y el 2% de los encuestados nos dice que casi nunca invierten sus ahorros como una forma de financiamiento personal.

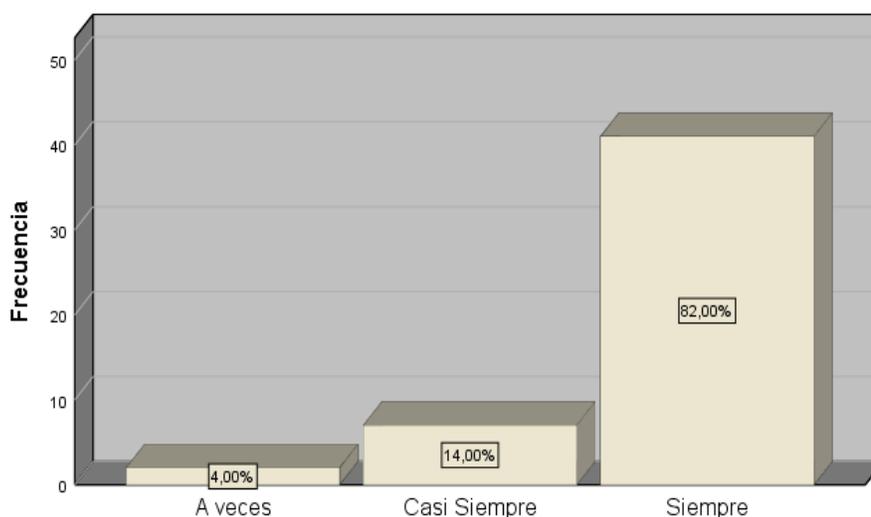
3. Se acumula los montos de los ingresos diarios para futura transacciones

Tabla III. Ingresos diarios como provisión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	4,0	4,0	4,0
	Casi Siempre	7	14,0	14,0	18,0
	Siempre	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Se acumula los montos de los ingresos diarios para futura transacciones



Se acumula los montos de los ingresos diarios para futura transacciones

INTERPRETACIÓN

El 82% de las personas encuestadas dicen que acumulan sus montos de los ingresos diarios para futura transacciones, mientras 14% de los encuestados piensan que casi siempre es bueno guardar parte del ingreso para realizar transacciones a un periodo determinado, pero el 4% indica que solo a veces acumula los ingresos diarios ya que este puede ayudar a solventar futuras transacciones.

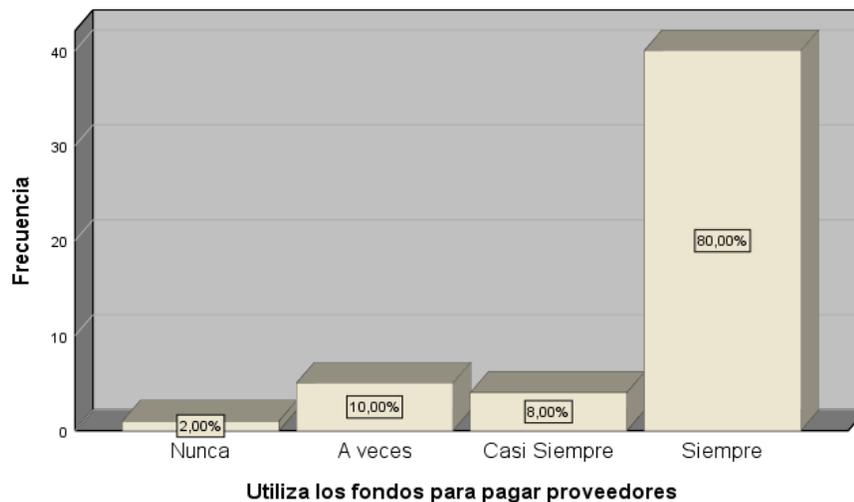
4. Utiliza los fondos para pagar proveedores

Tabla IV. Fondos para pagos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	5	10,00	10,0	12,00
	Casi siempre	4	8,00	8,0	20,00
	Siempre	40	80,00	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Utiliza los fondos para pagar proveedores



INTERPRETACIÓN

El 80% de los encuestados utiliza fondos para pagar proveedores, mientras el 8% de los encuestados nos dice que casi siempre utiliza sus fondos para pagar a los proveedores, y solo el 10% de los encuestados no responde que a veces utilizan sus fondos para pagar a sus proveedores, pero el 2% restante de los encuestados nos menciona que nunca utiliza sus fondos para pagar a sus proveedores

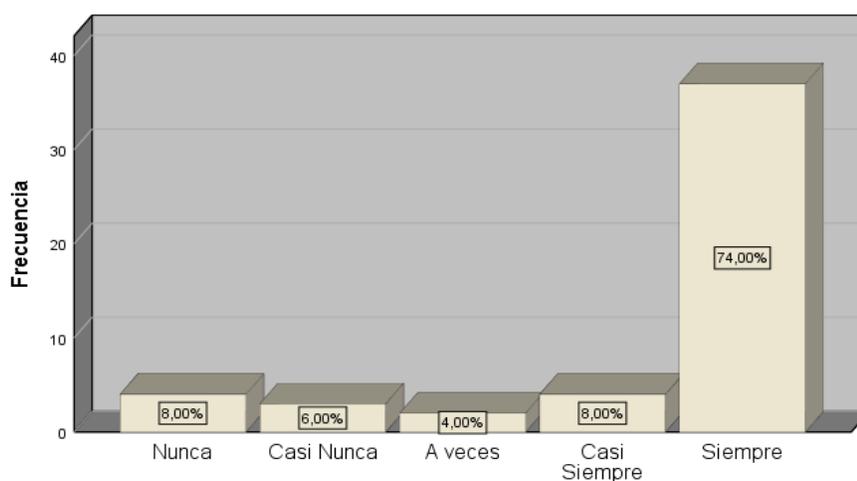
5. Acepta dinero de un familiar para financiar su negocio

Tabla V. Préstamo familiar como financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	14,0
	A veces	2	4,0	4,0	18,0
	Casi siempre	4	8,0	8,0	26,0
	Siempre	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Acepta dinero de una familiar para financiar su negocio



Acepta dinero de una familiar para financiar su negocio

INTERPRETACIÓN

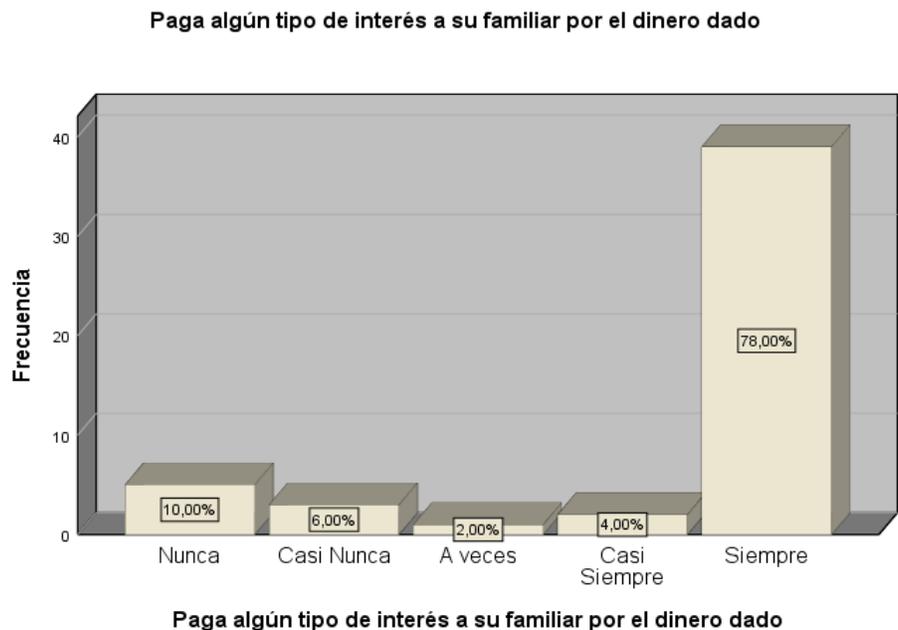
El 74% de las personas encuestadas nos dice que siempre acepta dinero de un familiar para financiar su negocio, mientras que el 8% de los encuestados casi siempre acepta dinero de un familiar para financiar su negocio, mientras tanto el 4% de los encuestados a veces acepta dinero de un familiar, el 6% de los encuestados nos dice que casi nunca y el restante 8% nunca aceptaría el dinero para financiar su negocio por parte de un familiar-

6. Paga algún tipo de interés a su familiar por el dinero dado

Tabla VI. Tasa de interés por préstamo familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	10,0	10,0	10,0
	Casi Nunca	3	6,0	6,0	16,0
	A veces	1	2,0	2,0	18,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	22,0
	Siempre	39	78,0	78,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25



INTERPRETACIÓN

El 78% de los encuestados siempre paga algún tipo de interés a su familiar por el dinero dado, mientras el 4% de los encuestados casi siempre pagan algún tipo de interés a su familia, el 2% de las personas encuestadas a veces paga algún tipo de interés, el 6% y 10% casi nunca y nunca han pagado algún tipo de interés a un familiar.

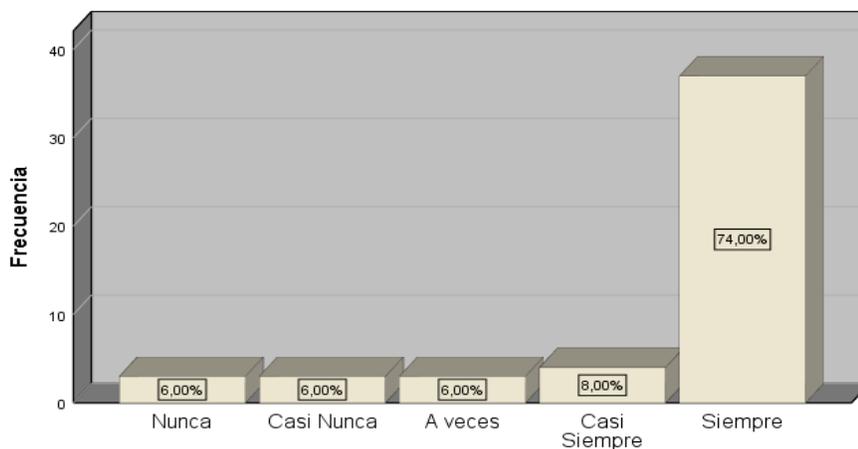
7. Cuando pide un préstamo para financiar su negocio le piden demasiados requisitos

Tabla VII. Requisitos excesivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	12,0
	A veces	3	6,0	6,0	18,0
	Casi siempre	4	8,0	8,0	26,0
	Siempre	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Quando pide un préstamo para financiar su negocio le piden demasiado requisitos



