

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA



TESIS

**FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIO, CASO: TIENDA DE ABARROTÉS
EN EL DISTRITO DE SANTIAGO, CUSCO - 2023**

PRESENTADO POR:

Br. GUSTAVO WILLIAMS MORON AGUIRRE

Br. PERLA ESPERANZA LOPEZ SALDAÑA

**PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

ASESOR:

Dr. WALTER CLAUDIO BEIZAGA RAMIREZ

CUSCO - PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Walter Claudio Beizaga Ramirez
 quien aplica el software de detección de similitud al
 trabajo de investigación/tesistitulada: Fuentes de Financiamiento y la
Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio, Caso Tienda
de Abonotes en el Distrito de Santiago, Cusco - 2023.

Presentado por: Perla Esperanza Lopez Soldado DNI N° 76188338
 presentado por: Gustavo Williams Moran Aguirre DNI N° 72350491
 Para optar el título Profesional/Grado Académico de Economista

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 03 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 0.8 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 16 de abril de 2026



Firma

Post firma Walter Claudio Beizaga Ramirez

Nro. de DNI 23821642

ORCID del Asesor 0000-0001-9232-2063

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:579305966

Perla Esperanza Lopez Saldaña Y Gustavo Williams ...

FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, CASO TIENDA DE ABARROTE...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn.oid.:27259:579305966

209 páginas

Fecha de entrega

16 abr 2026, 8:39 a.m. GMT-5

41.777 palabras

Fecha de descarga

16 abr 2026, 8:46 a.m. GMT-5

216.641 caracteres

Nombre del archivo

FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, CASOpdf

Tamaño del archivo

3.9 MB




8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de Integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A mis Padres, Por ser mi pilar, mi ejemplo y mi mayor apoyo. Por enseñarme con su amor y dedicación que los sueños se alcanzan con esfuerzo y constancia.

A mi querida compañera de tesis, por ser mi apoyo incondicional en este desafiante camino. Gracias por tu paciencia, dedicación y por compartir conmigo no solo conocimientos, sino también risas y desvelos.

A Pirata y Lazi, Mis adorados perritos que ahora descansan en paz. Gracias por llenarme de amor, alegría y por los momentos inolvidables que compartimos. Aunque ya no estén físicamente conmigo, su recuerdo y su cariño vivirán siempre en mi corazón.

Gustavo W. Morón A.

Agradezco a mis padres, por ser mi mayor fuente de inspiración, por su apoyo incondicional, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo y la perseverancia. Gracias por siempre creer en mí.

A Dios, por brindarme la fuerza, la guía y las bendiciones necesarias para superar cada desafío a lo largo de este camino.

A mi compañero de tesis, por su dedicación, compromiso y compañerismo. Este logro es tanto mío como tuyo, pues juntos superamos los retos con trabajo en equipo y esfuerzo constante.

A todos ustedes, mi profundo agradecimiento por ser parte de este sueño hecho realidad.

Perla E. Lopez S.

AGRADECIMIENTO

A todos los docentes y miembros de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, quienes, con esfuerzo y compromiso, fueron parte esencial en nuestra formación universitaria, motivándonos a convertirnos en profesionales competentes.

A nuestro asesor, Dr. Walter Beizaga, por su paciencia, orientación y apoyo constante durante el desarrollo de nuestro proyecto de tesis, aportando significativamente a la obtención de nuestro Título Profesional de Economista.

Los tesistas.

PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

De acuerdo con los criterios establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Economía, se somete a su consideración el estudio titulado “FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, CASO: TIENDA DE ABARROTÉS EN EL DISTRITO DE SANTIAGO, CUSCO - 2023”.

Esta investigación se llevó a cabo a partir de un enfoque teórico-práctico y de las experiencias adquiridas durante la formación académica. Además, se utilizó la metodología de investigación más adecuada para la elaboración y análisis del contenido de la investigación.

Los tesistas.

INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio juegan un rol fundamental en la economía local, especialmente en el distrito de Santiago, Cusco. Sin embargo, dichas empresas afrontan retos considerables para poder mantener un adecuado nivel de rentabilidad y, por lo tanto, mantener una sostenibilidad a lo largo de los años, siendo uno de los principales desafíos el conseguir acceso a fuentes de financiamiento adecuadas. Aunque en los últimos años hubieron mejoras en el acceso a créditos y recursos financieros, aún quedan brechas en el entendimiento y uso óptimo de las fuentes de financiamiento por parte de las Mypes.

Por lo cual se planteó el siguiente objetivo “Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023” lo cual fue desarrollado en 5 capítulos:

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. Presenta el contexto de la problemática, define el conflicto, expone la justificación y los objetivos del estudio.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. Expone los antecedentes de investigaciones previas, las bases teóricas y el marco conceptual.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES. Muestra la hipótesis, particularización de las variables y la matriz de Operacionalización.

CAPÍTULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN. Describe el tipo, diseño, enfoque, nivel y método de estudio, así como la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el proceso de análisis y estimación de la información, y la metodología del modelo econométrico.

CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN. Presenta el análisis y la discusión de los resultados obtenidos. Al final, se incluyen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos relevantes para la evaluación de la investigación.

RESUMEN

El presente estudio titulado “Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023”, tuvo como objetivo “Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”, teniendo con población a las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023. La investigación fue de alcance descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental, de corte transversal, con un enfoque mixto. La muestra fue de 89 tiendas de abarrotes. Se utilizó un cuestionario estructurado para recolectar información sobre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las empresas. Los datos recopilados permitieron concluir que las Fuentes de Financiamiento se relacionan de manera directa y fuerte en la rentabilidad de las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco con un coeficiente de Spearman del 0.742, y un grado de significancia del 0.000, lo que contrasta que el acceso y uso de fuentes de financiamiento tiene un impacto positivo en la rentabilidad de las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco. La relación observada indica que las tiendas de abarrotes que llegan a acceder a mayores y mejores opciones de fuentes de financiamiento, ya sean fuentes internas, externas y con mejores plazos de financiamiento, logran incrementar su rentabilidad, ya que pueden diversificar y mejorar su oferta de productos.

Palabras clave: Fuentes de Financiamiento, Rentabilidad Económica, Rentabilidad Financiera, Plazos de Financiamiento.

ABSTRACT

The present study entitled “Sources of financing and the profitability of MSEs in the commerce sector, case: grocery store in the district of Santiago, Cusco - 2023”, aimed to “Determine how the sources of financing influence the profitability of MSEs in the commerce sector, case: grocery store in the district of Santiago, Cusco - 2023”, having as population the grocery stores in the district of Santiago, Cusco - 2023. The research was descriptive-correlational in scope, with a non-experimental design, cross-sectional, with a mixed approach. The sample consisted of 89 grocery stores. A structured questionnaire was used to collect information on the sources of financing and the profitability of the enterprises. The data collected allowed us to conclude that the sources of financing have a direct and strong influence on the profitability of the grocery stores in the district of Santiago, Cusco with a Spearman coefficient of 0.742, and a degree of significance of 0.000, which contrasts that the access to and use of sources of financing has a positive impact on the profitability of the grocery stores in the district of Santiago, Cusco. The observed relationship suggests that grocery stores that have access to a wider range of better financing options—whether internal or external, and with more favorable financing terms—are able to increase their profitability, as they can diversify and improve their product offerings.

Key words: Financing Sources, Economic Profitability, Financial Profitability, Financing Terms.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE	viii
CAPITULO I.....	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1 Planteamiento del problema de investigación.....	16
1.2 Formulación del problema de investigación	20
1.2.1 Problema general.....	20
1.2.2 Problemas específicos	20
1.3.1 Relevancia social.....	20
1.3.2 Implicancias practicas	21
1.3.3 Valor teórico.....	21
1.3.4 Utilidad metodológica	22
1.3.5 Viabilidad o factibilidad.....	22
1.4 Objetivos de la investigación	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	23

CAPITULO II.....	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes de la investigación	24
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	24
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	25
2.1.3 Antecedentes Locales.....	28
2.2 Bases teóricas	31
2.2.1 Financiamiento.....	31
2.2.2 Fuentes de Financiamiento.....	31
2.2.3 Plazo de Financiamiento	33
2.2.3.1 Financiamiento a corto plazo	33
2.2.3.2 Financiamiento a largo plazo	34
2.2.4 Importancia del Financiamiento.....	34
2.2.5 Rentabilidad.....	35
2.2.6 Razones de Rentabilidad.....	36
2.2.7 Ratios de Rentabilidad.....	37
2.2.8 Importancia de la Rentabilidad.....	38
2.2.9 Teoría de la Competencia Imperfecta.....	39
2.2.10 Teoría de la empresa.....	40

2.2.11 Teoría del capital.....	41
2.3 Marco conceptual	43
CAPITULO III	45
HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	45
3.1 Hipótesis.....	45
3.1.1 Hipótesis General	45
3.1.2 Hipótesis Específicas.....	45
3.2 Variable(s).....	46
3.2.1 Variables.....	46
3.2.2 Operacionalización de variables.....	48
CAPITULO IV	49
DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN.....	49
4.1 Alcance de Investigación.....	49
4.2 Enfoque de la investigación	49
4.3 Diseño de la Investigación	50
4.4 Población y muestra	50
4.4.1 Descripción de la población.....	50
4.4.2 Selección de la Muestra.....	51
4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52

CAPITULO V	54
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	54
5.1 Presentación por resultados.....	54
5.1.1 Prueba de Confiabilidad.....	68
5.2 Resultados por Objetivos.....	168
5.2 Contraste de Hipótesis.....	179
5.2.1 Discusión de resultados.....	179
CONCLUSIONES.....	185
RECOMENDACIONES	187
BIBLIOGRAFÍA.....	189
ANEXOS.....	193

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	48
Tabla 2 Valor de Alfa de Cronbach.....	53
Tabla 3 Cuadro de Correlación de Spearman.....	53
Tabla 4 Prueba de Confiabilidad.	68
Tabla 5 Tabla de Frecuencia: años de constitución de la empresa.....	69
Tabla 6 Tabla de Frecuencia: rango de ingresos anuales	70
Tabla 7 Tabla de Frecuencia: rango de costos anuales.....	71
Tabla 8 Tabla de Frecuencia: margen de utilidad anual.....	72
Tabla 9 Tabla de Frecuencia: margen de utilidad por producto.....	73
Tabla 10 Tabla de Frecuencia: adquisición de préstamo.....	74
Tabla 11 Tabla de Frecuencia: monto aproximado de préstamo.....	75
Tabla 12 Tabla de Frecuencia: tasa de interés del préstamo.	76
Tabla 13 Tabla de Frecuencia: Capital aproximado de inversión.	77
Tabla 14 Aporte del propietario.....	78
Tabla 15 Efectividad del Aporte Interno	80
Tabla 16 Aporte del Propietario.	82
Tabla 17 Proporción de Utilidades Destinadas a Reinversión.....	83
Tabla 18 Impacto de la Reinversión en la Utilidad y Crecimiento.....	85
Tabla 19 Reinversión de la Utilidad.....	87
Tabla 20 Financiamiento Interno.....	88
Tabla 21 Calificación del impacto de Créditos Comerciales a la Empresa.....	90

Tabla 22	Accesibilidad a Créditos Comerciales.....	92
Tabla 23	Financiamiento Mercantil.....	94
Tabla 24	Accesibilidad a Créditos Bancarios.....	96
Tabla 25	Transparencia de Entidades Bancarias.	98
Tabla 26	Financiamiento Bancario.....	100
Tabla 27	Accesibilidad a Créditos No Bancarios.....	102
Tabla 28	Transparencia de Entidades No Bancarias.	104
Tabla 29	Financiamiento no Bancario.....	106
Tabla 30	Financiamiento Externo.....	108
Tabla 31	Condiciones de Créditos Financieros a Corto Plazo.	110
Tabla 32	Rapidez de Crédito Financiero a Corto Plazo.	112
Tabla 33	Corto Plazo.....	114
Tabla 34	Condiciones de Créditos Financieros a Mediano Plazo.	116
Tabla 35	Rapidez de Crédito Financiero a Mediano Plazo.	118
Tabla 36	Mediano Plazo.....	120
Tabla 37	Condiciones de crédito Financiero a Largo Plazo.....	122
Tabla 38	Rapidez de Crédito Financiero a Largo Plazo.....	124
Tabla 39	Largo Plazo.....	126
Tabla 40	Plazos de Financiamiento.	128
Tabla 41	Fuentes de Financiamiento.....	130
Tabla 42	Ingresos Actuales.....	131
Tabla 43	Satisfacción del Crecimiento de los Ingresos.....	133

Tabla 44	Ingresos de la Empresa.....	134
Tabla 45	Egresos Actuales de la Empresa.....	136
Tabla 46	Impacto de los Egresos en la Rentabilidad Económica.....	138
Tabla 47	Egresos de la Empresa.....	140
Tabla 48	Margen de Utilidad Actual.....	141
Tabla 49	Sostenibilidad a Largo Plazo Respecto a la Utilidad.....	143
Tabla 50	Margen de Utilidad.....	145
Tabla 51	Rentabilidad Económica.....	146
Tabla 52	Capacidad para Mantener un Ratio de Liquidez.....	148
Tabla 53	Impacto del Ratio de la Liquidez Respecto a Rentabilidad Financiera.....	150
Tabla 54	Ratio de Liquidez.....	152
Tabla 55	Eficiencia de la Rotación de Inventarios.....	154
Tabla 56	Impacto de la Rotación de Inventarios en la Rentabilidad Financiera.....	156
Tabla 57	Rotación de Inventarios.....	158
Tabla 58	Capacidad para Mantener su Capital de Trabajo.....	159
Tabla 59	Impacto del Capital de Trabajo en la Estabilidad Financiera.....	161
Tabla 60	Capital de Trabajo.....	163
Tabla 61	Rentabilidad Financiera.....	164
Tabla 62	Rentabilidad.....	166
Tabla 63	Pruebas de Normalidad.....	168
Tabla 64	Correlación de Rentabilidad Y Fuentes de Financiamiento.....	171
Tabla 65	Correlación de Rentabilidad Y Financiamiento Interno.....	173

Tabla 66 Correlación de Rentabilidad de Financiamiento Externo.....	175
Tabla 67 Correlación de la Rentabilidad Y Plazos de Financiamiento.	177

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema de investigación

En la última década, aquellos negocios identificados como micro y pequeñas empresas (Mypes) se establecieron como un pilar fundamental del desarrollo económico en Latinoamérica. En este sentido, la CEPAL (2022), indica que las Mypes son indispensables para fomentar el empleo y la renovación productiva de América Latina, representando el 98% de las empresas y generando el 47.1% del empleo. Para el caso cusqueño, se evidencia esta relevancia, según PRODUCE (2023), del total de empresas inscritas en el año 2019 solo el 3.8% (3426) lograron sobrevivir hasta el 2023, dado que los primeros años su tasa de mortalidad es elevada. Por lo tanto, es necesario abordar sus principales problemas, entre ellos se encuentra el constante problema de la falta de fuentes de financiamiento y como consecuencia la falta del propio financiamiento, lo que influye de manera negativa sobre los niveles de rentabilidad de las Mypes, afectando su desarrollo y crecimiento a lo largo de los años, lo cual sucede puesto que muchas de las Mypes no cumplen con los requisitos para poder acceder al financiamiento externo. En relación con esto, Pérez (2013, p. 9) define el financiamiento como la obtención de recursos propios o ajenos para un ente económico, con el fin de iniciar, desarrollar o continuar su proyecto empresarial. En la misma línea, la financiación va ligada de forma directa con la rentabilidad. Por lo cual, Valencia et al. (2020, p. 8) indican que la rentabilidad se encarga de medir el modo en que una empresa es capaz de gestar un beneficio para repartirlo entre el o los dueños de la empresa, lo cual se puede comparar con los recursos invertidos en la actividad de la empresa para medir la eficiencia lograda de la inversión.