INTERPRETACIÓN

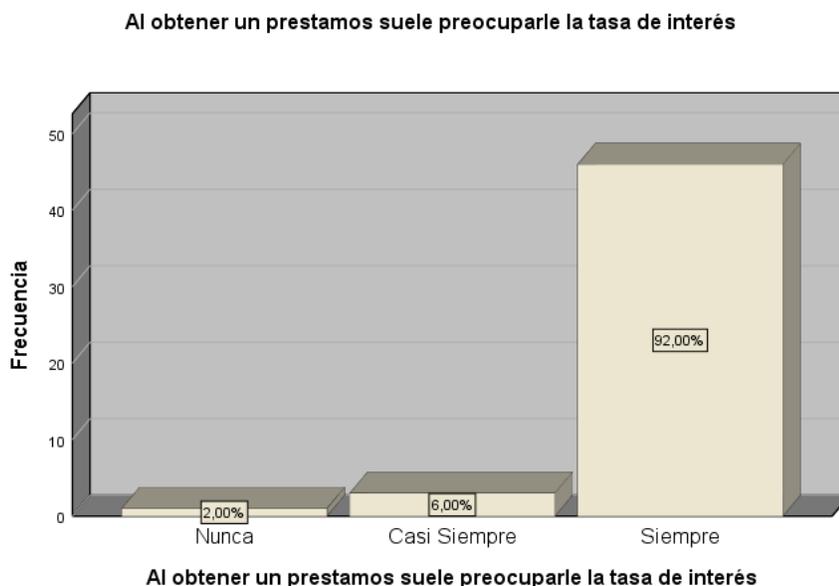
El 74% de las personas encuestadas siempre le solicitan requisitos en exceso para poder brindarle un préstamo para financiar su negocio, mientras el 8% de las personas encuestadas indican que casi siempre no requieren de muchos requisitos para obtener un prestamos, mientras tanto el 4% de los encuestados nos dice que a veces le piden algunos requisitos, y el solo el 6% de las personas encuestadas nos dice que casi nunca le piden requisitos para financiar su negocio. Sin embargo, el 8% indica que nunca se le pidió ningún requisito ya que él contaba con análisis crediticio dentro de la organización a solicitar.

8. Al obtener un préstamo suele preocuparle la tasa de interés

Tabla VIII. Importancia de la tasa de interés

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi siempre	3	6,0	6,0	8,0
	Siempre	46	92,0	92,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25



INTERPRETACIÓN

El 92% de los encuestados siempre suele preocuparle la tasa de interés y el otro 6% de los encuestados casi siempre se preocupa por la tasa de interés, mientras tanto el 2% de los encuestados nunca se preocupa en obtener una tasa interés por los préstamos.

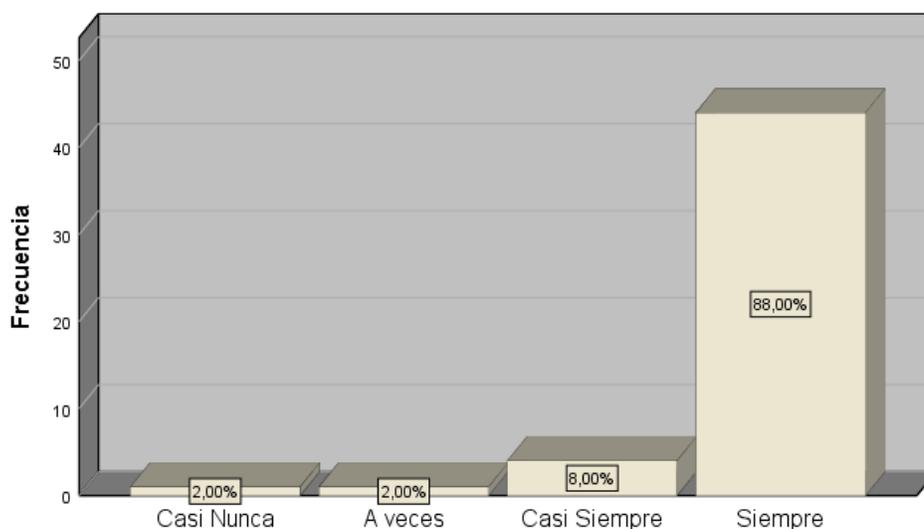
9. El proveedor suele emitirle factura al momento de dejar la mercadería

Tabla IX. Información sobre facturación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	1	2,0	2,0	4,0
	Casi Siempre	4	8,0	8,0	12,0
	Siempre	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

El proveedor suele emitirle factura al momento de dejar la mercadería



INTERPRETACIÓN

El 72% de los encuestados menciona que el proveedor suele emitirle una factura en el momento que deja la mercadería, mientras tanto el 8% de los encuestados nos dice casi siempre suele dejar factura, asimismo el 8% de los encuestados nos dice que a veces suelen otorgarle factura por las mercaderías, y solo el 4% de los encuestados casi nunca reciben facturas, mientras el 8% de los encuestados nunca han recibido factura por parte de su proveedor por las mercaderías.

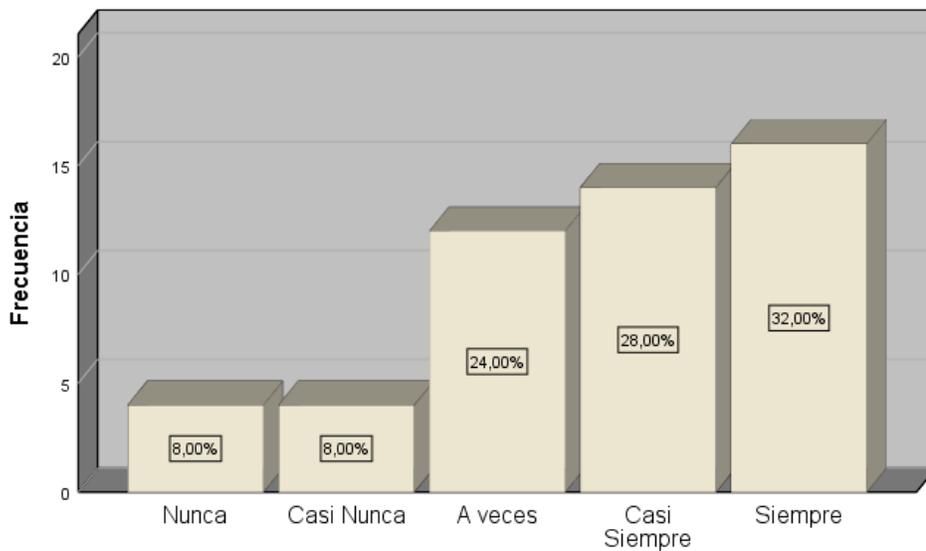
10. Los proveedores ofrecen el crédito a un corto plazo.

Tabla X. Crédito de proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,0	8,0	8,0
	Casi Nunca	4	8,0	8,0	16,0
	A veces	12	24,0	24,0	40,0
	Casi Siempre	14	28,0	28,0	68,0
	Siempre	16	32,0	32,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.25

Los proveedores ofrecen el crédito a un corto plazo



INTERPRETACIÓN

El 82% de los encuestados menciona que nunca los proveedores le ofrecen crédito a un corto plazo, y solo el 2% de los encuestados casi nunca han obtenido crédito por parte de sus proveedores, mientras tanto el 6% de los encuestados a veces suele obtener crédito con sus proveedores, mientras el 10% de los encuestados menciona que los proveedores siempre le ofrecen el crédito a un corto plazo.

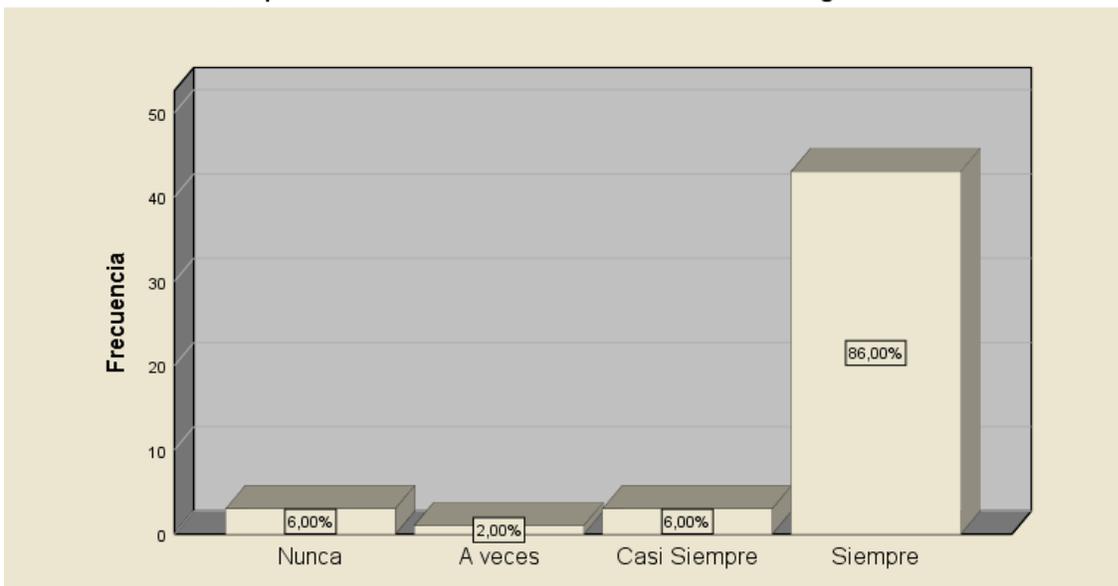
11. Los prestamistas usureros les brindan dinero fácil sin garantías.

Tabla XI. Préstamo de usureros sin garantías.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	A veces	1	2,0	2,0	8,0
	Casi Siempre	3	6,0	6,0	14,0
	Siempre	43	86,0	86,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Los prestamistas usureros les brindan dinero fácil sin garantías



INTERPRETACIÓN

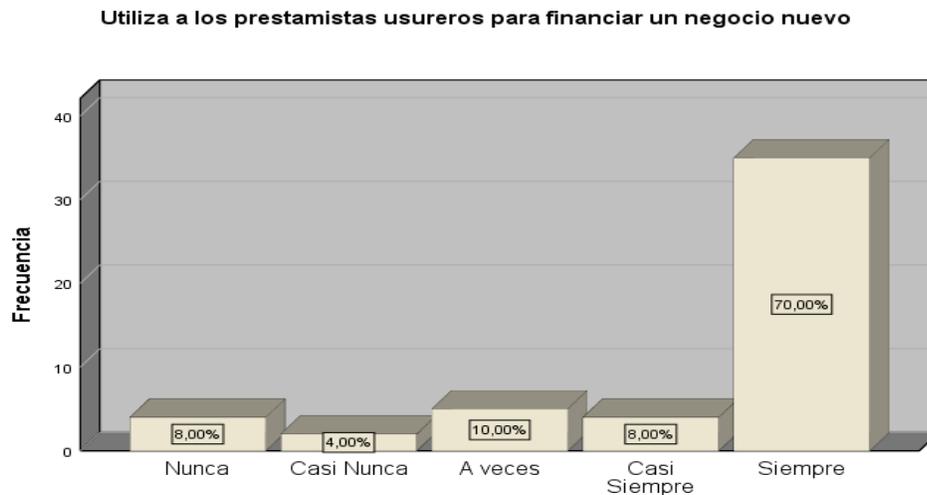
El 88% de los encuestados nos dice que los prestamistas nunca le brindan el dinero fácil y sin garantía, mientras el 2% menciona casi nunca y a veces los prestamistas les brindan el dinero fácil y sin garantía, mientras tanto el 8% de los encuestados nos dice que los prestamistas siempre le brindan dinero fácil sin garantía.