En tal sentido, Borja et al. (2022) menciona que, en Ecuador el 99.6% de las empresas existentes son MiPymes, mismas que generan gran parte del desarrollo económico por su gran aporte a la generación de empleo, e indica que por lo mismo es relevante investigar el sector que genera mayores ingresos en el Ecuador, ya que es relevante señalar que el nivel de acceso al financiamiento externo para las Mypes se ve afectada por condiciones de garantía, permanencia en el tiempo, entre otras. En la misma línea, Molina y Sánchez (2016) mencionan que el crecimiento de las Mypes en América Latina es un trayecto largo que no todas logran superar, por ello, gran parte de ellas cierran al poco tiempo de su apertura, solo el 45% sobrevive a los tres años comparado con el 75% que supera los dos años en Europa; lo que está explicado principalmente por la falta de acceso a financiamiento debido a las altas tasas de interés y requisito excesivos.

En el ámbito nacional, las Mypes constituyen la mayor parte del tejido empresarial, generando gran parte del empleo por lo cual son pieza fundamental para el dinamismo económico del país, de acuerdo a ello, Palomino (2020), menciona que las Mypes requieren una gestión adecuada de su financiamiento para que esta no sea un impedimento en su desarrollo, por ello menciona que es necesaria la capacitación y preparación constante para que puedan elegir las herramientas financieras más adecuadas y lograr ser más productivos y competitivos, puesto que ello es una limitante para mejorar la rentabilidad de la empresa.

Además, Lozano (2020), menciona que el 96.5% de las empresas formales son microempresas, de las cuales el sector comercio representa el 46.2%, las que tienen problemas de duración a través del tiempo, puesto que se necesitan diversos requisitos para poder adquirir financiamiento externo, lo que impide su crecimiento empresarial. En la misma línea, el ex viceministro de Mype e Industria, José Salardi en Lozano (2020) hace

mención que la tasación de intereses ofrecidas por entes externos son elevadas debido a que estas se encuentran en una condición de riesgo relativamente alta. Asimismo, hay que tener en cuenta la influencia que posee el acceso a financiamiento sobre los niveles de rentabilidad de las Mypes del sector comercio, al respecto Raygali y García (2019), mencionan que el acceso a un financiamiento adecuado influye directamente sobre el crecimiento del volumen de ventas y de la rentabilidad.

En el departamento del Cusco, mayormente se constituyen microempresas, las cuales son las principales generadoras de empleo y dinamizadoras de la economía local. La Cámara de Comercio de Cusco (2022) menciona que Cusco es el cuarto departamento con mayor cantidad de empresas formales, de las cuales el 97.9% fueron microempresas y el subsector predominante fue la venta al por menor con el 30.5%. Uno de los principales problemas de las microempresas es el difícil acceso a financiamiento externo debido a las elevadas tasas de interés, Lozano (2020), menciona que las tasas de interés para las microempresas dependen de la entidad financiera, mientras que los bancos son del 31.5 %, las cajas municipales del 35.42 % y las financieras del 65.1%.

En este sentido, el distrito de Santiago de la ciudad de Cusco, no se muestra ajeno con las problemáticas suscitadas líneas arriba, puesto que las microempresas del sector comercio, rubro abarrotes, se enfrentan a un panorama de rentabilidad preocupante, caracterizado por problemas tanto en la rentabilidad económica como financiera. En el ámbito económico, se observan bajos ingresos, altos egresos y, como consecuencia, un bajo margen de utilidad. Esta situación limita la oportunidad de las empresas para generar utilidades y reinvertir para poder obtener un crecimiento y desarrollo empresarial. En cuanto a la rentabilidad financiera, se registran ratios de liquidez bajos, una rotación de inventarios lenta y un capital de trabajo

reducido. Estos indicadores señalan dificultades para cumplir con las obligaciones corto plazo, gestionar eficientemente los inventarios y contar con recursos suficientes para financiar las operaciones del día a día, lo cual trae como consecuencia, un deficiente nivel de rentabilidad en las Mypes del sector comercio: caso abarrotes, generando un escenario alarmante, con consecuencias que afectan tanto a la economía familiar como a la economía local. La disminución del ingreso familiar impacta directamente sobre el consumo. El incremento del endeudamiento, en algunos casos, conlleva al cierre de negocios en el mediano plazo. La reducción de la inversión repercute en la competitividad, estancando o minimizando el crecimiento empresarial. A largo plazo, estos efectos se intensifican, deteriorando el tejido empresarial y dificulta el desarrollo económico local, por ello, la presente investigación se enmarca en “Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”. Esta investigación es relevante puesto que permite identificar una de las principales dificultades que enfrentan las Mypes para su crecimiento y desarrollo, analizar si su rentabilidad económica y financiera depende del tipo de financiamiento utilizado y de los plazos de pago, llenar un vacío en la investigación sobre este tema en el distrito de Santiago, Cusco, y aportar a una mejor toma de decisiones de las Mypes para mejorar su rentabilidad.

Por ello, se plantean las siguientes interrogantes:

1.2 Formulación del problema de investigación

1.2.1 Problema general

- ¿De qué manera las fuentes de Financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco-2023?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De que manera el financiamiento interno se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023?
- ¿De que manera el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023?
- ¿De que manera el plazo de financiamiento se relaciona con la rentabilidad las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023?

1.3.1 Relevancia social

Esta investigación busca ayudar a las Mypes del distrito de Santiago de la ciudad del Cusco a tener conocimiento sobre las distintas fuentes de financiamiento y mejorar la rentabilidad de cada uno de sus negocios. Este conocimiento adquirido permitirá un mayor acceso a financiamientos para su crecimiento y expansión, elevar su eficiencia y productividad, e incrementar su rentabilidad. Asimismo, tendrá beneficiarios indirectos, las entidades bancarias y no bancarias podrán ofrecer programas y servicios exclusivos para Mypes, ampliando su mercado; y el gobierno

local podrá plantear programas de apoyo para las Mypes de su distrito, impulsando el crecimiento económico local y la reducción de los niveles de pobreza a nivel distrital.

1.3.2 Implicancias practicas

La investigación permitirá conocer a profundidad las opciones de financiamiento disponibles, así como los procedimientos para acceder a ellas. Este conocimiento empoderara a las Mypes para que puedan invertir en su crecimiento, expansión y mejora de su competitividad. Asimismo, se identificarán cuáles son las barreras que limitan el acceso a financiamiento y se plantearan soluciones viables para superarlas.

Por otro lado, la investigación resolverá la falta de conocimiento sobre las microempresas del sector comercio en el distrito de Santiago, Cusco, lo que permitirá que el gobierno pueda diseñar programas de apoyo más eficientes, impulsando el desarrollo de nuevos negocios en este sector.

1.3.3 Valor teórico

La investigación posee el potencial de generar conocimiento teórico nuevo en diversos campos, pero principalmente en la financiación empresarial y el desarrollo económico local.

Por un lado, aportara conocimiento sobre las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para las Mypes, cuales son las condiciones requeridas y los costos en los que se incurren. De esta manera las Mypes podrán elegir las más adecuadas de acuerdo a sus necesidades.

Por otro lado, permitirá conocer cuáles son los factores que influyen de forma significativa sobre el crecimiento y desarrollo de las microempresas, para el caso local de Cusco. Los resultados que se obtendrán pueden ser utilizados para el planteamiento de programas de apoyo que fomenten su crecimiento y así, contribuir al desarrollo económico local.

1.3.4 Utilidad metodológica

La presente investigación estará enmarcada en el método científico, la metodología de la investigación, contará con un alcance descriptivo – correlacional, con un enfoque mixto y un diseño no experimental, de corte transversal. Brindando una percepción más real y plena de la repercusión de las fuentes de financiamiento sobre la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro de abarrotes del distrito de Santiago, lo cual servirá como guía metodológica para nuevas investigaciones.

1.3.5 Viabilidad o factibilidad

El presente estudio será realizable dado que se tienen los medios económicos, financieros y humanos para lograr los objetivos propuestos. Asimismo, se contará con los permisos necesarios y el apoyo de la población o agentes involucrados.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

- Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar de qué manera el financiamiento interno se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.
- Determinar de qué manera el financiamiento externo se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.
- Determinar de qué manera los plazos de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Ortiz (2014), realizó la tesis de título “*Fuentes de Financiamiento y su Incidencia en la Rentabilidad de las Microempresas Familiares, Productoras de Artículos de Cuero de la Parroquia Rural de Quispicanchi del Cantón Ambato*”, en la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, cuyo propósito fue conocer la incidencia de las fuentes de financiamiento sobre el nivel de rentabilidad de las microempresas que producen artículos de cuero. La población de estudio por investigar son las microempresas encargadas de producir artículos de cuero en la parroquia rural de Quispicanchi del cantón de Ambato. La metodología utilizada en la investigación fue de enfoque cuantitativo, su alcance fue descriptivo y exploratorio, y su diseño fue no experimental. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. La mayoría de las empresas son manejadas familiarmente y no están industrializadas ni cuentan con capacidad tecnológica, dado que sus principales fuentes de financiamiento son externos como los bancos o cooperativas. 2. Las tasas de interés influyen de manera significativa sobre los niveles de rentabilidad de los productores. 3. Es importante tener una planificación financiera que permita definir cuáles son las áreas críticas que gastan más recursos y así conocer cuál es la posible rentabilidad a obtenerse de acuerdo a la demanda.

López y Farias (2018), realizaron la tesis de título “*Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil*”,

tesis realizada en la Universidad de Guayaquil, contando con el objetivo principal de la investigación fue instaurar los preámbulos necesarios para que las Pymes tengan la capacidad de financiarse a través del mercado de valores. La población está conformada por las empresas que emiten obligaciones en el mercado de valores montos menos a \$1 800 000 dólares americanos. La muestra está conformada por 29 empresas que se emiten obligaciones en el mercado de valores de Guayaquil y son consideradas Pymes. La metodología empleada en esta tesis consto de un enfoque de investigación cuantitativo, de alcance descriptivo y explicativo, y de diseño no experimental. Se llegaron a las siguientes conclusiones: 1. El mercado de valores viene a ser una fuente opcional de financiamiento excelente para las mypes ya que tienen un costo menor. 2. Existe un grado de desconfianza a emplear el mercado de valores como fuente de financiamiento. 3. Se puede obtener una mayor financiación y a menor coste financiero si se emplea el mercado de valores. 4. No existe una debida difusión de la Bolsa de Valores de Guayaquil, por ello las pymes no acceden a los beneficios y ventajas que brinda este mercado.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Tovar (2019), realizo la tesis titulada “*Financiamiento y rentabilidad en las empresas de turismo en el distrito de Ayacucho - 2018*” en la Universidad Peruana de los Andes, cuyo objetivo principal fue el decretar de qué manera se relaciona el financiamiento y la rentabilidad de las empresas de turismo del distrito de Ayacucho en el año 2018. La investigación fue del tipo aplicado, conto con un nivel de investigación descriptivo y correlacional, junto a un diseño no experimental. La muestra de la investigación estuvo compuesta por 23 empresas dedicadas al turismo

perteneciente al distrito de Ayacucho, donde se empleó un muestreo no probabilístico censal, se usó de instrumento de investigación el cuestionario. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. Se determinó que existe una relación entre financiamiento y rentabilidad de las empresas turísticas del distrito de Ayacucho, lo cual incide en los niveles de percepción de la rentabilidad. 2. Se evidencia que el tipo de financiamiento utilizado por las empresas de turismo evidencia una relación directa con la rentabilidad obtenida por cada empresa, se resalta que las empresas no identifican óptimamente una fuente de financiamiento correcta de acuerdo a sus necesidades, lo cual afecta directamente a los niveles de rentabilidad a partir de las ventas. 3. El interés que se cobra por el financiamiento adquirido se relaciona directamente con el nivel de rentabilidad económica de las empresas de turismo del distrito de Ayacucho. 4. Los plazos de devolución del financiamiento presenta una relación directa con la rentabilidad financiera de las microempresas de turismo de Ayacucho.

Bustamante y Concha (2021) realizaron la tesis titulada *“Gestión del Financiamiento y Rentabilidad de las MYPES del Sector Servicios Rubro Hoteleros en el Distrito de Tumbes, 2021”* de la Universidad Cesar Vallejo, cuyo objetivo principal fue describir la asociación que existe entre el Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del sector servicios rubro Hoteleros en el Distrito de Tumbes, 2021. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y descriptivo. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. Se corrobora la relación directa entre el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en el rubro de hoteles en el distrito de Tumbes, se evidencio un resultado positivo

entras las dos variables de estudio. 2. Se determina que efectivamente existe una relación entre fuentes de financiamiento y rentabilidad del rubro hotelero del distrito de Tumbes, indica que las Mypes están de acuerdo con los créditos ofrecidos de las entidades financieras y a la vez con un rendimiento en rentabilidad. 3. Indica que las entidades financieras ayudan a las empresas a producir un mayor capital de trabajo de acuerdo al nivel de rentabilidad.