12. Utiliza a los prestamistas usureros para financiar un negocio nuevo

Tabla XII. Financiamiento para negocio nuevo mediante usureros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,0	8,0	8,0
	Casi Nunca	2	4,0	4,0	12,0
	A veces	5	10,0	10,0	22,0
	Casi Siempre	4	8,0	8,0	30,0
	Siempre	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25



INTERPRETACIÓN

El 86% de los encuestados nunca utiliza a los prestamistas para financiar un negocio nuevo, y solo el 6% de los encuestados a veces utilizan a los prestamistas para un nuevo negocio, mientras el 8% de los encuestados siempre utiliza a los prestamistas para financiar un negocio nuevo.

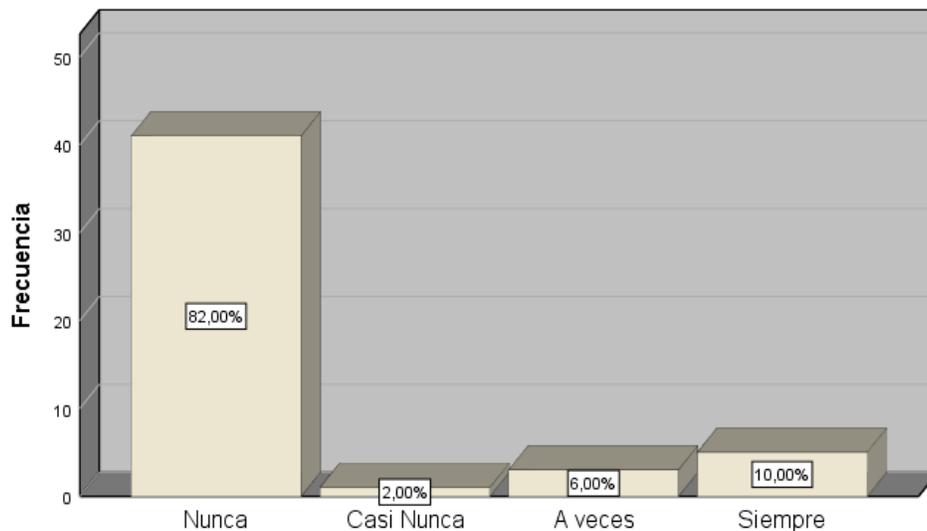
13. Interviene en su financiamiento alguna entidad pública

Tabla XIII. Financiamiento mediante entidad pública

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	41	82,0	82,0	82,0
	Casi Nunca	1	2,0	2,0	84,0
	A veces	3	6,0	6,0	90,0
	Siempre	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Interviene en su financiamiento alguna entidad publica



INTERPRETACIÓN

El 82% de los encuestados indica nunca ha intervenido una entidad pública para su financiamiento, mientras el 2% de los encuestados expreso que casi nunca interviene alguna entidad pública, considerando que el 6% recalca que a veces hubo intervención por parte de alguna entidad pública y solo el 2% de los encuestados menciona que siempre interviene en su financiamiento alguna entidad pública.

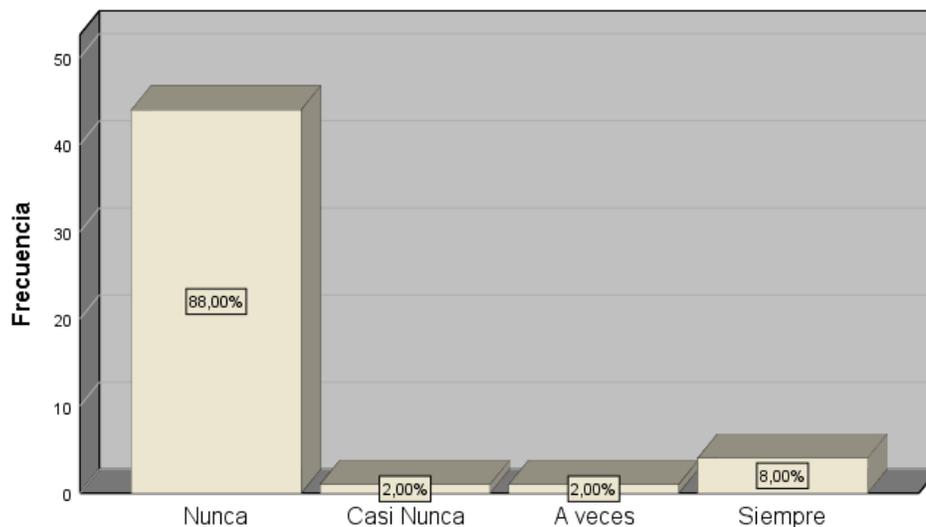
14. Recibe algún apoyo financiero de entidades del estado

Tabla XIV. Apoyo financiero de entidades públicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	44	88,0	88,0	88,0
	Casi Nunca	1	2,0	2,0	90,0
	A veces	1	2,0	2,0	92,0
	Siempre	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Recibe algún apoyo financiero de entidades del estado



INTERPRETACIÓN

El 88% de los encuestados nunca recibe apoyo financiero de entidades del estado, mientras el 2% de los encuestados nos dice casi nunca, a veces han recibido algún apoyo financiero de entidades del estado, mientras tanto el 8% de los encuestados menciona que nunca recibe algún apoyo financiero de entidades del estado.

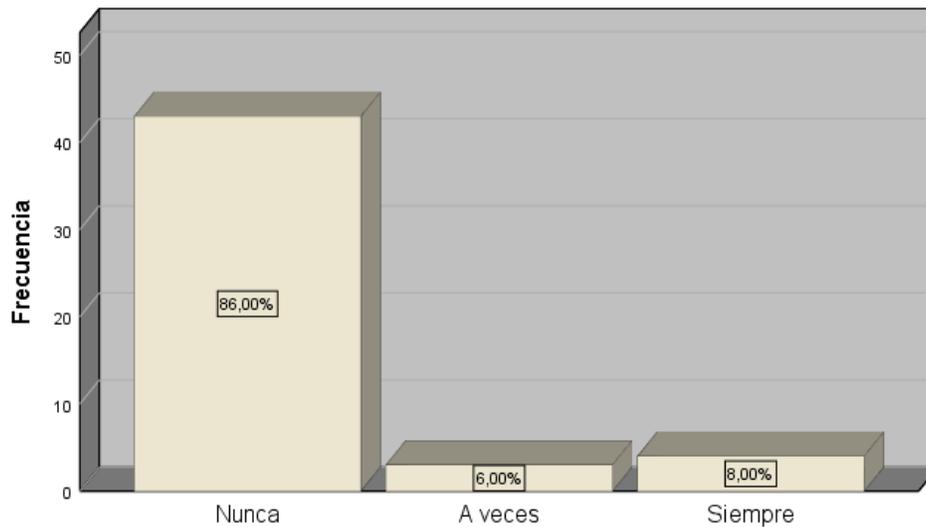
15. Realiza algún pago o aportación del negocio a entidades publicas

Tabla XV. Aportación a entidad del estado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	43	86,0	86,0	86,0
	A veces	3	6,0	6,0	92,0
	Siempre	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

realiza algún pago o aportación del negocio a entidades publicas



INTERPRETACIÓN

El 86% de los encuestados nunca realiza aportaciones a entidades públicas sobre su negocio, mientras el 6% casi siempre realiza pago del negocio a entidades públicas, y solo el 8% a siempre realiza ningún pago o aportación del negocio a entidades públicas.

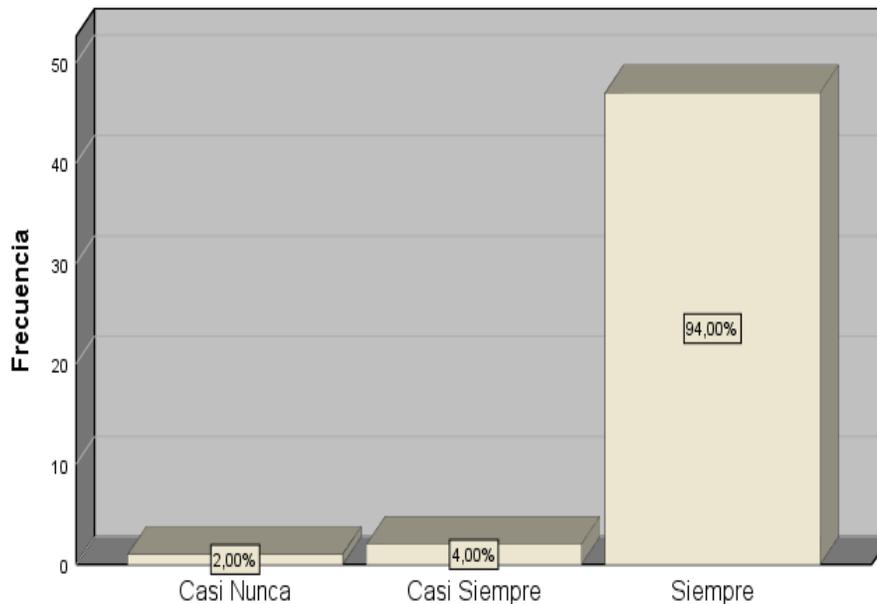
16. Se aplica alguna estrategia para campañas festivas

Tabla XVI .Estrategia para campañas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	6,0
	Siempre	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Se aplica alguna estrategia para campañas festivas



INTERPRETACIÓN

El 94% de los encuestados siempre aplican estrategias para campañas, mientras el 4% de los encuestados casi siempre aplican algunas estrategias, y solo el 2% de los encuestados a veces aplican algunas estrategias para campañas festivas. Este punto es esencial debido a que cuando se conoce los productos y su variabilidad conforme a la temporada permite la ampliación y el desarrollo del local.

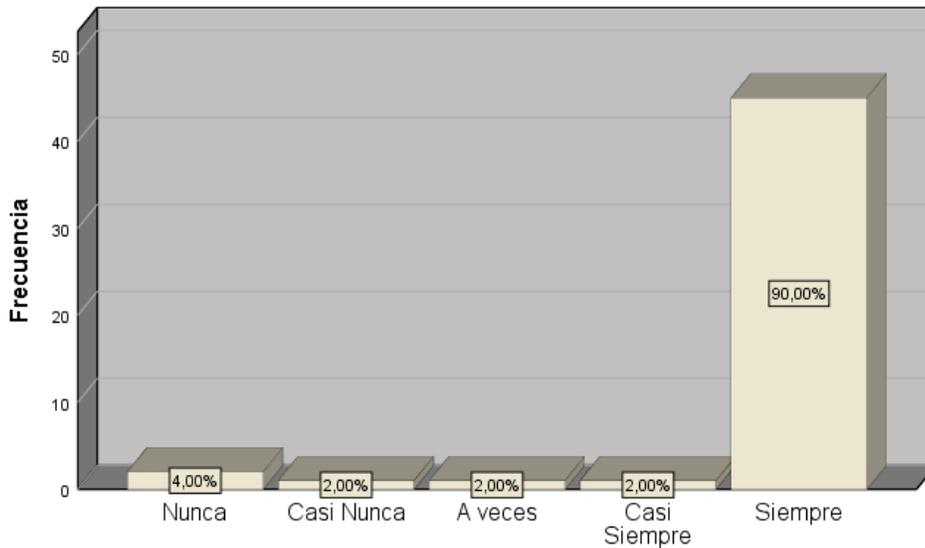
17. Se conoce los puntos débiles del negocio

Tabla XVII. Debilidades conocidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi Nunca	1	2,0	2,0	6,0
	A veces	1	2,0	2,0	8,0
	Casi Siempre	1	2,0	2,0	10,0
	Siempre	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Se conoce los puntos débiles del negocio



INTERPRETACIÓN

El 90% de los encuestados siempre conoce sus puntos débiles del negocio, mientras el 2% de los encuestados a veces, casi siempre, a veces, casi nunca reconocen los puntos débiles del negocio, mientras tanto el 4% de los encuestados no reconocen nunca sus puntos débiles del negocio.

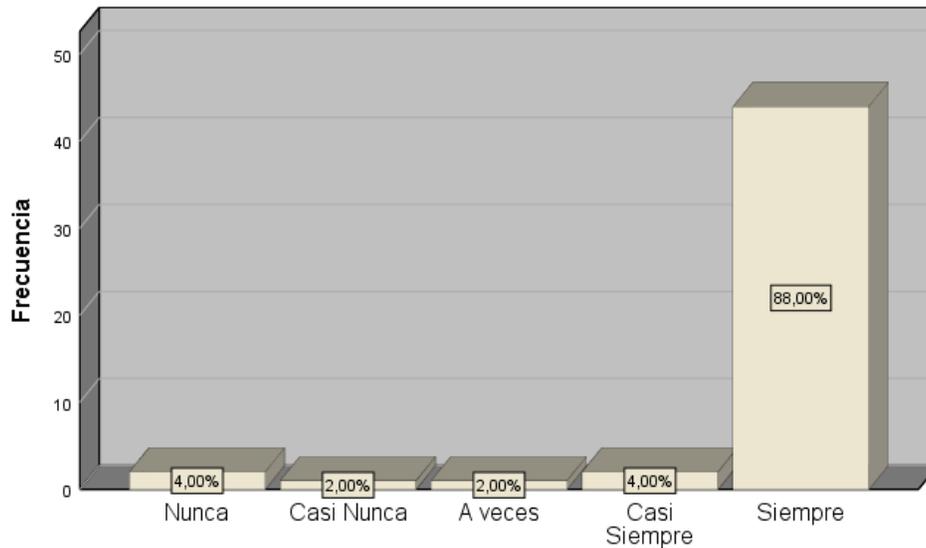
18. Realiza algún informe de las actividades diarias.

Tabla XVIII. Informe de actividades diarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi Nunca	1	2,0	2,0	6,0
	A veces	1	2,0	2,0	8,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	12,0
	Siempre	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Realiza algún informe de las actividades diarias



INTERPRETACIÓN

El 88% de los encuestados siempre realiza y guarda mediante un informe de las actividades diarias para llevar un registro y controlar las mercaderías, mientras que el 4% de los encuestados casi siempre realiza informes de sus actividades diarias, mientras tanto el 2% de los encuestados a veces realiza informes de las actividades, y solo el 2% de los encuestados no realizan ningún informe de sus actividades diarias.

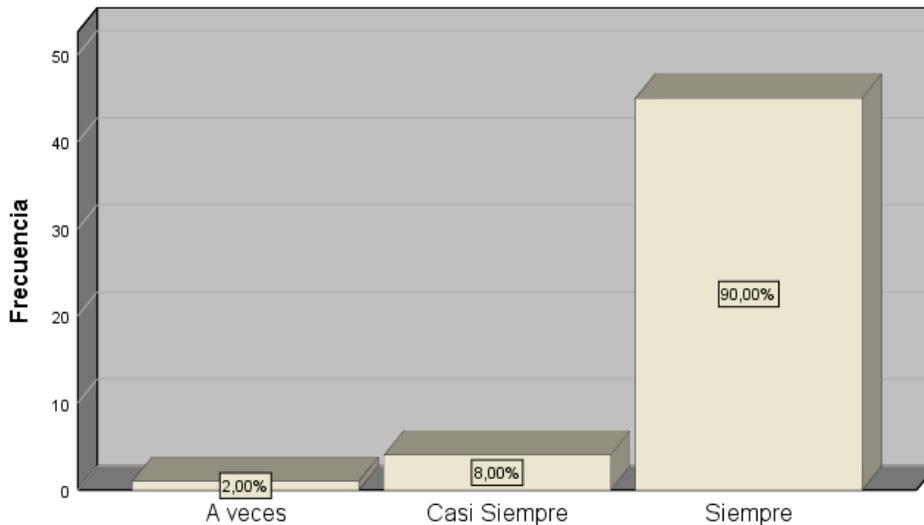
19. Se ha propuesto expandir su negocio

Tabla XIX. Expansión de negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	2,0	2,0	2,0
	Casi Siempre	4	8,0	8,0	10,0
	Siempre	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Se ha propuesto expandir su negocio



INTERPRETACIÓN

El 90% de los encuestados siempre se ha propuesto expandir su negocio debido a que con el pasar del tiempo se observó una evolución, mientras el 8% de los encuestados casi siempre se ha propuesto expandir su negocio, y solo el 2% indicó que a veces se ha propuesto a expandir su negocio, cabe tener en cuenta que muchos de los datos proporcionados están basándose en respuestas que son distintos factores a considerar.

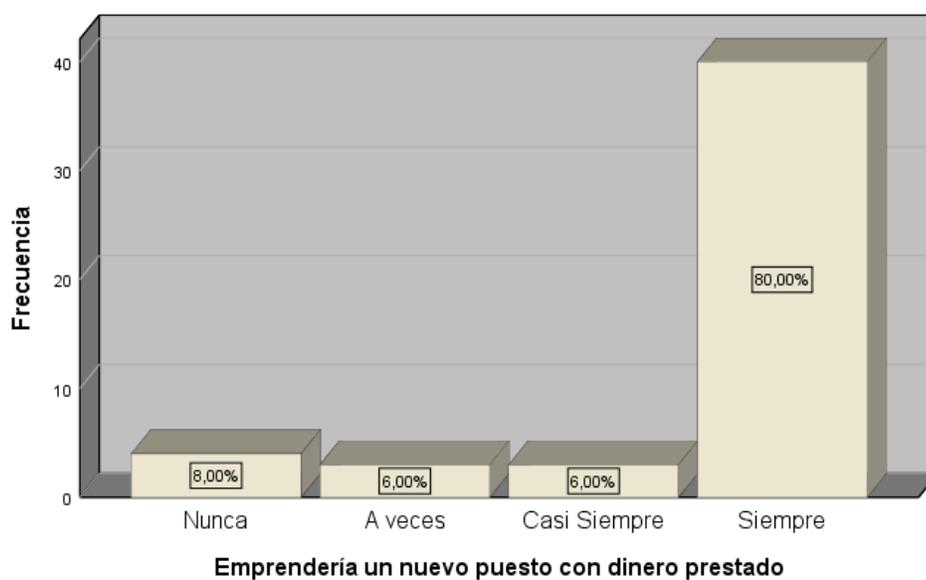
20. Emprande un nuevo puesto con dinero prestado

Tabla XX. Emprandimiento con dinero prestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,0	8,0	8,0
	A veces	3	6,0	6,0	14,0
	Casi Siempre	3	6,0	6,0	20,0
	Siempre	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Emprendería un nuevo puesto con dinero prestado



INTERPRETACIÓN

El 86% de los encuestados dicen que siempre emprenderían un nuevo puesto con dinero prestado, mientras el 6% de los encuestados nos dice que casi siempre emprendería un nuevo puesto, y solo el 6% nos dice que a veces o casi nunca emprendería un nuevo puesto, mientras tanto el 8% de los encuestados nos dice que nunca emprendería un nuevo puesto con dinero prestado.

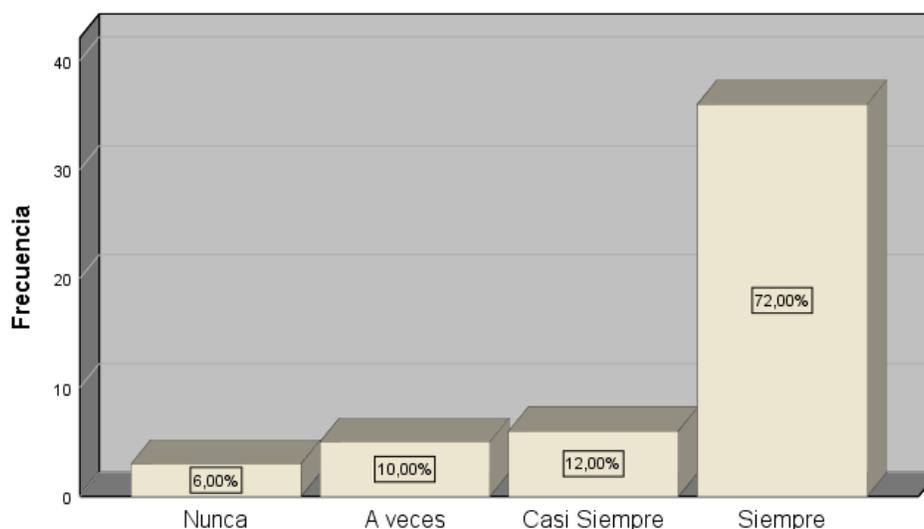
21. El negocio requiere un lugar extra para almacenaje

Tabla XXI. Lugar extra para almacenaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	A veces	5	10,0	10,0	16,0
	Casi Siempre	6	12,0	12,0	28,0
	Siempre	36	72,0	72,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

El negocio requiere un lugar extra para almacenaje



INTERPRETACIÓN

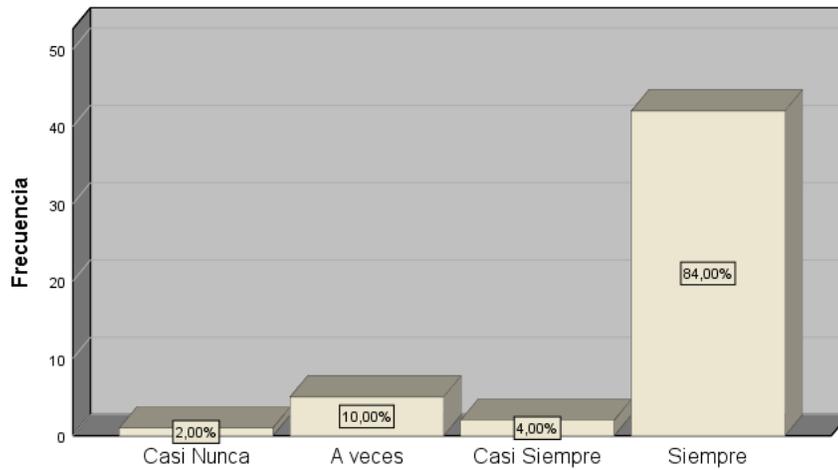
El 72% de los encuestados siempre requiere un lugar extra para almacenaje, mientras el 12% de los encuestados casi siempre requiere un lugar para almacenar, el 10 % de los encuestados nos dice que a veces, y 6% indicaron que nunca requiere un lugar extra para almacenaje.