Hernández y Oblitas (2022), realizaron la tesis titulada “*Caracterización del financiamiento y de la rentabilidad de las mypes del sector servicio–rubro agencias de viajes de la provincia Tumbes, 2021*” de la Universidad Cesar Vallejo, cuyo objetivo principal fue el definir las características del financiamiento y de la rentabilidad de las agencias de viajes de la provincia de Tumbes, 2021. Fue una investigación de tipo aplicada, que contó con un diseño no experimental El tipo de investigación fue aplicada, con un diseño no experimental de manera transversal y descriptivo. La población fue compuesta por 5 agencias de viajes que ejercen sus actividades en la provincia de Tumbes, su muestra también fueron las 5 agencias de viaje. Utilizaron como técnica de recopilamiento de datos a la encuesta y su instrumento fue un cuestionario. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. Se obtuvo un resultado que indica que existe una conexión entre el financiamiento y la rentabilidad de las agencias de viajes de la provincia de Tumbes, la correlación es proporcional. 2. Se identifica que si la agencia de viajes dispone de fuentes de financiamiento obtendrán rentabilidad. 3. Se advirtió que la relación que existe entre las fuentes de financiamiento y rentabilidad de las agencias de viajes de la provincia

de Tumbes, indicando que cuanto mayor sea la inversión en alguna fuente de financiamiento mayor utilidad obtendrán las empresas.

2.1.3 Antecedentes Locales

Herrera y Ttito (2020), realizaron la tesis titulada *“Financiamiento y su influencia en la Rentabilidad de los productores de muebles del Distrito de San Sebastián – Cusco, periodo 2019”* de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, cuyo objetivo principal fue el decretar de que forma el financiamiento llega a incidir en el nivel de rentabilidad de los productores de muebles en el distrito de San Sebastián - Cusco, periodo 2019. La investigación es de tipo aplicada, con un diseño de investigación no experimental debido a que solo se recolectara información, es transversal, se tomó como muestra 35 empresas. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. Se demostró que el financiamiento si influye considerablemente en la rentabilidad de los productores de muebles del Distrito de San Sebastián – Cusco, periodo 2019. 2. El financiamiento interno influye notablemente en la rentabilidad de los productores de muebles. 3. El financiamiento externo del mismo modo influye considerablemente en el nivel de rentabilidad de los productores de muebles del distrito de San Sebastián.

Álvarez (2019), realizo la tesis titulada *“Factores que Influyen en la Rentabilidad en la Producción de Flores Heliconia en el Distrito de Echarate 2017”* de la Universidad Nacional de San Antonio de Abad de Cusco – Perú, donde el objetivo principal planteado fue percatarse sobre la importancia de los factores de rentabilidad sobre la producción de Heliconias en el distrito de Echarate – 2017. La población de investigación está conformada por 25 mujeres productoras de esta

variedad de flores y la muestra son ellas mismas. La metodología empleada fue de enfoque mixto, de nivel explicativo, y no experimental. Los instrumentos empleados fueron el cuestionario y el Focus Group. Y se llegó a las siguientes conclusiones: 1. La productividad de la mano de obra y los paquetes tecnológicos explican más del 50% de la rentabilidad, también se identificó la existencia de una brecha de demanda insatisfecha. 2. La productividad es determinante sobre la rentabilidad económica, el 64% de variación esta explicado por la productividad de la mano de obra. 3. La innovación tecnológica es determinante sobre la rentabilidad económica, el 71.1% de variación es explicado por los paquetes tecnológicos. 3. No se puede afirmar que una gestión adecuada influya de manera positiva sobre la rentabilidad. 4. La cantidad de productos dilapidados es más del 15% de la producción de cada productor, eso dificulta el poder cubrir la brecha existente entre la oferta y demanda de estas flores.

A partir del análisis de antecedentes internacionales, nacionales y locales, se advierte un patrón común: el financiamiento supone un componente determinante en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES).

A nivel internacional, tanto Ortiz (2014), en Ecuador como López y Farías (2018) en Guayaquil, resaltan que el principal problema de las microempresas se refiere al acceso limitado a fuentes de financiamiento adecuadas, lo que condiciona fuertemente a su rentabilidad. En sintonía con lo anterior, a nivel nacional, Tovar (2019), Bustamante y Concha (2021), y Hernández y Oblitas (2022) coinciden en que las modalidades de financiamiento, las tasas de interés y los plazos de

devolución inciden directamente en la rentabilidad de micro y pequeñas empresas, como las empresas turísticas y de servicios, en las distintas regiones del Perú.

Por otra parte, en el ámbito local, Herrera y Ttito (2020) y Álvarez (2019) evidencian que tanto el financiamiento interno como el externo, así como factores asociados a la productividad y la innovación tecnológica, tienen un efecto significativo en los resultados económicos de los productores.

En síntesis, los estudios revisados muestran tres hallazgos clave que se interrelacionan:

- ❖ El acceso a financiamiento formal es limitado para muchas MYPES, lo que restringe su crecimiento y rentabilidad.
- ❖ Las condiciones del financiamiento (tasas de interés, plazos de financiamiento) determinan el nivel de utilidad obtenido.
- ❖ Factores internos de gestión y productividad, junto con el uso de tecnologías, también inciden en la rentabilidad, complementando el efecto del financiamiento.

Estos hallazgos se articulan directamente con la presente investigación, puesto que permiten fundamentar que la rentabilidad de las microempresas no solo depende de sus ventas o costos, sino en gran medida de las fuentes y condiciones de financiamiento que utilizan. De este modo, muestran la pertinencia de analizar cómo las MYPES locales gestionan el financiamiento, qué barreras enfrentan y de qué manera este incide en su rentabilidad, contribuyendo así a identificar vacíos y alternativas de mejora en el contexto específico del estudio.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Financiamiento

El financiamiento radica en conseguir recursos para llevar a cabo el desarrollo de cualquier tipo de proyecto, recursos que deben de retornar en un plazo establecido, al cual se le suman el tipo de interés que se haya acordado. (Bozcán & Molina, 2020)

Finalmente, el financiamiento es la obtención de recursos financieros para poder costear las actividades de la empresa, recursos que vienen de una fuente interna como externa, y que ayudaran para poder elevar el valor de la empresa. (Brigham & Houston, 2023)

2.2.2 Fuentes de Financiamiento

Existen diversas fuentes de financiamiento, como son las fuentes de financiamiento internas o fuentes externas, en cualquier modo, estas fuentes de financiamiento son indispensables para poder lograr un desarrollo positivo de cualquier micro o pequeña empresa.

La micro o pequeña empresa requiere de recursos para financiar sus diversas actividades para poder ser productivos, como para poder costear los gastos corrientes del negocio. Para el presente estudio se agrupan a las fuentes de financiamiento en: Recursos propios, recursos ajenos a corto plazo y recursos ajenos a medio y largo plazo.

2.2.2.1 Recursos propios o Financiación propia

La financiación propia se refiere al capital que aporta cada socio o dueño de la empresa para poner en marcha las actividades económicas de la misma, la cual no tiene exigencias de ser devueltos por terceras entidades. (Ruiz, 2015)

La financiación propia es la fuente más estable puesto que no tiene un plazo limitado para ser repuesto, además de que es la fuente de financiación que más riesgo soporta ya que esta es propia y no está sujeta a algún tipo de interés como si lo está la financiación externa.

2.2.2.2 Financiación Interna o Autofinanciación

Son los recursos financieros que la empresa gesta a partir de su puesta en marcha, es decir, es una o gran parte de la utilidad que tuvo la empresa a lo largo de su existencia que se usan para financiar las actividades económicas de la empresa en un futuro cercano.

Al respecto Ruiz (2015) definen la financiación interna como los recursos generados por la empresa, en forma de utilidades que no fueron distribuidas a lo largo del tiempo, las cuales se destinan a financiar el crecimiento de la empresa.

Por otro lado, Barrios y Núñez (2021) indican que el financiamiento se puede conseguir a través de recursos propios, que incluyen la autofinanciación con fondos que han sido generados en el transcurso de la operación de la empresa, procedente de las ventas, reservas y provisiones, retención de beneficios, amortizaciones, venta del patrimonio no necesario y nuevas aportaciones de capital realizadas por los accionistas.

2.2.2.3 Financiación Externa

El financiamiento externo es la que se obtiene del exterior, como lo son créditos, inversionistas, préstamos bancarios y similares, este se da generalmente porque la financiación interna y propia, no es suficiente para poder mantener la empresa a un nivel de rentabilidad óptimo.

Son fuentes otorgadas por proveedores y créditos bancarios, siendo las suministradas por proveedores, como compra o adquisición de bienes o servicios en un determinado periodo de tiempo, por otro lado, los créditos bancarios son la fuente de financiación externa más común, el monto requerido dependerá de la necesidad de cada empresa. (Torres & Guerrero, 2017)

Asimismo, Torres y Guerrero (2017), señalan que el crédito bancario es el financiamiento externo más común que se hace uso para poder satisfacer las necesidades financieras de la empresa, crédito que tiene que pagarse de acuerdo a un tiempo acordado y con una tasa de interés que ofrece garantías a la entidad bancaria de que el crédito será repuesto.

2.2.3 Plazo de Financiamiento

La financiación se puede dar de acuerdo a distintos plazos, entre ellos, a corto plazo, mediano plazo y largo plazo, los cuales se diferencian principalmente por el monto a financiar y la tasa de interés a pagar.

2.2.3.1 Financiamiento a corto plazo

Principalmente la financiación externa a corto plazo viene a ser proveniente de préstamos familiares, amigos o similares, sin embargo, si estos no son suficientes

para satisfacer la necesidad económica de la empresa se emplean recursos externos a corto plazo de entidades financieras.

Son aquellos recursos de carácter financiero que pagan la parte más volátil del activo circulante. Esta financiación se caracteriza por tener un vencimiento menor a un año (Logreira & Bonnet, 2017).

Los créditos a corto plazo más utilizados son los siguientes:

- Créditos bancarios
- Factoring
- Renting

2.2.3.2 Financiamiento a largo plazo

El financiamiento externo a largo plazo es aquel que posee un plazo de devolución mayor a un año. Financiamiento que es necesario para poder buscar un crecimiento de la empresa, ya sea una ampliación de la infraestructura, un nuevo local, adquisición de nueva maquinaria.

Según Montenegro (2017), este tipo de financiamiento se concede mayormente para la adquisición de propiedad inmueble, fábricas y equipos que van a ser de utilidad y pagaderos por varios años.

2.2.4 Importancia del Financiamiento

En el mundo del comercio, de la adquisición de bienes y servicios, existen dos decisiones que el empresario o dueño de cualquier empresa debe de tomar, que son: como invertir y como financiar el proyecto económico a realizar, esto con el fin de generar un crecimiento constante de la empresa, viéndose esto reflejado en la rentabilidad de la misma.

2.2.5 Rentabilidad

Un concepto fundamental en el ámbito financiero y empresarial es la rentabilidad, dado que permite la cuantificación de la eficiencia y el éxito de una inversión.

La rentabilidad es el grado de retorno que se percibe a partir de la inversión, esta medida refleja la eficacia en la gestión de la inversión y determina si se hizo una buena inversión en el negocio. Para tomar decisiones es crucial la rentabilidad dado que proporciona información sobre el desempeño de la empresa. (Tapia, 2018)

En este mismo sentido Maldonado (2021), también menciona que la rentabilidad es la capacidad que posee una empresa para producir beneficios, lo que es la base para impulsar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo, se traduce en reinversión, reducción de deudas, mayor producción e incremento en las ventas.

Finalmente, la rentabilidad según Miranda (2020), indica que es un índice que facilita medir las utilidades de cualquier empresa, generadas a partir de sus operaciones, para su análisis se consideran las ventas, los activos y la inversión realizada.

2.2.5.1 Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica representa la evaluación de los rendimientos generados por los activos de una empresa durante un periodo de tiempo determinado, sin considerar como fue el financiamiento. (Tovar, 2019)

En este mismo sentido, Zambrano et al. (2021), la rentabilidad se define como la medición de la eficiencia operativa de toda la empresa. Es necesario para alcanzar una rentabilidad financiera satisfactoria.

Su representación matemática se da a través de la siguiente ecuación:

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Activos totales}}$$

Asimismo, se puede explicar a través del producto de las dos siguientes razones:

- a) $\frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Ventas (Margen de utilidad)}}$
- b) $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total (Rotación de activos)}}$

2.2.5.2 Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera es la capacidad que posee una empresa para producir beneficios a partir de su inversión, considerando las utilidades retenidas este está relacionado directamente con la rotación de capital contable, margen de utilidad neta y apalancamiento financiero. (Tovar, 2019).

Según Zambrano et al. (2021) se centra en valorar los resultados obtenidos sobre capital aportado. Es una medida más completa del rendimiento empresarial.

Su representación matemática se da a través de la siguiente ecuación:

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Utilidades netas después de impuestos}}{\text{Capital contable}}$$

2.2.6 Razones de Rentabilidad

Según Block et al. (2015) existen tres razones por las cuales se puede calcular la rentabilidad.

-Margen de Utilidad

Permite medir la rentabilidad respecto a las ventas, es decir, muestra cuanto de beneficio neto fue generado por cada sol en ventas.

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

-Rendimiento sobre los activos

Este indicador permite conocer el nivel de eficiente que posee una empresa, respecto al uso de sus activos al momento de generar utilidades.

$$\text{a) Rendimiento sobre los activos} = \frac{\text{Utilidade neta}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{b) Rendimiento sobre los activos} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$$

-Rendimiento sobre el capital contable

Permite calcular el beneficio neto que se genera por cada sol aportado por el dueño de la empresa.

$$\text{a) Rendimiento sobre el capital contable} = \frac{\text{Utilidade neta}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{b) Rendimiento sobre el capital contable} = \frac{\text{Rendimiento sobre los activos}}{\left(1 - \frac{\text{Deudas}}{\text{Activos}}\right)}$$

2.2.7 Ratios de Rentabilidad

Desde el punto de vista de Miranda (2020), menciona que existen diversos ratios para evaluar la rentabilidad, considera los siguientes:

-Margen de utilidad bruta

Explica la utilidad que se generó gracias a la compra-venta en el sector comercial, en otras, muestra la diferencia entre lo vendido a precio de costo y precio de venta.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

-Margen de utilidad operativa

Resulta de la deducción de los costos de venta y los costos operativos.