22. Con la cantidad de productos adquiridos cubre la demanda del cliente

Tabla XXII. Cobertura de demanda.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	5	10,0	10,0	12,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	16,0
	Siempre	42	84,0	84,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Con la cantidad de productos adquiridos cubre la demanda del cliente



Fuente: SPSS Vs.25

INTERPRETACIÓN

Los productos otorgados por los puestos actualmente muestran que el 84% siempre cubre la demanda del cliente, el 4% casi siempre considera alternativas para satisfacer la necesidad del cliente, el 10% y el 2% indican que a veces y casi nunca realizan este tipo de provisión para mantener con la continuidad del negocio.

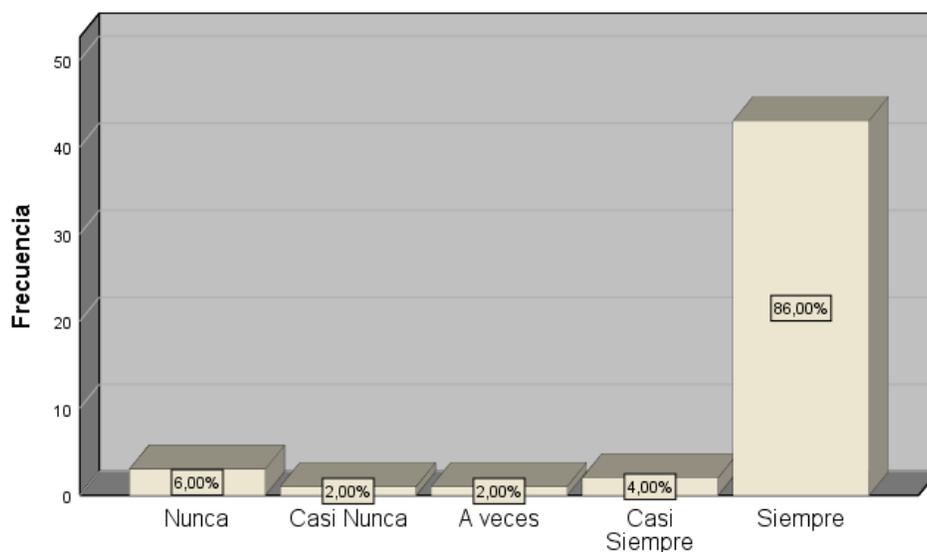
23. Conoce la fluidez de los productos

Tabla XXIII. Fluidez de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Casi Nunca	1	2,0	2,0	8,0
	A veces	1	2,0	2,0	10,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	14,0
	Siempre	43	86,0	86,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Conoce la fluidez de los productos



Conoce la fluidez de los productos

INTERPRETACIÓN

El 86% de la muestra obtenida aclaro conocer siempre la fluidez de productos, el casi siempre con un 4% conoce con qué frecuencia rotan los productos, 2% a veces y casi nunca conocen sobre tu negocio, el 6 % restante establece que nunca llego a conocer la fluidez de productos.

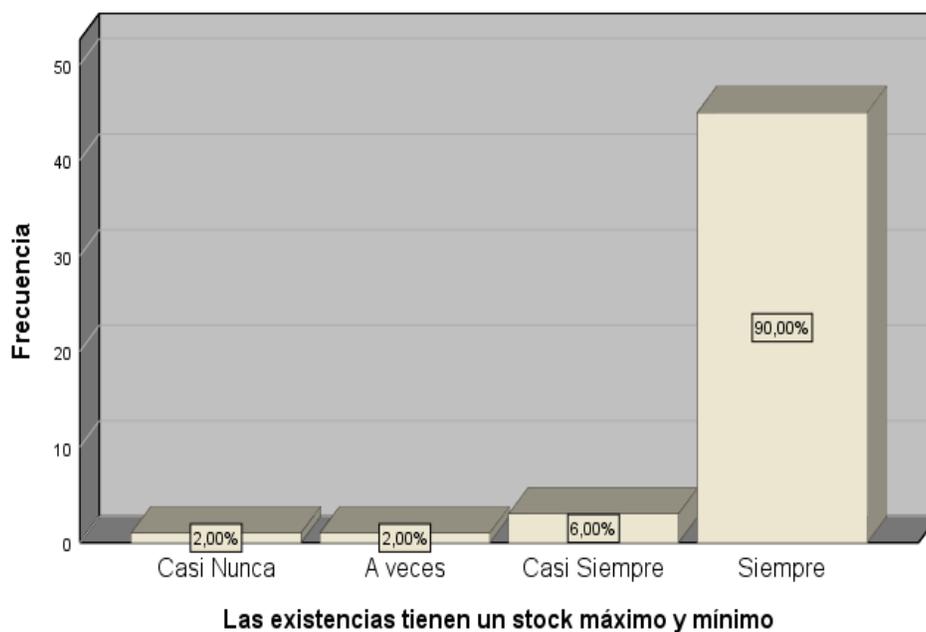
24. Las existencias tienen un stock máximo y mínimo

Tabla XXIV. Mínimo y máximo de stock

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	1	2,0	2,0	4,0
	Casi Siempre	3	6,0	6,0	10,0
	Siempre	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Las existencias tienen un stock máximo y mínimo



INTERPRETACIÓN

El 90% de los encuestados siempre cuentan las existencias con un stock máximo y mínimo, mientras el 6% de los encuestados casi siempre sus existencias tienen un stock adecuado, y solo el 2% de los encuestados nos dice que solo a veces y casi nunca se percatan si las existencias requieren de un stock máximo y mínimo.

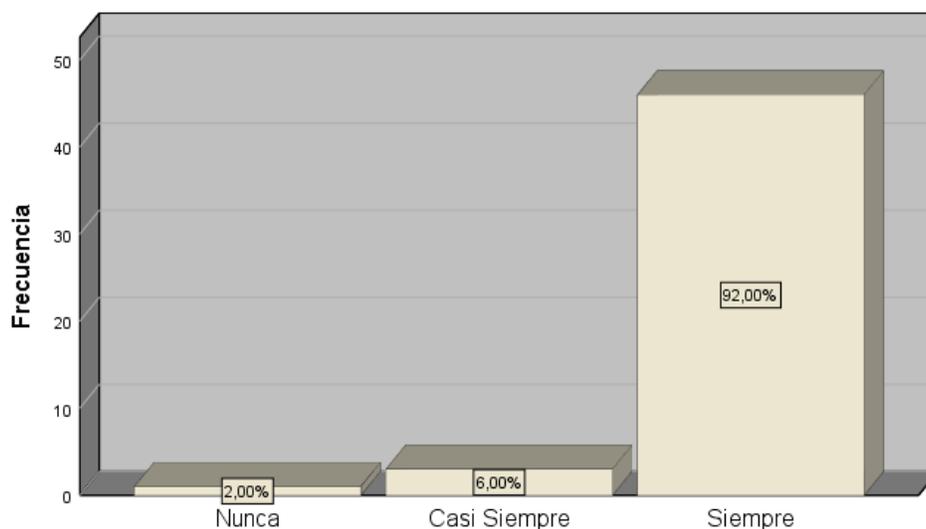
25. El crecimiento del negocio se dio por las ganancias obtenidas

Tabla XXV. Crecimiento por ganancias obtenidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi Siempre	3	6,0	6,0	8,0
	Siempre	46	92,0	92,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

El crecimiento del negocio se dio por las ganancias obtenidas



El crecimiento del negocio se dio por las ganancias obtenidas

INTERPRETACIÓN

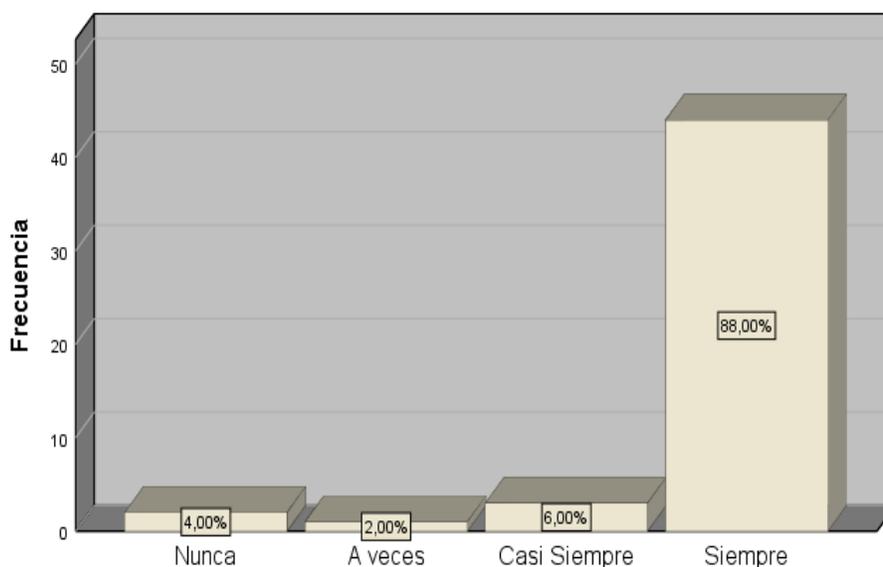
El 82% de encuestados expreso que siempre hubo ganancias en su negocio y por ello se pudo hacer crecer el local, el 6% casi siempre indico que casi siempre se dio el crecimiento por ganancias, sin embargo, el otro 2% restante expreso que nunca se realizó debido a que las ganancias eran fluctuantes.

26. Se calcula el importe que se desea invertir.

Tabla XXVI. Importe de inversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	A veces	1	2,0	2,0	6,0
	Casi Siempre	3	6,0	6,0	12,0
	Siempre	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25 **Se calcula el importe que se desea invertir**



Se calcula el importe que se desea invertir

INTERPRETACIÓN

El 88% de los encuestados siempre cubren la demanda con sus productos a los clientes, mientras el 6% de los encuestados casi siempre cubren la demanda por los clientes, y solo el 2% de los encuestados a veces cubren la demanda del cliente, mientras tanto el 4% de los encuestados nunca cubren la cantidad de los productos demandados por los clientes.