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas}}$$

-Margen de utilidad neta

Representa la ganancia real generada por cada sol vendido.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

-Rendimiento sobre los activos

Es la utilidad real percibida por cada uno de los activos existentes.

$$\text{Rendimiento sobre los activos (ROA)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

-Rendimiento sobre el capital

Representa la rentabilidad obtenida por la inversión realizada en el periodo.

$$\text{Rendimiento sobre el capital (ROE)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto}}$$

2.2.8 Importancia de la Rentabilidad

La rentabilidad es un indicador muy importante para las empresas dado que posibilita calcular la productividad de la empresa, determina los niveles de utilidad generados por el capital invertido. Asimismo, facilita la comparación con los componentes empleados, como: costos de capital, inversiones y otras.

Desde el punto de vista de Zambrano et al. (2021) la rentabilidad es considerada como el factor primordial en la salud integral y la competitividad de una empresa. Es gracias a ella que se aclara las dimensiones críticas de su desempeño, mostradas en el balance y estado de resultado. Este análisis detallado no solo nos brinda la rentabilidad operativa, sino que también examina la capacidad de la empresa para generar utilidades en la relación a sus costos. Su relevancia radica en que define la habilidad de la empresa para crear valor, aportando información sobre la situación actual y proyectando su futuro.

2.2.9 Teoría de la Competencia Imperfecta

Según Armstrong y Kranton (2015), se menciona que existen cuatro tipos de competencia perfecta.

Monopolio: Se denomina monopolio a aquel mercado que posee un único productor que es el encargado de atender a todos de los demandantes. Existen casos en los que se denomina monopolio a pesar de que no existe un solo ofertante, se da en casos en los que existe una empresa dominante, dado que las decisiones que tomen las otras empresas no influyen en los beneficios de la dominante. (Armstrong & Kranton, 2015).

Competencia Monopolística: La competencia monopolística se da cuando en un mercado existen muchos vendedores y el producto ofertado es diferenciado, en ello radica su principal diferencia con el monopolio dado que existen muchos productos sustitutos. Es un híbrido de monopolio y competencia perfecta, la entrada y salida de empresas es libre, cada empresa posee poder de mercado, pero este es limitado.

Oligopolio: El oligopolio es la estructura de mercado conocido teóricamente como aquel donde existe un pequeño número de ofertantes en un determinado mercado, los cuales ofrecen productos que son sustitutos cercanos o perfectos entre sí. En este tipo de mercado, cada empresa es consciente de cualquier variación en sus precios provocara una reacción de sus competidores, lo que resulta en una interdependencia entre ellos.

Monopsonio: El monopsonio es un mercado donde existe solo un comprador. Este posee la capacidad de poder decidir, considerando la curva de oferta, cuanto adquirir siempre y cuando maximice sus beneficios. El precio está dispuesto a pagar depende de varios factores, como la elasticidad de la oferta en el mercado, el poder de negociación del comprador, posibles desequilibrios de información entre el comprador y los vendedores, así como regulaciones gubernamentales aplicables. Cuando la oferta es altamente elástica y hay poca influencia del comprador, así como equilibrio en la información y regulaciones mínimas, el precio establecido por el monopsonio tiende a ser similar al precio competitivo. Por otro lado, si la oferta es inelástica y el comprador tiene más influencia, junto con desequilibrios en la información o regulaciones gubernamentales, el precio que el monopsonio paga tiende a ser mucho más bajo que el precio competitivo. (Vives, 2018).

2.2.10 Teoría de la empresa

Según Besanko et al. (2017), la empresa es una organización que toma decisiones estratégicas orientadas a la asignación eficiente de recursos con el objetivo de generar valor económico y sostener su desempeño en el mercado. Desde

este enfoque, la empresa busca optimizar el uso de sus recursos productivos y financieros para mejorar su rentabilidad y asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

Asimismo, Besanko et al. (2017) señalan que el acceso al financiamiento constituye un factor determinante para el funcionamiento de la empresa, ya que permite invertir en capital de trabajo, mejorar la eficiencia operativa y responder a las condiciones del entorno competitivo. En el caso de las micro y pequeñas empresas, las restricciones en el acceso a fuentes de financiamiento limitan su crecimiento y afectan negativamente su rentabilidad.

Además, los autores destacan que el entorno institucional y el grado de formalización influyen directamente en el desempeño empresarial, dado que la formalización reduce la incertidumbre, facilita el acceso a fuentes de financiamiento formal y fortalece la organización interna de la empresa. No obstante, cuando los procesos de formalización resultan excesivamente burocráticos y costosos, se generan barreras que incrementan los costos operativos y desincentivan la formalización, especialmente en las Mypes del sector comercio, como las tiendas de abarrotes.

En este contexto, la teoría de la empresa permite comprender que las Mypes que operan de manera formal y cuentan con acceso adecuado a financiamiento presentan mayores posibilidades de mejorar su rentabilidad y asegurar su sostenibilidad en el mercado.

2.2.11 Teoría del capital

Carl Menger (2007), considera que gran parte de la confusión teórica se origina en el uso indiscriminado del término “capital” para referirse a fenómenos

económicos distintos, tales como el patrimonio en general, los medios de producción o cualquier bien generador de ingresos, lo que ha debilitado su valor analítico dentro de la teoría económica.

Menger sostiene que el capital no debe identificarse como todo el patrimonio ni como todos los bienes productivos, ya que no todo bien que participa en la producción o genera ingresos constituye capital en sentido económico. Desde su enfoque, el capital es una categoría específica del patrimonio productivo, cuya característica esencial es estar conformado por bienes económicos producidos que se destinan deliberadamente a la generación futura de ingresos. Es decir, el capital no se define por su naturaleza física ni por su función técnica, sino por el rol económico que cumple dentro del proceso productivo orientado a la obtención de rentabilidad.

Asimismo, Menger diferencia el capital de otros factores tradicionales como la tierra y el trabajo. Si bien estos pueden ser fuentes de ingresos, no constituyen capital por sí mismos, salvo en la medida en que se integren a procesos productivos mediante bienes producidos previamente. En este sentido, el capital representa el resultado de decisiones económicas intertemporales relacionadas con el ahorro, la inversión y la asignación eficiente de recursos en el tiempo, permitiendo sostener y ampliar la capacidad productiva de los agentes económicos.

Desde esta perspectiva, el capital cumple un papel fundamental en la explicación de la rentabilidad, ya que posibilita la continuidad del proceso productivo y la obtención de excedentes económicos. La adecuada acumulación y utilización del capital se convierte así en un elemento clave para la sostenibilidad y

crecimiento de las unidades económicas, especialmente en el caso de las micro y pequeñas empresas, donde las limitaciones de capital condicionan directamente su desempeño financiero y su permanencia en el mercado.

2.3 Marco conceptual

– Financiamiento

Se le llama financiamiento al hecho de disponer de recursos financieros para poder pagar bienes o servicios que son necesarios para el desarrollo y crecimiento del proyecto económico. Al respecto Logreira y Bonnet (2017) indican que el financiamiento es el medio por el cual las personas jurídicas obtienen recursos y medios de pagos para poder obtener diferentes bienes o servicios, los que son necesarios para el realización de las actividades económicas y financieras de las empresas.

– Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son los distintos medios por los cuales una empresa puede llegar a adquirir el financiamiento necesario para su acrecentamiento. El tener distintas fuentes de financiamiento y distintos plazos de financiamiento, ayudan a la empresa a poder tomar mejores decisiones respecto a su necesidad. En esta línea, Delgado y Chávez (2018), declaran que las primordiales fuentes de financiamiento para las microempresas son el crédito bancario, aportes de los dueños, créditos externos y la reinversión de utilidades o financiamiento propio. Aunque principalmente es el sistema bancario ya sea privada o pública quienes brindan el financiamiento adecuado para que una empresa trabaje en el mercado laboral.

– Financiamiento interno

Es aquella generada por el actuar de la empresa, acumulando beneficios de la misma a lo largo del tiempo para poder reinvertir lo ganado. Verghe (2015) indica que, la financiación interna es la generada por las operaciones propias de la empresa, mediante el no reparto de utilidades, la creación de reservas para un fin específico o por el descuento de documentos generados por las operaciones normales de la compañía.

– **Financiamiento externo**

Es aquella que proveniente de entidades o entes externos a la empresa, como bancos financieros, inversores o similares, acerca de lo dicho, Verghe (2015) indica que la financiación externa comprende los fondos captados por fuera de la empresa, tarjetas de crédito, leasing, factoring, líneas de crédito bancario, fondos de garantía, tarjetas de crédito y financiación en divisas (préstamos del exterior).

– **Rentabilidad**

Tovar (2019), define la rentabilidad como la compensación que puede ofrecer una empresa a los diversos recursos utilizados para llevar a cabo las operaciones económicas, esta medida refleja la eficacia y eficiencia en la utilización de recursos financieros, de producción y humanos.

– **La rentabilidad económica**

Se define como la evaluación de los activos totales empleados en la empresa, sin considerar los métodos de financiación empleada, también se deja lado quienes fueron los que aportaron los recursos. Mientras este ratio sea mayor, más eficiente será la gestión de la empresa. (Alvarez, 2019).

– **La rentabilidad financiera**

Se define como la evaluación del rendimiento generado por los fondos que se invirtieron. Es decir, su principal objetivo es evaluar cuál es el rendimiento obtenido por la participación del dueño o dueños en la financiación de la empresa. (Alvarez, 2019).

CAPITULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

Las fuentes de financiamiento se relacionan de manera significativa en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023.

3.1.2 Hipótesis Especificas

- El financiamiento interno se relaciona de manera positiva de en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.
- El financiamiento externo se relaciona de manera positiva de en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.
- El plazo de financiamiento se relaciona de manera significativa en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.

3.2 Variable(s)

3.2.1 Variables

Las variables de análisis en esta investigación son las siguientes:

Variable Independiente: Fuentes de Financiamiento (X)

Dimensiones e Indicadores:

- Financiamiento Interno
 - Aporte del propietario
 - Reinversión de la utilidad
- Financiamiento Externo
 - Financiamiento mercantil
 - Créditos financieros
 - Financiamiento estatal
- Plazos de Financiamiento
 - Corto plazo
 - Mediano plazo
 - Largo plazo

Variable Dependiente: Rentabilidad (Y)

Dimensiones e indicadores:

- Rentabilidad económica
 - Ingresos
 - Egresos

- Margen de utilidad
- Rentabilidad financiera
- Ratio de liquidez
 - Rotación de inventarios
 - Capital de trabajo

3.2.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	<p>"El financiamiento es la obtención de fondos por parte de una empresa para financiar sus activos y operaciones. Estos fondos pueden provenir de dos fuentes principales: Internas: Recursos propios de la empresa, como utilidades retenidas o aportes de los socios. Externas: Recursos ajenos a la empresa, como préstamos bancarios, emisión de acciones o bonos. El objetivo del financiamiento es maximizar el valor de la empresa para sus accionistas. La empresa debe elegir la combinación de fuentes de financiamiento que le permita obtener el mayor valor posible, teniendo en cuenta el riesgo y el costo de cada fuente." (Brigham y Houston, 2023, p. 675)</p>	<p>El financiamiento es el proceso por el cual una empresa consigue fondos para sus actividades, se define operacionalmente por medio de fuentes y tipos de financiamiento.</p>	FINANCIAMIENTO INTERNO	APORTE DEL PROPIETARIO
				REINVERSION DE LA UTILIDAD
			FINANCIAMIENTO EXTERNO	FINANCIAMIENTO MERCANTIL
				FINANCIAMIENTO BANCARIO
				FINANCIAMIENTO NO BANCARIO
			PLAZO DE FINANCIAMIENTO	CORTO PLAZO
	MEDIANO PLAZO			
	LARGO PLAZO			
VARIABLE DEPENDIENTE				
RENTABILIDAD	<p>"Rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa para generar beneficios a partir de sus inversiones, es decir, la relación entre el beneficio neto y el capital propio. La rentabilidad es un indicador importante del éxito de una empresa, ya que mide la eficiencia con la que se utilizan los recursos para generar beneficios." (Van Homs, 2010, P. 27)</p>	<p>La rentabilidad es la capacidad que posee una empresa para generar un retorno sobre sus inversiones, se define operacionalmente mediante las siguientes dimensiones: la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera y la rentabilidad de capital.</p>	RENTABILIDAD ECONÓMICA	INGRESOS
				EGRESOS
				MARGEN DE UTILIDAD
			RENTABILIDAD FINANCIERA	RATIO DE LIQUIDEZ
				ROTACION DE INVENTARIOS
				CAPITAL DE TRABAJO

CAPITULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

4.1 Alcance de Investigación

De acuerdo a Hernández et al. (2014) los estudios descriptivos radican en describir situaciones, contextos, fenómenos y sucesos, detallando como son y cómo se llegan a manifestar estos. Asimismo, busca describir las cualidades o comportamiento del sujeto de estudio. En este mismo sentido, sostiene que las investigaciones de carácter correlacional son aquellas que buscan conocer el grado de asociación entre dos o más variables.

En este sentido, la presente investigación será de alcance descriptivo – correlacional, descriptivo ya que se describirá el comportamiento de las variables de estudio, y se especificará las características y su perfil, que se consideraron importantes para analizar los efectos del financiamiento sobre las microempresas, asimismo, se buscara determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023, porque se identificara si existe una relación entre las variables de estudio, y cuál es el grado de asociación que existe entre las mismas. Para buscar brindar una descripción precisa y minuciosa de los fenómenos a estudiar. Se analizarán datos sobre el financiamiento relacionados con el desarrollo de las microempresas del rubro abarrotes.

4.2 Enfoque de la investigación

Hernández et al. (2014), mencionan que los estudios de enfoque mixto son aquellos en los que se recopila la información y procederá a realizar mediciones cuantitativas para poder analizar los datos numéricos, también tiene una parte cualitativa puesto que también se analizarán datos no numéricos para comprender la relación de las dos variables de estudio.

El presente estudio adoptará un enfoque mixto, ya que se empleará el enfoque cuantitativo y cualitativo a la vez. Es por ello que se buscó medir la variable de las fuentes de financiamiento y su incidencia en el desarrollo de las microempresas rubro abarrotes mediante la recolección de datos cuantitativos como cualitativos.

4.3 Diseño de la Investigación

El diseño no experimental se da en aquellas investigaciones que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural. (Hernández et al., 2014).

El trabajo de investigación empleará el diseño no experimental dado que solo se analizará la información y no se alterarán las variables de estudio. Asimismo, será de corte transversal debido a que se obtienen datos de un solo momento, no en un periodo de tiempo. La finalidad es describir las variables, analizar su comportamiento y relación en un determinado momento. El estudio recogerá información del año 2023, de esta manera se podrá ver la incidencia de las fuentes de financiamiento sobre el crecimiento y desarrollo de las microempresas del rubro abarrotes del distrito de Santiago en Cusco en año específico. Los datos se recopilarán mediante la encuesta como técnica y el cuestionario como herramienta.

4.4 Población y muestra

4.4.1 Descripción de la población

Para Hernández et al. (2014), la población de estudio es el grupo completo de sujetos, los cuales comparten cualidades o características que son de interés para el investigador.

En la investigación, la población estará conformada por aquellos establecimientos comerciales que prestan servicio de abarrotes. Según la Municipalidad Distrital de Santiago (2024) para el año 2023 en el distrito de Santiago hubo 115 establecimientos comerciales dedicados a la venta de abarrotes.

4.4.2 Selección de la Muestra

Hernández et al (2014), el muestreo probabilístico es aquel donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra.

Para la investigación se empleará un muestreo probabilístico dado que no se hará de acuerdo a la conveniencia de los investigadores.

Para realizar el cálculo del número de la muestra se empleó la fórmula matemática siguiente:

Tabla 1. Muestra

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * N * p * q}{Z_{\alpha}^2 * p * q + (N - 1)e^2}$$

En la que:

n= Muestra

N= Población

p= % éxito

q= % fracaso

E= Error

Z= Grado de confianza

A partir de ello, se tiene lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 115 * 0.5 * 0.5}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (115 - 1)0.05^2}$$
$$n = \frac{110.446}{1.2454}$$
$$n = 88.68 \cong 89.$$

En este sentido, la muestra de la población de estudio, será de 89 tiendas de abarrotes.

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hernández et al. (2014), mencionan diversas técnicas para recopilar información, entre ellos, la encuesta que es una técnica de recolección por la cual se recopilan datos mediante la formulación de preguntas para los participantes con la finalidad de obtener información sobre comportamientos o características de interés. Asimismo, la entrevista, que es una técnica de recolección de manera directa en la que el entrevistador realiza preguntas a los participantes con el objetivo de conseguir información acerca de un tema en específico.

Se aplicará la encuesta y la entrevista para poder obtener datos de fuente primaria de forma inmediata.

Validez y confiabilidad

Tabla 2

Valor de Alfa de Cronbach

Indice	Nivel de Fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente]0.9,1]
2	Muy Bueno]0.7,0.9]
3	Bueno]0.5,0.7]
4	Regular]0.3,0.5]
5	Deficiente]0,0.3]

Fuente: Tuapanta et al. (2017): Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios

Tabla 3

Cuadro de Correlación de Spearman

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez & Campos (2015), cuadro de correlaciones de Spearman.

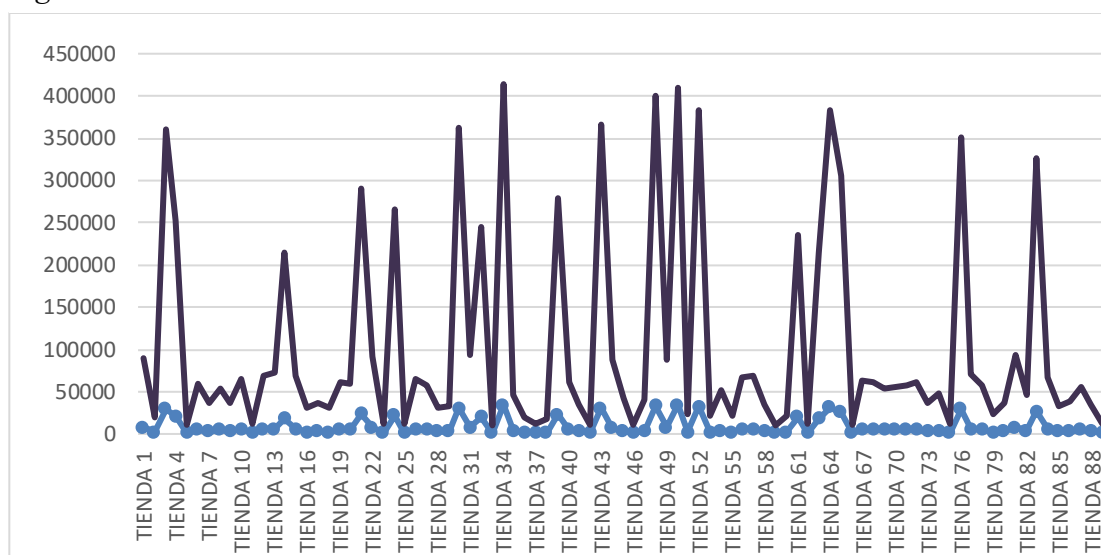
CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Presentación por resultados

Figura 1

Ingreso Anual



Fuente: Elaboración propia

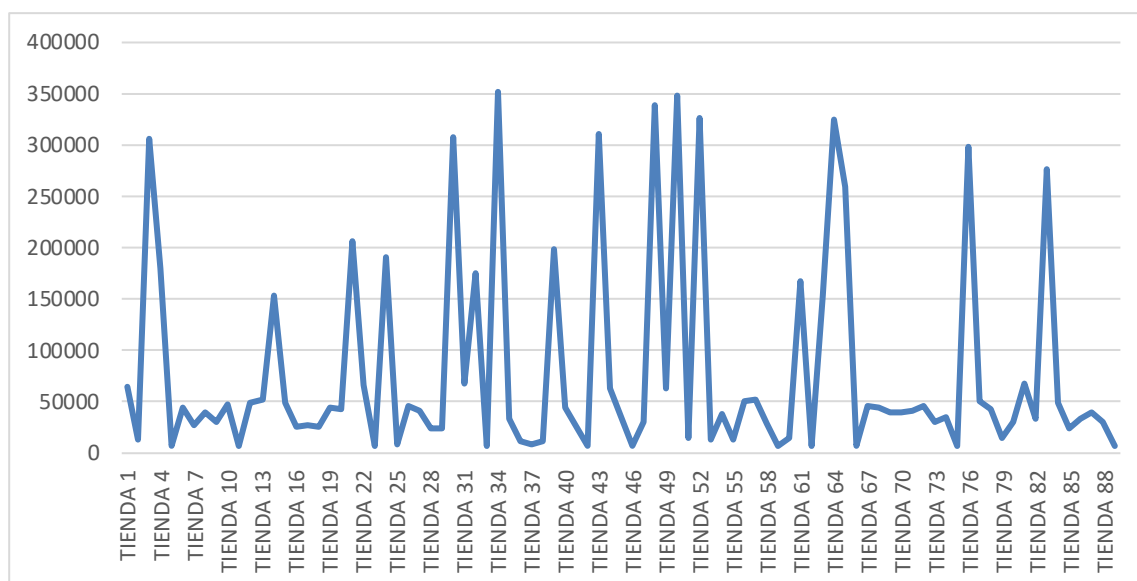
Los ingresos anuales de las 89 tiendas de abarrotes muestran una gran variabilidad. El valor máximo registrado supera los S/ 414,000, mientras que el ingreso mínimo apenas alcanza los S/ 10,800 anuales, lo que refleja la diferencia entre pequeñas tiendas de subsistencia y negocios de mayor escala. El promedio general de ingresos se sitúa alrededor de los S/ 120,000 anuales, aunque la presencia de tiendas con facturación muy alta genera una dispersión significativa en la distribución de los datos.

Este comportamiento evidencia que el sector abarrotes en la ciudad se caracteriza por una alta heterogeneidad: la mayoría de las tiendas opera con ingresos reducidos, cubriendo necesidades básicas de la población cercana, mientras que un grupo minoritario concentra volúmenes de venta mucho más altos, probablemente debido a factores como ubicación

estratégica, diversificación de productos o mejor capacidad de gestión. Esta dualidad sugiere que, aunque la mayoría de negocios se mantiene en un rango limitado de crecimiento, existe un potencial de escalamiento cuando se optimizan estrategias comerciales y financieras.

Figura 2

Costo Anual



Fuente: Elaboración propia

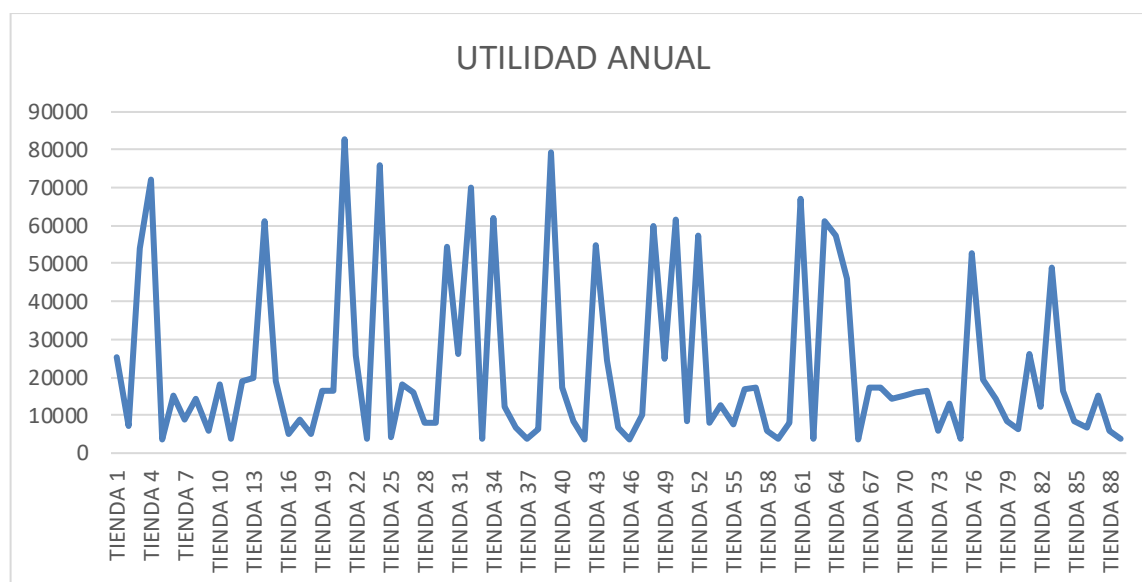
Los costos anuales presentan una alta dispersión, con un mínimo de S/ 7,200 y un máximo cercano a S/ 351,900, lo que muestra una gran diferencia entre microtiendas de baja escala y negocios que operan con volúmenes muy altos. El promedio general se ubica alrededor de los S/ 95,000 – 100,000 anuales, aunque existen varios valores extremos elevados que elevan el promedio por encima de la mayoría de los casos.

Este comportamiento refleja que, al igual que en los ingresos, la mayoría de tiendas de abarrotes son negocios pequeños con costos relativamente bajos, destinados a cubrir inventarios limitados para un mercado reducido. Sin embargo, algunas tiendas alcanzan

niveles de costos comparables a negocios de tipo mini market o almacén mayorista, lo que evidencia diferentes estrategias de operación y escalas dentro del mismo sector. En términos de gestión, aquellas con altos costos requieren mayor control de inventarios, negociación con proveedores y manejo de flujo de caja, mientras que las de menor escala funcionan principalmente como negocios familiares de subsistencia con costos estables y reducidos.

Figura 3

Utilidad Neta Anual



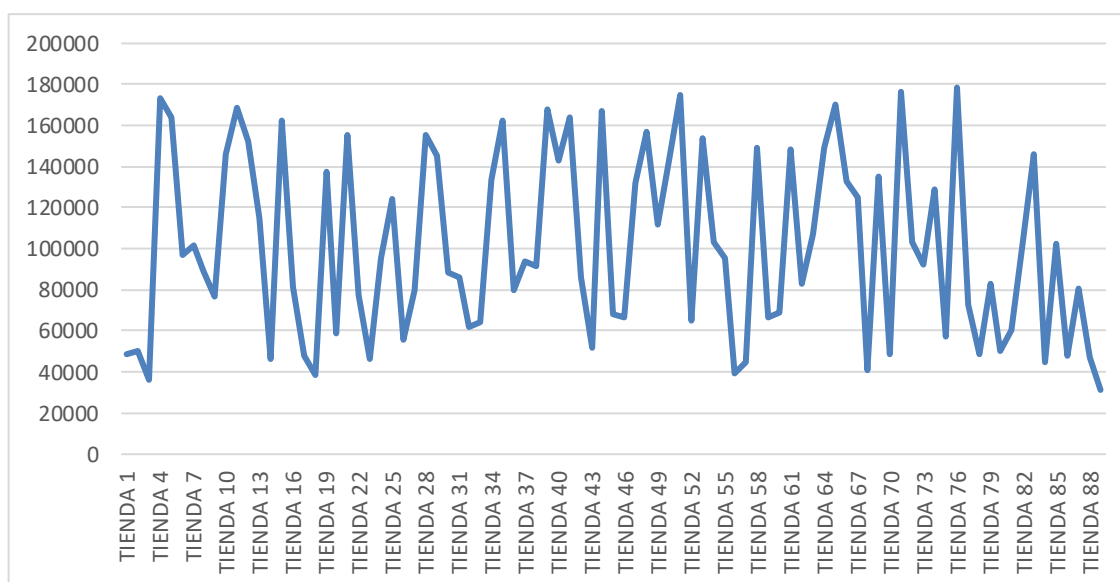
Fuente: Elaboración propia

Las utilidades anuales presentan una marcada dispersión: el valor máximo registrado se acerca a los S/ 82,800, mientras que el mínimo se ubica en apenas S/ 3,600, lo que refleja diferencias significativas en la rentabilidad alcanzada por cada negocio. El promedio general de las utilidades anuales se encuentra alrededor de los S/ 20,000 – 25,000, aunque existen varios casos atípicos hacia arriba que elevan la media, mientras que la mayoría de tiendas mantiene utilidades más bajas.

Este comportamiento muestra que la mayoría de tiendas de abarrotes se encuentran en una situación de rentabilidad limitada, probablemente debido a su tamaño pequeño, costos operativos relativamente altos y márgenes ajustados. Sin embargo, un grupo reducido de negocios logra utilidades muy superiores, lo cual puede estar asociado a factores como una mejor gestión de inventarios, capacidad de negociación con proveedores, ubicación estratégica o un nivel de ventas que supera con amplitud el promedio. En conjunto, los resultados evidencian la heterogeneidad del sector, donde conviven tiendas familiares de subsistencia con utilidades mínimas junto a establecimientos con características de mayor escala y competitividad.