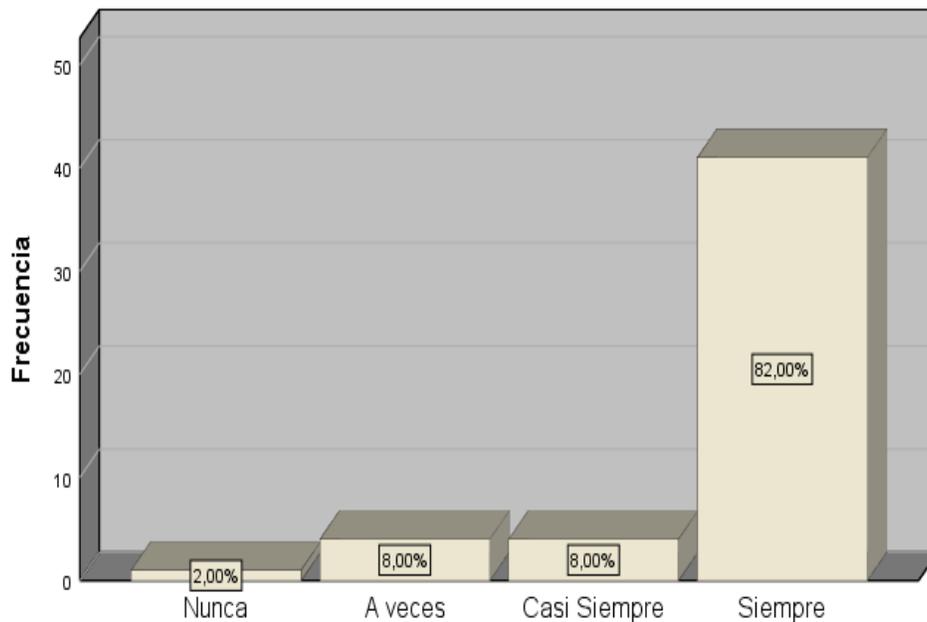
27. Para invertir en un nuevo local se realiza un estudio pertinente

Tabla XXVII. Estudio para nuevo local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	4	8,0	8,0	10,0
	Casi Siempre	4	8,0	8,0	18,0
	Siempre	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Para invertir en un nuevo local se realiza un estudio pertinente



Para invertir en un nuevo local se realiza un estudio pertinente

INTERPRETACIÓN

El 82% de los encuestados siempre analizan un estudio pertinente para invertir en un nuevo local, mientras el 8% de los encuestados casi siempre realiza un estudio para invertir, mientras tanto el 8% de los encuestados a veces realiza un estudio para invertir en un nuevo local, y solo el 2% de los encuestados nunca invierten en un nuevo local ya que no saben realizar un estudio pertinente de su entorno.

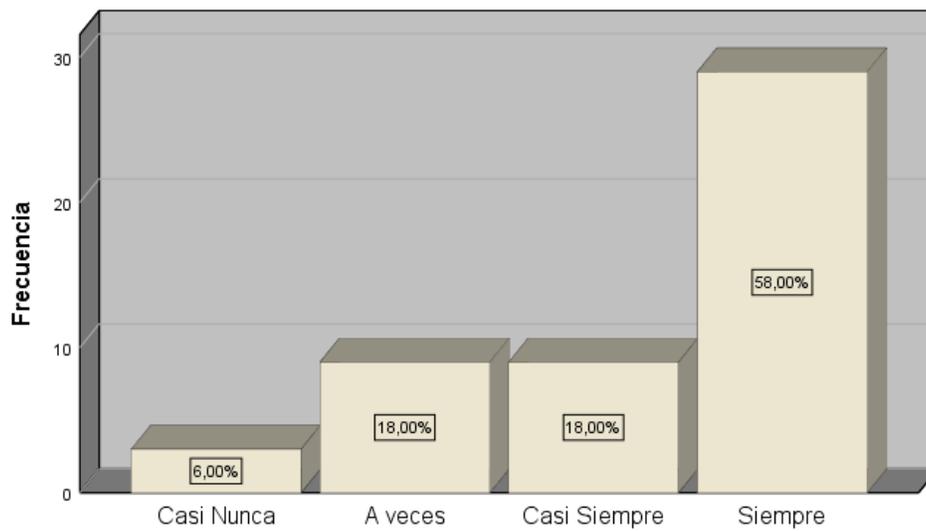
28. Se trabaja adecuadamente los recursos publicitarios

Tabla XXVIII. Recursos Publicitarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	A veces	9	18,0	18,0	24,0
	Casi Siempre	9	18,0	18,0	42,0
	Siempre	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

Se trabaja adecuadamente los recursos publicitarios



Se trabaja adecuadamente los recursos publicitarios

INTERPRETACIÓN

El 58% de los encuestados siempre trabaja adecuadamente con los recursos publicitarios, mientras el 18% de los encuestados casi siempre trabaja adecuadamente con la publicidad, mientras tanto el 18% de los encuestados a veces trabaja adecuadamente con la publicidad, y solo el 6% de los encuestados casi nunca trabajan adecuadamente con los recursos publicitarios.

29. Se pone ofertas y promociones para que el cliente compre más

Tabla XXIX. Ofertas y promociones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	5	10,0	10,0	10,0
	Siempre	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25



INTERPRETACIÓN

El 90% de los encuestados siempre coloca ofertas y promociones para que el cliente compre más, mientras el 10% de los encuestados casi siempre coloca ofertas y promociones para que su público lo consuma. Cabe mencionar que deben considerar este punto ya que, aunque los propietarios no cuentan con estudios superiores para poder poner en ejecución lo aprendido; considerando que el 90% que menciono que siempre incurría en la captación de cliente

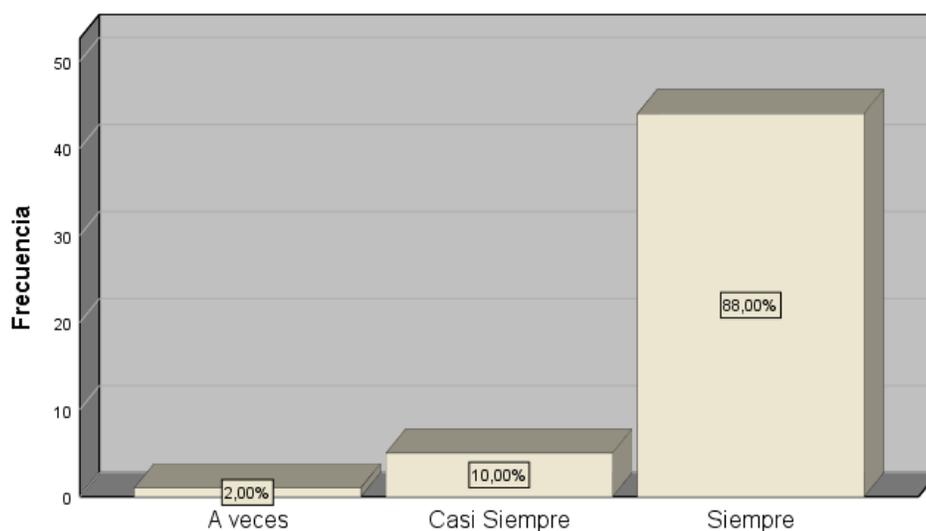
30. El negocio es reconocido y preferido por los clientes

Tabla XXX. Posicionamiento y reconocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	2,0	2,0	2,0
	Casi Siempre	5	10,0	10,0	12,0
	Siempre	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Vs.25

El negocio es reconocido y preferido por los clientes



El negocio es reconocido y preferido por los clientes

INTERPRETACIÓN

El 88% de los encuestados siempre nos menciona que su negocio es reconocido y preferido por los clientes, mientras el 10% de los encuestados nos menciona que casi siempre el negocio es preferido por el cliente, y solo el 2% de los encuestados nos dice que a veces el negocio no es reconocido y preferido por cliente porque son nuevo en el mercado.

3.2. Prueba de normalidad

La financiación de este proyecto será realizada y cubierta en su totalidad por los integrantes investigadores de este trabajo.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FINANCIACION	,166	50	,001	,860	50	,000
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	,277	50	,000	,648	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

INTERPRETACIÓN

La tabla de normalidad muestra si nuestras variables son normales o no, por lo se llega a la conclusión que nuestros datos no son normales porque el valor de significancia en ambas variables es menor 0.05, por lo cual procederemos a realizar la siguiente prueba no paramétrica de Spearman.

3.3 Prueba de hipótesis

La prueba de hipótesis general (formulación de hipótesis estadístico)

H1: Existe relación entre la financiación y el crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado mariscal Cáceres, san juan de Lurigancho - 2019.

H0: No existe relación entre la financiación y el crecimiento empresarial del giro de abarrotes del mercado mariscal Cáceres, san juan de Lurigancho-2019

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H0

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen de error

Tabla XXXI Correlaciones entre Financiación y Crecimiento Empresarial

Correlaciones

			FINANCIACIÓN	CRECIMIENTO EMPRESARIAL
Rho de Spearman	FINANCIACION	Coefficiente de correlación	1,000	,520**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	,520**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

INTERPRETACIÓN

Puesto que el coeficiente Rho de Spearman es 0.520 entonces se está cumpliendo las normas del baremo, además el resultado del nivel de significancia sig. Bilateral es menor a 0.01 por ello la correlación va de menos 1 hasta 1, entonces si la correlación es menos 1 o más 1, eso quiere decir que a correlación es perfecta, asimismo no existe correlación cuando el coeficiente es 0, de modo que a ese tipo de correlación se le llama coeficiente correlativo alta, por esa razón si existe relación entre las variables, como se ha demostrado la financiación se relaciona con crecimiento empresarial y favorece la financiación del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho - 2019.

Tabla XXXII Correlaciones entre Financiación y Crecimiento Interno

Correlaciones

			FINANCIACION	CRECIMIENTO INTERNO
Rho de Spearman	FINANCIACION	Coefficiente de correlación	1,000	,430**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	CRECIMIENTO INTERNO	Coefficiente de correlación	,430**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

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

El coeficiente llamado Rho de Spearman es 0.430 entonces se está cumpliendo las normas del baremo, al análisis realizado se le agrega el resultado del nivel de significancia sig. Bilateral que nos proporciona el aplicativo con un monto de 0,002 que es menor a 0.01 por ello se deduce que existe correlación entre las variables, debido a que el margen preestablecidos va de menos 1 hasta 1, esto indica que la correlación es perfecta, de modo que a ese tipo de correlación se le llama coeficiente correlativo alta, por esa razón si existe relación entre las variables, como se ha demostrado la financiación se relaciona con el crecimiento interno que favorece la financiación del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho - 2019.

Tabla XXXIII Correlaciones entre Financiación y Crecimiento Externo

Correlaciones

			FINANCIACION	CRECIMIENTO EXTERNO
Rho de Spearman	FINANCIACION	Coefficiente de correlación	1,000	,346*
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	50	50
	CRECIMIENTO EXTERNO	Coefficiente de correlación	,346*	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	50	50

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

El coeficiente Rho de Spearman es 0.346 entonces indica que se está cumpliendo las normas del baremo, además el resultado del nivel de significancia sig. Bilateral nos proporciona un monto de 0,014 el cual es menor a 0.01 por ello se afirma que la correlación es la adecuada para este estudio el cual está siendo respaldado por los márgenes establecidos que va de menos 1 hasta 1, si esta se encuentra dentro del rango quiere decir que la correlación es perfecta, asimismo no existe correlación cuando el coeficiente es 0, de modo que a ese tipo de correlación se le llama coeficiente correlativo alta, por esa razón si existe relación entre las variables, como se ha demostrado la financiación se relaciona con crecimiento externo favorece la financiación del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho - 2019.