Figura 4

Activos Totales Iniciales



Fuente: Elaboración propia

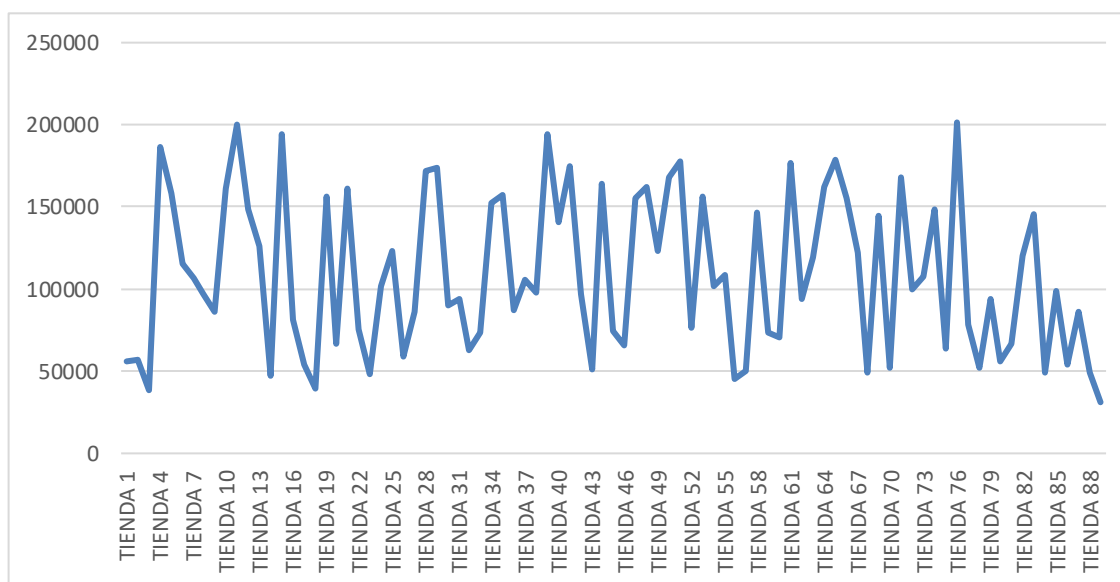
Los activos totales iniciales de las tiendas muestran una marcada variación. El valor máximo alcanza aproximadamente los S/ 178,000, mientras que el mínimo se ubica en torno a S/ 31,000. El promedio general se encuentra cercano a los S/ 100,000, aunque la dispersión

es amplia, con varias tiendas ubicadas por encima de los S/ 150,000 y otras muy por debajo del promedio. Este rango refleja diferencias significativas en la inversión inicial de cada negocio.

La información evidencia la heterogeneidad en la capacidad de inversión de las tiendas de abarrotes: algunas operan con recursos muy limitados, probablemente negocios familiares de pequeña escala, mientras que otras cuentan con un nivel de activos iniciales elevados, más cercanos a un mini market o negocio mayorista. Esta diferencia en el capital invertido condiciona las posibilidades de cada tienda en cuanto a volumen de inventario, infraestructura y capacidad de atender una mayor demanda. En consecuencia, los activos iniciales son un factor clave que explica por qué ciertas tiendas alcanzan mayores niveles de ingreso y rentabilidad en comparación con aquellas que operan con recursos reducidos.

Figura 5

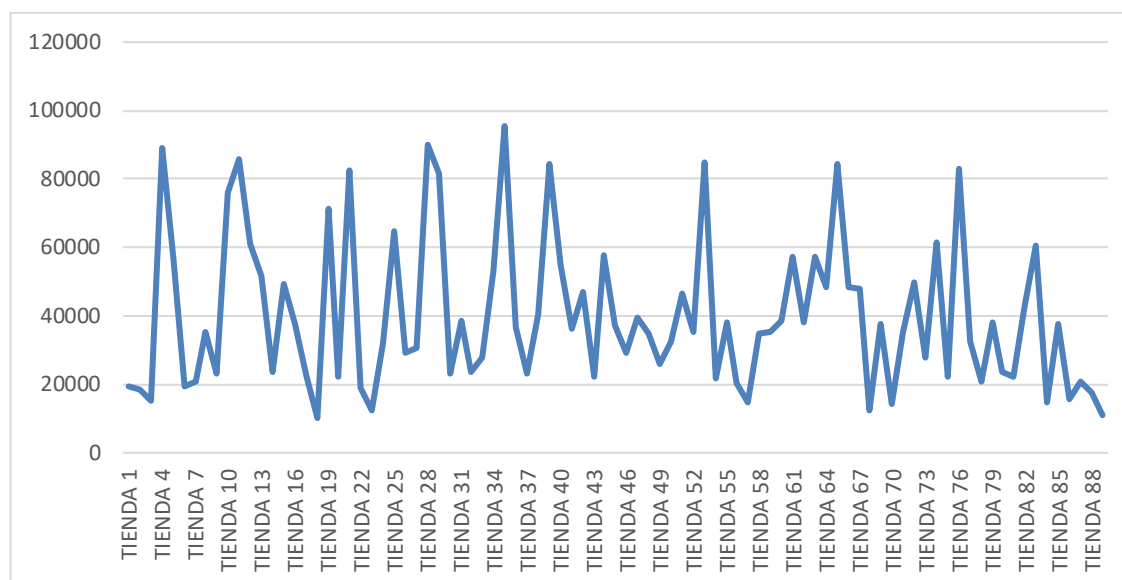
Activos Totales Cierre



Fuente: Elaboración propia

Los activos al cierre muestran un rango bastante amplio. El valor máximo alcanza los S/ 201,425, mientras que el mínimo desciende hasta aproximadamente S/ 31,112. El promedio general se ubica alrededor de los S/ 110,000 – 115,000, lo que indica un crecimiento moderado respecto al valor de activos al inicio. Sin embargo, se mantienen importantes diferencias entre tiendas con altos volúmenes de inversión y otras con estructuras de activos reducidas.

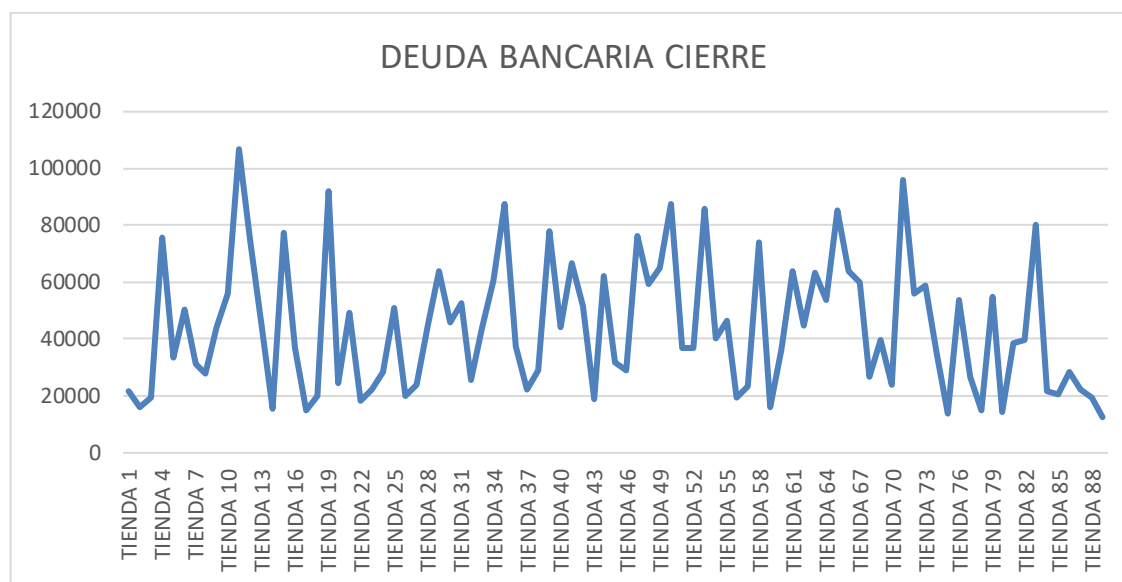
Este comportamiento refleja que, a lo largo del periodo, varias tiendas lograron incrementar sus activos, lo cual puede asociarse a reinversión de utilidades, compra de inventario o mejoras en infraestructura. No obstante, persiste una fuerte heterogeneidad: algunas tiendas cerraron con niveles bajos de activos, posiblemente por limitaciones en reinversión, dificultades financieras o manejo de liquidez. En general, la evolución de los activos de cierre evidencia que mientras un grupo minoritario de tiendas expande su capacidad operativa, la mayoría se mantiene en rangos medios o bajos, lo que marca diferencias en el potencial competitivo dentro del sector abarrotes.

Figura 6*Deuda Bancaria Inicial*

Fuente: Elaboración propia

La deuda bancaria inicial de las tiendas de abarrotes muestra una alta dispersión. El valor máximo supera los S/ 95,000, mientras que el mínimo se ubica en torno a los S/ 11,200. El promedio general se encuentra alrededor de los S/ 38,000 – 40,000, lo que refleja que muchas tiendas dependen del financiamiento externo para iniciar o sostener sus operaciones.

Este comportamiento indica que el apalancamiento financiero es un componente importante en el sector de abarrotes. Las tiendas con mayores niveles de deuda probablemente cuentan con una mayor capacidad de compra de inventarios o de mejoras en infraestructura, lo que podría potenciar sus ingresos y utilidades. Sin embargo, este nivel de endeudamiento también implica riesgos financieros: altos intereses, presión sobre la liquidez y vulnerabilidad frente a caídas en las ventas. En contraste, las tiendas con menores deudas se mantienen con mayor independencia financiera, pero con limitaciones en su capacidad de crecimiento y expansión.

Figura 7*Deuda Bancaria Cierre*

Fuente: Elaboración propia

Los niveles de deuda bancaria al cierre presentan una dispersión considerable. El valor máximo alcanza los S/ 106,807, mientras que el mínimo es de apenas S/ 12,548, evidenciando diferencias importantes en el apalancamiento financiero de las tiendas. El promedio general se ubica en torno a los S/ 42,000 – 45,000, cifra ligeramente superior al promedio inicial, lo cual refleja que, en conjunto, varias tiendas incrementaron su nivel de endeudamiento durante el periodo.

Este comportamiento indica que muchas tiendas de abarrotes recurren al crédito bancario como una herramienta para sostener o ampliar sus operaciones, ya sea mediante compra de inventarios, mejoras en infraestructura o refinanciamiento de pasivos. Sin embargo, el incremento en los niveles de deuda también implica una mayor exposición a riesgos financieros, pues compromete parte de la utilidad futura al pago de intereses y amortizaciones. Las tiendas con deuda creciente, pero con ingresos estables corren riesgo de

presión en su liquidez, mientras que aquellas que logran apalancarse de manera eficiente pueden potenciar su crecimiento y competitividad.

Figura 8

Inventario Inicial



Fuente: Elaboración propia

El inventario inicial del 2023 presenta una gran variación entre las tiendas. El valor máximo supera los S/ 23,500, mientras que el mínimo es apenas de S/ 2,210, lo que refleja distintos niveles de capital destinado al inicio de operaciones. El promedio general se sitúa en torno a los S/ 9,000 – 10,000, aunque existen varios casos extremos que elevan la media por encima de la mayoría de las tiendas que trabajan con inventarios más modestos.

Este comportamiento evidencia que la mayoría de tiendas de abarrotes funcionan con un inventario reducido, probablemente adaptado a la demanda diaria de clientes en barrios y zonas residenciales, mientras que un grupo minoritario mantiene inventarios mucho más altos, posiblemente debido a una mayor clientela, ubicación estratégica o una política de compra al por mayor. Esta diferencia en los niveles iniciales de inventario es un factor clave

en la capacidad de venta y reposición de mercadería, marcando la diferencia entre negocios de subsistencia y otros con mayor escala operativa.

Figura 9

Inventario Cierre



Fuente: Elaboración propia

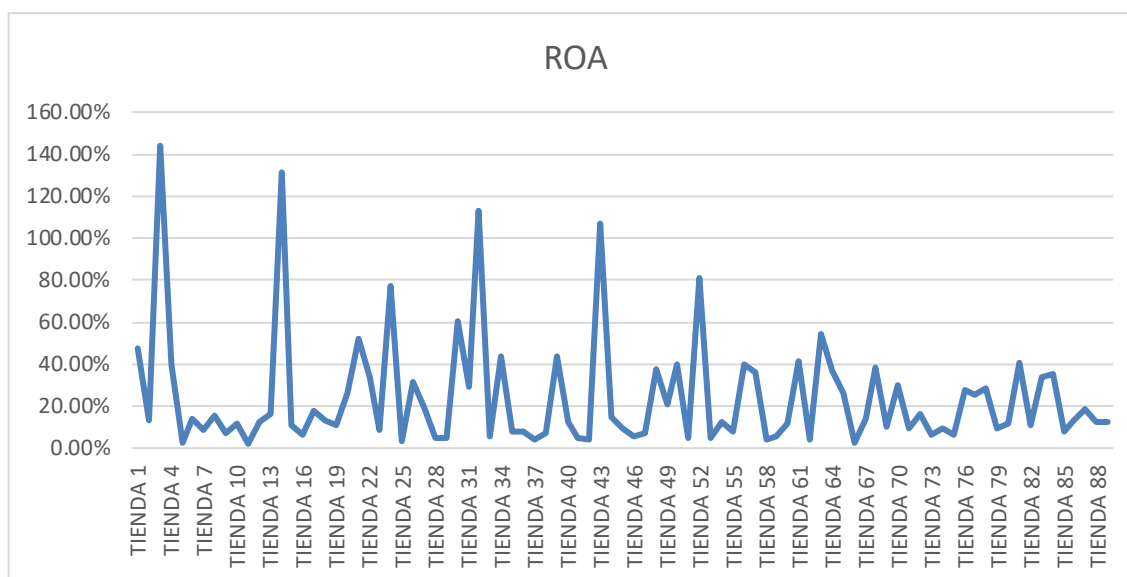
Los inventarios finales del 2023 muestran un rango amplio entre las tiendas. El valor máximo se acerca a los S/ 22,200, mientras que el mínimo es de apenas S/ 2,000, reflejando diferentes niveles de stock al cierre del año. El promedio general se ubica en torno a los S/ 9,000 – 10,500, una cifra similar al inventario inicial, lo que indica que en conjunto las tiendas no presentan variaciones muy significativas en su capacidad de almacenamiento, aunque sí existen casos particulares con aumentos o reducciones marcadas.