Tabla XXXIV Correlaciones entre Crecimiento Empresarial y Financiación Propio

Correlaciones

			CRECIMIE NTO EMPRESA RIAL	FINANCIA CIÓN PROPIO
Rho de Spearman	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	1,000	,367**
		Sig. (bilateral)	.	,009
		N	50	50
	FINANCIACIÓN PROPIO	Coeficiente de correlación	,367**	1,000
		Sig. (bilateral)	,009	.
		N	50	50

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

Puesto que el coeficiente Rho de Spearman es 0.430 entonces se está cumpliendo las normas del baremo, además el resultado del nivel de significancia sig. Bilateral nos brinda 0,009 el cual es menor a 0.01 por ello la correlación va de menos 1 hasta 1, eso quiere decir que a correlación es perfecta, asimismo no existe correlación cuando el coeficiente es 0, de modo que a ese tipo de correlación se le llama coeficiente correlativo alta, por esa razón si existe relación entre las variables, como se ha demostrado el crecimiento empresarial se relaciona con financiación propio que favorecen la financiación del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho - 2019.

Tabla XXXV Correlaciones entre Crecimiento Empresarial y Financiación por terceros

Correlaciones

		CRECIMIENTO EMPRESARIAL		FINANCIACIÓN POR TERCEROS	
Rho de Spearman	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,471**	
		Sig. (bilateral)	.	,001	
		N	50	50	
	FINANCIACIÓN POR TERCEROS	Coefficiente de correlación	,471**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,001	.	
		N	50	50	

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

Al analizar el coeficiente Rho de Spearman nos indica el monto de 0.471 el cual significa que se está cumpliendo con las normas del baremo, además el resultado del nivel de significancia sig. Bilateral nos brinda que es 0,001 es menor a 0.01 por ello la correlación va de menos 1 hasta 1, eso quiere decir que a correlación es perfecta, asimismo no existe correlación cuando el coeficiente es 0, de modo que a ese tipo de correlación se le llama coeficiente correlativo alta, por esa razón si existe relación entre las variables, como se ha demostrado que el crecimiento empresarial se relaciona con financiación por terceros que favorecen la financiación del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho - 2019.

IV. DISCUSIÓN

Nuestro trabajo de investigación tienes como objetivos determinar de qué manera el financiamiento fomenta el crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el

mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho – 2019. Para realizar esta investigación se utilizó la encuesta como instrumento, la cual conto con 30 preguntas todas relacionadas a nuestras variables, dimensiones e indicadores; nuestra población del giro de abarrotes del mercado Mariscal Cáceres fue de 73 puestos pero de los cuales solo 50 puestos estaban activos en funcionamiento es por ello que optamos por dar el instrumento al 100% de los puestos activos; empleamos el SPSS versión 25 para nuestras respuestas y el alfa de cron Bach para poder medir la confiabilidad, donde nos arrojó 0.847 que nos demuestra que el nivel de confiabilidad es óptimo.

En cuanto a los resultados obtenidos, financiación se relaciona con entidades financieras que favorecen al crecimiento empresarial en el giro de abarrotes del mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho – 2019, es por ello, que ratificamos que el presente trabajo si se relaciona con los contenidos mencionados anteriormente.

Según el trabajo elaborado por Zapata (2015), en su tesis titulada “Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector abarrote del asentamiento humano nueve de octubre, provincia Sullana, año 2015. Tiene como conclusión que en las empresas abarroteras que se encontraban en investigación, adquiriría los muebles o máquinas para producir en menor tiempo los productos del área, es por ello que al ser pequeñas empresas no tomaban énfasis en el tiempo de pago del financiamiento solicitado ya que la rentabilidad dependía de su financiamiento. Adicional a ello, en la prueba de la rho spearman los resultados nos corroboran la relación que hay entre las variables en cuestión.

En el trabajo realizado por Regalado (2016). En su tesis titulada “El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Navismar E.I.R.L. Chimbote, 2014, se concluye que el financiamiento en su organización es fundamental, ya que los ayudas de forma directa y positivamente, de esta manera se afirma que si hay relación entre si debido a los resultados dado por la prueba de rho spearman nos firman la similitud.

V. CONCLUSIONES

En el presente trabajo se concluyó que el financiamiento es un instrumento que fomenta el crecimiento empresarial, para los comerciantes del mercado Mariscal Cáceres en el giro de abarrotes, ya que podrán tener más beneficios económicos, asimismo su ingreso mejorara la calidad de vida y gozarán de beneficio físico, social y emocional.

Se determinó que el uso de préstamos en las entidades financieras es un buen recurso para expandir el negocio de abarrotes en el mercado mariscal Cáceres, debido a que, aunque pagan intereses cuenta con plazos según la necesidad.

Se analizó que las ventas es un estímulo para los comerciantes, ya que podrán cubrir y pagar los préstamos otorgados, asimismo será beneficio para el crecimiento del negocio, de manera que los comerciantes tendrían más oportunidades económicas, y le permitirá cumplir nuevas estrategias para fortalecer sus ventas.

De los 50 encuestados hemos observado que existen aún personas o negocios en porcentaje menor que no establece alguna medida para poder generar más dinero, ya que este rubro siempre debe estar abastecido y tener provisionado cuando existen temporadas donde la demanda es mucho mayor.

Finalmente, el crecimiento empresarial si garantiza ganancias, debido a que si se vende habrá utilidades, adicionando que con promociones y ofertas el producto sale más rápido y los clientes demandan productos comestibles para la elaboración de sus comidas.

VI. RECOMENDACIONES

La recomendación para la unidad estudiada es que puedan tener una visión más amplia de los factores que influyen para su crecimiento y expansión del negocio. No desaprovechar los puntos potenciales para generar ingresos y tener en consideración cada punto débil para mejorarlo y así tener mejor competitividad en el mercado.

Se debe considerar la formalización para tener sustento que avale sus ingresos, así los préstamos solicitados serán más factibles, la evaluación será más fácil y la tasa de interés la más adecuadas.

Se debería llevar un registrado de los movimientos para tener una visión más concreta de los movimientos realizados durante la actividad diaria, así se evitara el desabastecimiento de los productos.

Se sugiere implementar los medios de financiación para utilizarlo en mejora del negocio y lograr el desarrollo y crecimiento anhelado.

Se recomienda al presidente del mercado Mariscal Cáceres que se organicen para crear días de promociones, como hacen algunos supermercados del Perú ejemplo en el Gran Mercado Mayorista celebran "El día de la Ama de Casa", por lo tanto esto ayudara a obtener más ventas al día.

VII. REFERENCIAS

Allen, F y Richard, M. (2015) ***Principio de finanzas corporativas***, Universidad Nacional Internacional de Rioja.

Arauz, Lanuza y Pineda (2016) *Incidencia del crédito en el crecimiento empresarial de los socios de Cooperativa de Ahorro y Crédito Moderna R.L del Municipio de La Trinidad en el primer período del 2015*, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

URL: <http://repositorio.unan.edu.ni/2059/>

Aguilar, K. y Cano, N. (2015) *FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL INCREMENTO DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANCAYO*. Huancayo: Universidad Central del Perú.

Bernuy Borja, Ruddith Julisa (2018) *Crecimiento empresarial de las Mypes del sector y calzado de Trujillo que han sido beneficiados con los servicios de CITEccal Trujillo en el año 2017*, universidad Cesar Vallejo – Perú.

URL: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23927?show=full>

Bertoni, M. y Otros (2015) *Bases para un modelo de estructura de financiamiento en las pyme latinoamericana*. Argentina: Universidad Católica de Córdoba.

Bustamante Vázquez, Byron Felipe y Feijóo Valarezo, Andrea Elizabeth (2015) *Formulación de estrategias de crecimiento empresarial para imprenta graficas Feijóo*, universidad Politécnica Salesiana – Ecuador.

URL: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7838/1/UPS-CT004684.pdf>

Buela, Bermúdez y Otros (2012). ***Productividad y eficiencia en investigación de 2010: relación con la financiación de las comunidades autónomas españolas***. Cataluña: Universidad de Granada.

Brock R. Horace Y Palmer E. Charles (1986), *contabilidad, principios y aplicaciones*. Ediciones reverte SA.

URB:https://www.google.com/search?biw=1280&bih=720&tbm=bks&ei=1I4JXZ_BB YyO5wLCkr1Y&q=fondos+de+la+empresa&oq=fondos+de+la+empresa&g

Comisión económica para América Latina y Caribe – CEPAL Naciones Unidad

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/10996-estado-mercados-financiamiento-desarrollo>

Cabrera Osorio, María Victoria (2017) *factores asociados para el crecimiento empresarial de la mype de la galería El Rey, distrito la victoria*, universidad Cesar Vallejo – Perú.

URL: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/18630>

Calderón Quevedo, Manuel Víctor y Cieza Quiroz, Alejandra Carolina (2015) *Factores determinantes de acceso al crédito bancario y su influencia en el crecimiento de la mype mochica-lambayeque*, universidad de Señor de Sipán – Perú.

URL: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3501>

Carrillo Vasco, Gabriela Alexandra (2015) *La gestión financiera y la liquidez de la empresa Azulejos Pelileo*, Universidad técnica de Ambato. Ambato, Ecuador.

URL: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17997/1/T3130i.pdf>

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

<http://www.opencap.mx/financiamiento-para-empresas-en-crecimiento/>

Drimer, R. (2011). *Teoría del financiamiento*. (1^a ed.). Buenos Aires: Librería editorial Osmar D. Buyatti.

EDUCACONTA, desarrollando información para fortalecer capacidades

www.educaconta.com/2010/12/fondo-de-caja-chica.html?m=1 contabilidad general-
[universidad interamericana de desarrollo](http://www.universidadinteramericana.edu.ve/)

Escudero Serrano Ma José, (2011) *Almacenajes de producto LOE*, Ediciones Paraninfo SA.- 2da edición. España

<https://www.google.com/search?biw=1280&bih=781&tbm=bks&ei=rRgJXbWB8aL5wLux5XQBw&q=STOCK+DE+PRODUCTOS&oq=STOCK+DE+PRODUCTO>

Galicia Alarcón, Liliana Aidé; Balderrama Trápaga, Jorge Arturo y Edel Navarro, Rubén (2017). ***Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual***. Recuperado: <http://dx.doi.org/10.18381/Ap.v9n2.993>

Lira,P.(2009)**Finanzas y Financiamiento**. Peru:Lima

Recuperado:http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf

López-Roldan, P. & Fachelli, S. (2015) **Metodología de la investigación social cuantitativa**.(1ª ed) Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

López-Cózar, C. y Priede ,T.(2015) **Identificación de las principales fuentes de financiación empleadas por la empresa social en la actualidad**. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid

López-Prol, J. & Palazuelos, E. (2016) **La relación entre beneficios e inversión en el crecimiento económico de España 1994-2007**.España: Problemas del desarrollo.

Manzanero Escribano, Antonio (2010) *Finanzas para emprendedores*, Ediciones Deusto

URL:<https://books.google.com.pe/books?id=d8YhFp2OXG4C&printsec=frontcover&dq=que+es+el+emprendimiento+financiero>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2018) *Financiamiento de pymes y emprendedores 2018: un marcador de la OCDE*

URL:<https://www.oecd.org/cfe/smes/SPA-Highlights-Financing-SMEs-and-Entrepreneurs-2018>

Pezo, L. (2018) **Planificación financiera para mejorar la liquidez de una empresa de servicio**. Lima: Universidad Norbert Wiener

Rating Empresarial: Ventajas al Crédito

URL: <http://www.ratingempresarial.com/ventajas-de-la-venta-a-credito/>

Ramírez (1997) *Muestra Censal-marco metodológico*.

URL: virtual.urbe.edu/tesispub/0092506/cap03.pdf

Soler i, V.(2016) **Financiación y modelo económico**. Estudios de economía aplicada: Universidad de Valencia

URL: [file:///C:/Users/Usuario/Documents/ContentServer%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Documents/ContentServer%20(1).pdf)

Suarez (2018) **.Impactos del financiamiento para las MYPES en el sector comercio en el Perú: Caso Negocios del Valle Service Express S.A.C.** Piura: Universidad de Piura - facultad de Ciencias Económicas

Terán rodríguez, Margie Rossana (2015) *Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil*, Universidad de Guayaquil – Ecuador.

URL:<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>

Zapata (2015). **Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector abarrote del asentamiento humano nueve de octubre, provincia Sullana, año 2015**". Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es el nivel de relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho-2019?	Determinar el nivel de relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho-2019	Existe relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho-2019.	<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento <u>Indicadores:</u> Ahorro Ingresos diarios Prestamos de terceros Entidades financieras Proveedores Usureros	1. Método de investigación: Método cualitativo – 2 variables 2. Tipo de investigación: Investigación descriptiva. 3. Diseño de investigación: Diseño no experimental transversal. 4. Población: Los puestos de abarrotes del mercado Mariscal Cáceres es nuestra población 5. Técnicas de recolección de datos: Cuestionario sobre actividad de financiamiento 6. Instrumento: Encuesta a los puestos de abarrotes.
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS		
¿Cuál es el nivel de relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019?	Determinar el nivel de relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019	Existe relación entre financiación y el crecimiento externo del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento Empresarial <u>Indicadores:</u> Motivación Gestión del Conocimiento emprendimiento recursos físicos Ventas Ganancias Inserción en el mercado Inversión	
¿Cuál es el nivel de relación entre crecimiento empresarial y financiación por terceros del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019?	Determinar el nivel de relación entre crecimiento empresarial y financiación por terceros del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019	Existe relación entre financiación y crecimiento interno del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, Distrito de San Juan de Lurigancho -2019		

ANEXO 2:

CUESTIONARIO DE LAS VARIABLES DEL FINANCIACIÓN Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL

INSTRUCCIONES: marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S = Siempre
CS = Casi Siempre
AV = Algunas Veces
CN = Casi Nunca
N = Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Los ahorros son un importante medio de financiamiento empresarial	S	CS	AV	CN	N
2.	Invertir los ahorros es una forma de financiamiento personal	S	CS	AV	CN	N
3.	Se acumula los montos de los ingresos diarios para futura transacciones	S	CS	AV	CN	N
4.	Utiliza los fondos para pagar proveedores	S	CS	AV	CN	N
5.	Acepta dinero de una familiar para financiar su negocio	S	CS	AV	CN	N
6.	Paga algún tipo de interés a su familiar por el dinero dado	S	CS	AV	CN	N
7.	Cuando pide un préstamo para financiar su negocio le piden demasiado requisitos	S	CS	AV	CN	N
8.	Al obtener un prestamos suele preocuparle la tasa de interés	S	CS	AV	CN	N
9.	El proveedor suele emitirle factura al momento de dejar la mercadería	S	CS	AV	CN	N
10.	Los proveedores ofrecen el crédito a un corto plazo	S	CS	AV	CN	N
11.	Los prestamistas usureros les brindan dinero fácil sin garantías	S	CS	AV	CN	N
12.	Utiliza a los prestamistas usureros para financiar un negocio nuevo	S	CS	AV	CN	N

13.	Interviene en su financiamiento alguna entidad publica	S	CS	AV	CN	N
14.	Recibe algún apoyo financiero de entidades del estado	S	CS	AV	CN	N
15.	realiza algún pago o aportación del negocio a entidades publicas	S	CS	AV	CN	N
16.	Se aplica alguna estrategia para campañas festivas	S	CS	AV	CN	N
17.	Se conoce los puntos débiles del negocio	S	CS	AV	CN	N
18.	Realiza algún informe de las actividades diarias	S	CS	AV	CN	N
19.	Se ha propuesto expandir su negocio	S	CS	AV	CN	N
20.	Emprendería un nuevo puesto con dinero prestado	S	CS	AV	CN	N
21.	El negocio requiere un lugar extra para almacenaje	S	CS	AV	CN	N
22.	Con la cantidad de productos adquiridos cubre la demanda del cliente	S	CS	AV	CN	N
23.	Conoce la fluidez de los productos	S	CS	AV	CN	N
24.	Las existencias tienen un stock máximo y mínimo	S	CS	AV	CN	N
25.	El crecimiento del negocio se dio por las ganancias obtenidas	S	CS	AV	CN	N
26.	Se calcula el importe que se desea invertir	S	CS	AV	CN	N
27.	Para invertir en un nuevo local se realiza un estudio pertinente	S	CS	AV	CN	N
28.	Se trabaja adecuadamente los recursos publicitarios	S	CS	AV	CN	N
29.	Se pone ofertas y promociones para que el cliente compre más	S	CS	AV	CN	N
30.	El negocio es reconocido y preferido por los clientes	S	CS	AV	CN	N

ANEXO 3

Validación de expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Jorge Luis Flores Bravo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de Bachiller de Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: *“financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, 2019”* y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Auditoría, Finanzas, Tributación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma
Cindy Stephanie Bernaola Ramos
DNI: 43487558

Firma
Rut Mery Briceño Heredia
DNI: 72794407

Firma
María Andrea López Rivera
DNI: 46492244

ANEXO 4:

VARIABLES OPERACIONALES

- I. **Variable I:** Cuando una empresa tiene financiamiento obtiene mejores resultados ya que este facilita la ampliación y mejoramiento del producto y/o servicio a ofrecer, considerando la inversión de fuente externa o interna que permite un rendimiento adecuado. (Sánchez, Téllez y Morales, 2015)
 - 1.1 **Dimension1:** Financiación Propio, son fuentes internas con los que cuenta el negocio, como el aporte del capital o ahorros internos, estas fuentes permiten tener un ingreso diario y una caja chica, pero nada de estos serían posible sin la ayuda de la familia, ya que te ayuda a solventar e invertir en la actividad empresarial (Aguilar y Cano, 2017)
 - 1.2 **Dimension2:** Es el principio de una deuda donde existe un compromiso de pago que puede ser de corto o largo plazo, para ello se recurre a los bancos, proveedores y prestamistas, estos son fuente para seguir en actividad (Aguilar y Cano, 2017).

- II. **Variable II:** Es un incremento que se da en los rubros de actividades económicas y las buenas decisiones que estas toman, para ello se realiza el reconocimiento de los factores Interno y Externo, en el caso del interno son oportunidades aprovechadas por la empresa utilizando el emprendimiento, que es el impulso de seguir adelante y alguna dirección del conocimiento, a diferencia del externo es aprovechar las ventas, ganancias, etc., el desarrollo se dará dependiendo de cómo se aplique los recursos ; y el buen uso de dichos factores permitirá alcanzar el objetivos (Terán, 2015, p.21).
 - 2.1 **Dimension1:** El crecimiento interno son las oportunidades que se presentan por medios de sus factores internos, esto puede ser por la motivación que siente las personas por alcanzar sus objetivos y así mismo cubrir las debilidades encontradas, por ello deben saber la estructura de su propiedad, ya que esto le permitirá administrar bien su negocio (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p.5).
 - 2.2 **Dimension2:** El crecimiento externo es el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan, tanto en las ventas, en las ganancias, en las inversiones,

inserción en el mercado, ya que estos indicadores no se pueden controlar, pero se pueden aprovechar aplicando estrategias (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p.8)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: EL CUESTIONARIO ES APLICABLE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Jorge Luis Flores Bravo

DNI: 06053898

Especialidad del validador: Contador-Economista

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 26 de Junio del 2019



Dr. Jorge Luis Flores Bravo

Contador



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador ^{Mgr} Juan Manuel Ponce Caceda
DNI: 07872779

Especialidad del validador: FINANZAS

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 08 de Julio del 2019

Juan Manuel Ponce Caceda
Contador

Observaciones: Revisión Gramática y Ortografía

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador RENTERÍA LAYVA JORGE LUIS

DNI: 07255568

Especialidad del validador: FINANZAS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 03 de Julio del 2019



JORGE LUIS RENTERÍA LAYVA
DNI 07255568



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador : Mg. Marcelo Dante Gonzales Matos

DNI: 08711426

Especialidad del validador: FINANZAS

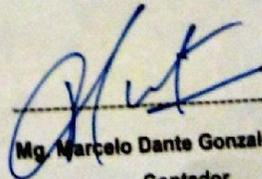
Lima, 09 de Julio del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Mg. Marcelo Dante Gonzales Matos
Contador

ANEXO 5: Cuadro de Operacionalización

FINANCIACION Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DEL GIRO DE ABARROTES EN EL MERCADO MARISCAL CÁCERES DISTRITO SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2019

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Existe relación entre financiación y crecimiento empresarial del giro de abarrotes en el mercado Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho- 2019	Financiación	Cuando una empresa tiene financiación obtiene mejores resultados ya que este facilita la ampliación y mejoramiento del producto y/o servicio a ofrecer, considerando la inversión de fuente externa o interna que permite un rendimiento adecuado. (Sánchez, Téllez y Morales, 2015)	FINANCIACIÓN PROPIA	Ahorro
				Ingresos diarios
				Caja chica
				familiar
			FINANCIACIÓN DE TERCEROS	Prestamos de terceros
				Entidades financieras
				Proveedores
				Usureros
	Crecimiento Empresarial	Es un incremento que se da en los rubros de actividades económicas y las buenas decisiones que estas toman, para ello se realiza el reconocimiento de los factores Interno y Externo; el desarrollo se dará dependiendo de cómo se aplique los recursos y que decisión se tome, el buen uso de dichos factores permitirá alcanzar el objetivos (Terán, 2015, p.21).	CRECIMIENTO INTERNO	Motivación
				Gestión de conocimiento
				Emprendimiento
				stock de productos
CRECIMIENTO EXTERNO			Ventas	
			Ganancias	
			inversiones	
			Inserción en el mercado	
Inversión				