Este comportamiento evidencia dos tendencias: por un lado, varias tiendas cerraron el año con inventarios similares o incluso mayores a los iniciales, lo que podría deberse a una política de reposición constante, mayor volumen de compras o menor rotación de productos. Por otro lado, algunas tiendas finalizaron con inventarios muy reducidos, lo que puede

reflejar ventas elevadas sin reposición suficiente o dificultades de financiamiento para adquirir nueva mercadería. En general, la diferencia entre inventario inicial y final es clave para evaluar la gestión de abastecimiento y rotación de productos, ya que un manejo eficiente del inventario impacta directamente en los costos, la liquidez y la rentabilidad de cada tienda.

Figura 10

Rentabilidad Económica-ROA



Fuente: Elaboración propia

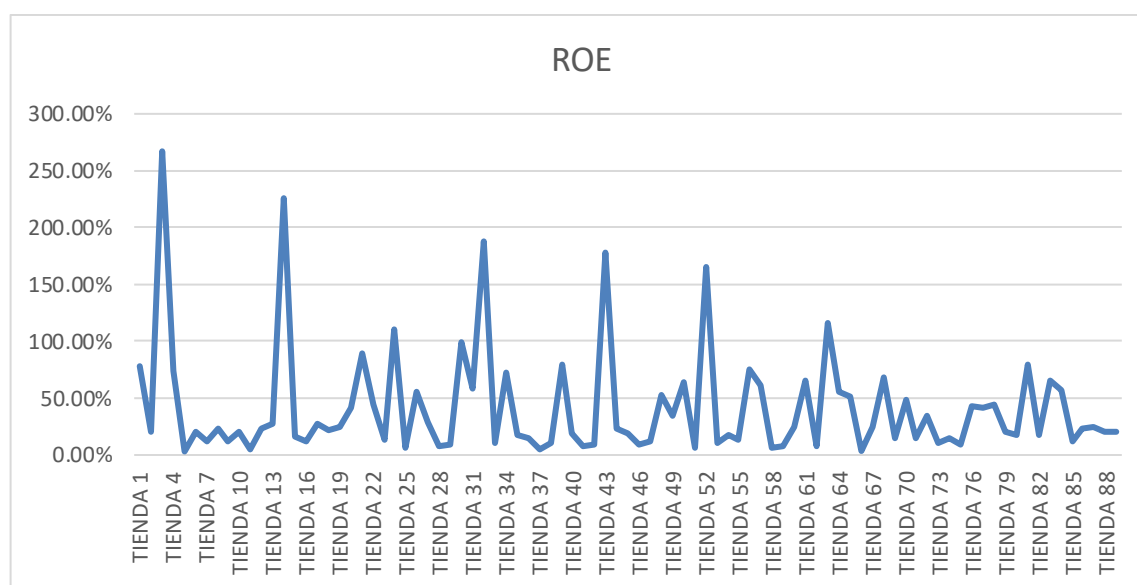
El análisis de la rentabilidad económica muestra valores muy heterogéneos. El ROA máximo alcanza aproximadamente 143.98%, mientras que el mínimo se sitúa en torno a 2.06%, lo cual refleja diferencias extremas en la eficiencia con que las tiendas utilizan sus activos para generar utilidades. El promedio general de las 89 tiendas se ubica alrededor de 25% – 30%, lo que indica que, en términos globales, por cada sol invertido en activos se está generando entre 0.25 y 0.30 soles de utilidad neta anual.

Estos resultados evidencian que algunas tiendas logran un uso altamente eficiente de sus recursos, posiblemente gracias a una adecuada rotación de inventario, control de costos

y mayor volumen de ventas, mientras que otras apenas logran retornos mínimos sobre sus activos. La dispersión en los niveles de ROA refleja la dualidad del sector abarrotes: por un lado, negocios familiares de baja escala y limitada capacidad de gestión que apenas cubren costos, y por otro, establecimientos mejor estructurados que alcanzan niveles de eficiencia comparables a empresas de mayor tamaño. En conjunto, la alta variabilidad sugiere que existe un potencial de mejora en la gestión de activos en la mayoría de las tiendas, especialmente en aquellas con rentabilidades inferiores al promedio.

Figura 11

Rentabilidad Financiera-ROE



Fuente: Elaboración propia

El ROE presenta una dispersión incluso mayor que el ROA. El máximo registrado supera el 267%, mientras que el mínimo se ubica en apenas 3.10%, evidenciando grandes diferencias en la rentabilidad obtenida por los propietarios sobre su patrimonio. El promedio general se encuentra alrededor del 40% – 45%, lo que significa que, en términos agregados,

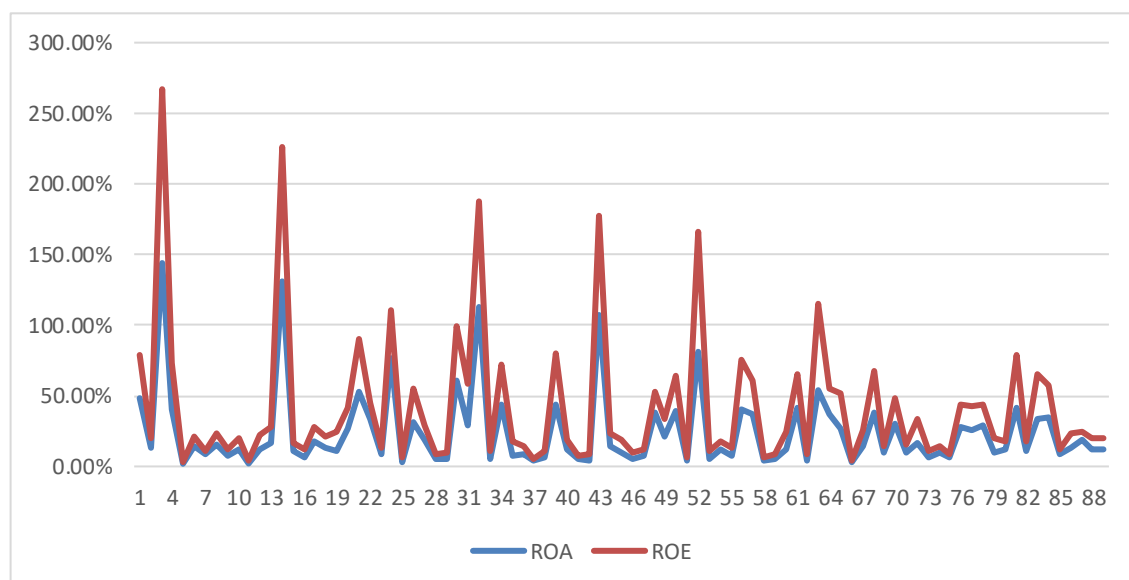
por cada sol invertido por los dueños en su tienda, reciben entre 0.40 y 0.45 soles de utilidad neta anual.

Estos resultados muestran que algunas tiendas logran rentabilidades extraordinarias sobre su patrimonio, probablemente porque combinan una buena gestión de activos con un nivel de endeudamiento que potencia la rentabilidad (apalancamiento positivo). Sin embargo, otras presentan ROE muy bajos, lo que refleja un uso poco eficiente de los recursos propios o un efecto negativo de la deuda en su desempeño financiero. La dispersión tan amplia sugiere que la estructura de financiamiento (patrimonio vs. deuda) juega un papel clave en el sector: mientras que ciertas tiendas aprovechan el crédito para incrementar su retorno, otras enfrentan mayores costos financieros que reducen su beneficio para los dueños.

COMPARACIÓN DEL ROA VS ROE

Figura 12

Comparación del ROA VS ROE



Fuente: Elaboración propia

El análisis conjunto de la rentabilidad económica (ROA) y la rentabilidad financiera (ROE) evidencia que la mayoría de las tiendas de abarrotes presentan un ROE mayor que el ROA, lo cual indica que el uso de deuda ha potenciado la rentabilidad de los propietarios, generando un efecto de apalancamiento positivo. Casos como Tienda 3 (ROA 143.98% vs. ROE 267.04%) o Tienda 14 (ROA 131.48% vs. ROE 225.86%) reflejan una gestión eficiente del crédito, ya que el financiamiento externo les ha permitido multiplicar las utilidades obtenidas respecto al patrimonio invertido.

Sin embargo, también se identifican tiendas donde el ROE resulta muy cercano o incluso inferior al ROA, lo que revela un apalancamiento negativo o poco significativo. En negocios como Tienda 5 (ROA 2.23% vs. ROE 3.10%) o Tienda 63 (ROA 2.50% vs. ROE 4.12%), la deuda no logra generar valor adicional y más bien puede convertirse en una carga financiera que limita la utilidad de los dueños. En síntesis, la comparación demuestra que mientras algunas tiendas utilizan la deuda como una herramienta para crecer, otras mantienen bajos niveles de eficiencia, evidenciando que el endeudamiento puede ser tanto un motor de crecimiento como un riesgo según la gestión realizada.

5.1.1 Prueba de Confiabilidad

Tabla 4

Prueba de Confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa	de
Cronbach	N de elementos
,977	28

Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra las estadísticas de fiabilidad del instrumento utilizado en la investigación "Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023". Se aprecia que el coeficiente alfa de Cronbach obtenido es de 0,977, lo cual indica una excelente confiabilidad interna del instrumento. Este valor está muy cercano a 1, lo que sugiere que los 28 ítems del cuestionario miden de manera consistente el constructo evaluado.

Este nivel de confiabilidad asegura que las respuestas obtenidas a través del instrumento son altamente consistentes y que los ítems están adecuadamente relacionados entre sí. Dado el valor elevado de α , el instrumento es válido para continuar con la recopilación de datos sin necesidad de ajustes significativos en su estructura.

Tabla 5

Tabla de Frecuencia: años de constitución de la empresa.

¿Cuántos años de constitución tiene la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MENOS DE 1 AÑO	3	3,4	3,4	3,4
	ENTRE 1 A 3 AÑOS	23	25,8	25,8	29,2
	ENTRE 4 Y 6 AÑOS	27	30,3	30,3	59,6
	ENTRE 7 Y 10 AÑOS	20	22,5	22,5	82,0
	MAS DE 10 AÑOS	16	18,0	18,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago de la ciudad del Cusco en 2023, el 3,4% de las empresas tienen menos de 1 año de constitución, el 25,8% cuentan con entre 1 y 3 años, el 30,3% poseen entre 4 y 6 años, el 22,5% tienen entre 7 y 10 años y el 18,0% cuentan con más de 10 años de antigüedad. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 29,2% de las empresas tienen hasta 3 años de constitución, el 59,6% tienen hasta 6 años y el 82,0% tienen hasta 10 años, lo que indica que la mayoría de las empresas son relativamente nuevas, ya que solo el 18,0% tienen más de 10 años de existencia.

Tabla 6*Tabla de Frecuencia: rango de ingresos anuales*

¿Cuál es el rango de ingresos anuales aproximados de su tienda de abarrotes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MENOR O IGUAL A 50 000	27	30,3	30,3	30,3
	ENTRE 50 001 Y 100 000	29	32,6	32,6	62,9
	ENTRE 100 001 150 000	13	14,6	14,6	77,5
	ENTRE 150 001 Y 200 000	5	5,6	5,6	83,1
	MAS DE 200 000	15	16,9	16,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, entre las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco en 2023, el 30,3% tienen un ingreso anual menor o igual a 50,000; el 32,6% cuentan con ingresos entre 50,001 y 100,000; el 14,6% tienen ingresos entre 100,001 y 150,000; el 5,6% obtienen entre 150,001 y 200,000; y el 16,9% registran ingresos mayores a 200,000. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 62,9% de las tiendas generan hasta 100,000 anuales, el 77,5% hasta 150,000 y el 83,1% hasta 200,000, lo que indica que la mayoría de las tiendas de abarrotes tienen ingresos anuales que no superan los 200,000, siendo solo el 16,9% las que exceden esa cifra.

Tabla 7*Tabla de Frecuencia: rango de costos anuales*

¿Cuál es el rango de costos anuales aproximados de su tienda de abarrotes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MENOR O IGUAL A 40 000	28	31,5	31,5	31,5
	ENTRE 40 001 Y 80 000	31	34,8	34,8	66,3
	ENTRE 80 001 Y 120 000	9	10,1	10,1	76,4
	ENTRE 120 001 Y 160 000	6	6,7	6,7	83,1
	MAYOR A 160 000	15	16,9	16,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco en 2023, el 31,5% de las tiendas presentan costos anuales menores o iguales a 40,000; el 34,8% tienen costos entre 40,001 y 80,000; el 10,1% registran costos entre 80,001 y 120,000; el 6,7% enfrentan costos entre 120,001 y 160,000; y el 16,9% tienen costos mayores a 160,000. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 66,3% de las tiendas tienen costos anuales hasta 80,000; el 76,4% hasta 120,000; y el 83,1% hasta 160,000, lo que indica que la mayoría de las tiendas de abarrotes manejan costos anuales que no superan los 160,000, siendo únicamente el 16,9% las que exceden esa cifra.

Tabla 8

Tabla de Frecuencia: margen de utilidad anual.

¿Cuál es el margen de utilidad anual aproximado de su tienda de abarrotes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MENOR O IGUAL A 10 000	24	27,0	27,0	27,0
	ENTRE 10 001 Y 20 000	22	24,7	24,7	51,7
	ENTRE 20 001 Y 30 000	17	19,1	19,1	70,8
	ENTRE 30 001 Y 50 000	8	9,0	9,0	79,8
	MAYOR A 50 000	18	20,2	20,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco en 2023, el 27,0% de las tiendas tienen un margen de utilidad anual menor o igual a 10,000; el 24,7% cuentan con un margen entre 10,001 y 20,000; el 19,1% tienen un margen entre 20,001 y 30,000; el 9,0% presentan un margen entre 30,001 y 50,000; y el 20,2% registran un margen mayor a 50,000. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 51,7% de las tiendas tienen un margen de utilidad anual hasta 20,000; el 70,8% hasta 30,000; y el 79,8% hasta 50,000, lo que indica que la mayoría de las tiendas de abarrotes

tienen un margen de utilidad anual que no supera los 50,000, siendo el 20,2% las que exceden esa cifra.

Tabla 9

Tabla de Frecuencia: margen de utilidad por producto.

¿Cuál es el margen de utilidad por producto aproximado de su tienda de abarrotes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MENOS DE 5%	31	34,8	34,8	34,8
ENTRE 5% Y 10%	43	48,3	48,3	83,1
ENTRE 10% Y 15%	12	13,5	13,5	96,6
MAS DE 20%	3	3,4	3,4	100,0
Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 34,8% de las tiendas tienen un margen de utilidad por producto aproximado de menos del 5%; el 48,3% cuentan con un margen entre el 5% y el 10%; el 13,5% tienen un margen entre el 10% y el 15%; y el 3,4% registran un margen de utilidad por producto de más del 20%. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 34,8% de las tiendas tienen un margen de utilidad hasta el 5%, el 83,1% hasta el 10%, el 96,6% hasta el 15%, y el 100% alcanzan márgenes superiores al 20%. Esto indica que la gran

mayoría de las tiendas de abarrotes tienen márgenes de utilidad por producto que no superan el 15%, siendo solo el 3,4% las que exceden el 20%.

Tabla 10

Tabla de Frecuencia: adquisición de préstamo.

¿Se ha requerido algún préstamo recientemente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	52	58,4	58,4	58,4
	NO	37	41,6	41,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 58,4% de las tiendas han requerido algún préstamo recientemente, mientras que el 41,6% no lo han hecho. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 58,4% de las tiendas han solicitado financiamiento, alcanzando el 100% al considerar las que no lo han hecho, lo que indica que una mayoría significativa de estas MYPES del sector comercio dependen de fuentes de financiamiento para su rentabilidad.

Tabla 11

Tabla de Frecuencia: monto aproximado de préstamo.

De ser así, ¿podrías compartir el monto aproximado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor o igual a 1000	15	28,8	28,8	28,8
	Entre 1000 a 2000	18	34,6	34,6	63,5
	Entre 2000 a 4000	11	21,2	21,2	84,6
	Entre 4000 a 6000	3	5,8	5,8	90,4
	Mayor a 6000	5	9,6	9,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, entre las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 28,8% de los encuestados compartieron que el monto aproximado del préstamo solicitado es menor o igual a 1,000; el 34,6% indicaron un monto entre 1,001 y 2,000; el 21,2% mencionaron un monto entre 2,001 y 4,000; el 5,8% señalaron un monto entre 4,001 y 6,000; y el 9,6% reportaron un monto mayor a 6,000. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 63,5% de las tiendas han solicitado préstamos de hasta 2,000, el 84,6% hasta 4,000 y el 90,4% hasta 6,000, lo que indica que la mayoría de las

MYPES del sector comercio requieren montos relativamente bajos de financiamiento para sus operaciones, siendo solo el 9,6% las que solicitan préstamos mayores a 6,000.

Tabla 12

Tabla de Frecuencia: tasa de interés del préstamo.

¿Qué tasa de interés se negoció en el último préstamo?

		Porcentaje			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	acumulado
Válido	Menos de 10%	7	13,5	13,5	13,5
	Entre 10% y 15%	20	38,5	38,5	51,9
	Entre 15% y 20%	13	25,0	25,0	76,9
	Entre 20% y 25%	7	13,5	13,5	90,4
	Mayor al 25%	5	9,6	9,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 13,5% de los encuestados negociaron una tasa de interés de menos del 10% en su último préstamo; el 38,5% acordaron una tasa entre el 10% y el 15%; el 25,0% obtuvieron una tasa entre el 15% y el 20%; el 13,5% enfrentaron una tasa entre el 20% y el 25%; y el 9,6% se les aplicó una tasa mayor al 25%. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 51,9% de las tiendas negociaron tasas de interés hasta el 15%,

el 76,9% hasta el 20% y el 90,4% hasta el 25%, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio acceden a préstamos con tasas de interés que no superan el 25%, siendo solo el 9,6% las que pagan tasas mayores al 25%.

Tabla 13

Tabla de Frecuencia: Capital aproximado de inversión.

¿Cuál es el aproximado del capital que tiene invertido en su empresa?

		Porcentaje			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	acumulado
Válido	Menor o igual a 20 000	13	25,0	25,0	25,0
	Entre 20 001 y 40 000	20	38,5	38,5	63,5
	Entre 41 000 y 60 000	8	15,4	15,4	78,8
	Entre 60 001 y 100 000	6	11,5	11,5	90,4
	Mayor a 100 000	5	9,6	9,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 25,0% de los encuestados tienen un capital invertido en su empresa menor o igual a 20,000; el 38,5% cuentan con un capital entre 20,001 y 40,000; el 15,4% tienen inversiones entre 41,000 y 60,000; el 11,5% manejan un capital entre 60,001 y 100,000; y el 9,6% poseen un capital mayor a 100,000. Al analizar el porcentaje acumulado,

se observa que el 63,5% de las tiendas tienen inversiones de capital hasta 40,000; el 78,8% hasta 60,000; y el 90,4% hasta 100,000, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio operan con un capital invertido que no supera los 100,000, siendo solo el 9,6% las que invierten montos superiores a esa cifra.

VARIABLE 1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 14

Aporte del propietario.

¿Cómo calificaría el monto aportado por el propietario para la constitución de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	5	5,6	5,6	7,9
	Regular	37	41,6	41,6	49,4
	Alto	36	40,4	40,4	89,9
	Muy alto	9	10,1	10,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 25,0% de los encuestados tienen un capital invertido en su

empresa menor o igual a 20,000; el 38,5% cuentan con un capital entre 20,001 y 40,000; el 15,4% tienen inversiones entre 41,000 y 60,000; el 11,5% manejan un capital entre 60,001 y 100,000; y el 9,6% poseen un capital mayor a 100,000. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 63,5% de las tiendas tienen inversiones de capital hasta 40,000; el 78,8% hasta 60,000; y el 90,4% hasta 100,000, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio operan con un capital invertido que no supera los 100,000, siendo solo el 9,6% las que invierten montos superiores a esa cifra.

El análisis de estos datos revela que las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago cuentan predominantemente con inversiones de capital modestas, lo cual podría reflejar limitaciones en el acceso a fuentes de financiamiento o una preferencia por operaciones a menor escala. Este hecho tiene implicaciones directas en la rentabilidad y capacidad de crecimiento de estas MYPES, ya que un capital limitado puede restringir la expansión de inventarios, mejoras en infraestructura y adopción de tecnologías que aumenten la eficiencia operativa. Además, el reducido porcentaje de empresas con inversiones mayores a 100,000 sugiere que pocas tiendas están en posición de competir en mercados más amplios o diversificar significativamente sus ofertas de productos.

Tabla 15*Efectividad del Aporte Interno*

¿Cómo calificaría Ud. la efectividad del aporte interno realizado por el propietario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	6	6,7	6,7	9,0
	Regular	36	40,4	40,4	49,4
	Alto	39	43,8	43,8	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados califican la efectividad del aporte interno realizado por el propietario como muy bajo; el 6,7% lo consideran bajo; el 40,4% lo califican como regular; el 43,8% lo perciben como alto; y el 6,7% lo evalúan como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 9,0% de las tiendas perciben la efectividad del aporte interno como bajo o muy bajo, el 49,4% lo consideran regular o inferior, y el 93,3% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del

sector comercio perciben la efectividad del aporte interno realizado por el propietario como regular o alta, siendo solo el 6,7% las que lo evalúan como muy alto.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes consideran que la efectividad del aporte interno del propietario es regular o alta. Esto sugiere que los aportes internos son fundamentales para el funcionamiento y desarrollo de estas MYPES, aunque pocos propietarios consideran que su efectividad es muy alta. La percepción mayoritaria de efectividad regular o alta puede reflejar limitaciones en los recursos disponibles o desafíos en maximizar el impacto de las inversiones internas, lo cual podría estar influenciado por las fuentes de financiamiento disponibles y afectar la rentabilidad general de las empresas.

Tabla 16*Aporte del Propietario.*

Aporte del propietario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	5	5,6	5,6	7,9
	Regular	31	34,8	34,8	42,7
	Alto	45	50,6	50,6	93,3
	Muy Alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados consideran el aporte del propietario como muy bajo; el 5,6% lo califican como bajo; el 34,8% lo perciben como regular; el 50,6% lo evalúan como alto; y el 6,7% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 42,7% de las tiendas califican el aporte del propietario hasta regular, y el 93,3% hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio perciben el aporte del propietario como alto, siendo solo el 7,8% las que lo evalúan como bajo o muy bajo.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes valoran positivamente el aporte del propietario, considerándolo alto o muy alto. Esto sugiere que el capital inicial y los recursos aportados por los propietarios son fundamentales para el funcionamiento y crecimiento de estas MYPES. Sin embargo, una proporción significativa, el 42,7%, percibe el aporte como regular o inferior, lo que podría indicar limitaciones financieras o desafíos en la inversión de capital propio. Este panorama puede tener implicaciones en la rentabilidad y capacidad de expansión de las empresas, afectando su competitividad en el sector comercio.

Tabla 17

Proporción de Utilidades Destinadas a Reinversión.

¿Cómo evaluaría Ud. la proporción de las utilidades destinadas a la reinversión? (insumos, mobiliario y equipos)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	31	34,8	34,8	41,6
	Alto	44	49,4	49,4	91,0
	Muy alto	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados evalúan la proporción de las utilidades destinadas a la reinversión como muy baja; el 5,6% la consideran baja; el 34,8% la califican como regular; el 49,4% la perciben como alta; y el 9,0% la evalúan como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben la reinversión como baja o muy baja, el 41,6% la consideran regular o inferior, y el 91,0% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la proporción de utilidades que se destina a reinversión.

El análisis de estos datos revela que casi la mitad de las tiendas de abarrotes consideran que la proporción de las utilidades destinadas a reinversión es alta, lo cual sugiere un enfoque en fortalecer y expandir sus negocios mediante la inversión en insumos, mobiliario y equipos. Sin embargo, un 41,6% la perciben como regular o inferior, lo que podría reflejar limitaciones financieras o una menor prioridad en la reinversión. Este comportamiento en la reinversión puede tener un impacto significativo en la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de estas MYPES, influyendo en su capacidad para competir y adaptarse en el sector comercio.

Tabla 18

Impacto de la Reinversión en la Utilidad y Crecimiento.

¿Cómo considera Ud. el impacto de la reinversión de las utilidades en el crecimiento y desarrollo de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	6	6,7	6,7	7,9
	Regular	26	29,2	29,2	37,1
	Alto	43	48,3	48,3	85,4
	Muy alto	13	14,6	14,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados consideran el impacto de la reinversión de las utilidades en el crecimiento y desarrollo de la empresa como muy bajo; el 6,7% lo califican como bajo; el 29,2% lo perciben como regular; el 48,3% lo evalúan como alto; y el 14,6% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 7,9% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 37,1% lo consideran regular o inferior, y el 85,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del

sector comercio valoran positivamente el impacto de la reinversión de las utilidades en su crecimiento y desarrollo.

El análisis de estos datos revela que casi la mitad de las tiendas de abarrotes (48,3%) consideran que la reinversión de las utilidades tiene un impacto alto en el crecimiento y desarrollo de sus empresas, y un adicional 14,6% la evalúan como muy alta. Esto sugiere que la reinversión es vista como un factor clave para el fortalecimiento y expansión de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 37,1% de los encuestados perciben el impacto como regular o menor, lo que podría indicar limitaciones en los recursos disponibles para reinversión o una falta de percepción sobre su importancia. Este hallazgo destaca la necesidad de fomentar prácticas que promuevan la reinversión de utilidades para mejorar la rentabilidad y competitividad de estas empresas.

Tabla 19*Reinversión de la Utilidad.*

Reinversión de la utilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	26	29,2	29,2	34,8
	Alto	47	52,8	52,8	87,6
	Muy Alto	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la reinversión de la utilidad como muy bajo; el 4,5% la consideran baja; el 29,2% la perciben como regular; el 52,8% la evalúan como alta; y el 12,4% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben la reinversión como baja o muy baja, el 34,8% la consideran regular o inferior, y el 87,6% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la proporción de utilidades que se destina a reinversión.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes destinan una proporción significativa de sus utilidades a la reinversión, lo que sugiere un enfoque estratégico en el crecimiento y mejora de sus operaciones mediante la adquisición de insumos, mobiliario y equipos. Esta tendencia puede contribuir a la sostenibilidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio, al permitirles actualizarse y adaptarse a las demandas del mercado. Sin embargo, un 34,8% de las tiendas consideran su reinversión como regular o inferior, lo que podría señalar limitaciones financieras o una falta de recursos suficientes para invertir de manera más significativa.

Tabla 20

Financiamiento Interno.

Financiamiento interno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	21	23,6	23,6	30,3
	Alto	53	59,6	59,6	89,9
	Muy Alto	9	10,1	10,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el financiamiento interno como muy bajo; el 5,6% lo consideran bajo; el 23,6% lo perciben como regular; el 59,6% lo evalúan como alto; y el 10,1% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el financiamiento interno como bajo o muy bajo, el 30,3% lo consideran regular o inferior, y el 89,9% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su financiamiento interno.

El análisis de estos datos revela que una amplia mayoría de las tiendas de abarrotes dependen en gran medida de su financiamiento interno, considerándolo como alto o muy alto. Esto sugiere que estas MYPES confían principalmente en recursos propios y reinversión de utilidades para operar y expandirse, posiblemente debido a limitaciones en el acceso a fuentes externas de financiamiento o preferencias por evitar deudas. Sin embargo, el hecho de que un 30,3% de los encuestados perciba su financiamiento interno como regular o inferior indica que existe un segmento significativo de empresas que podrían enfrentar desafíos para generar suficientes recursos internos, lo cual podría afectar su rentabilidad y capacidad de crecimiento en el sector comercio.

Tabla 21

Calificación del impacto de Créditos Comerciales a la Empresa.

¿Cómo calificaría Ud. el impacto de los créditos comerciales en la empresa para financiar sus actividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	17	19,1	19,1	22,5
	Regular	30	33,7	33,7	56,2
	Alto	33	37,1	37,1	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados califican el impacto de los créditos comerciales como muy bajo; el 19,1% lo consideran bajo; el 33,7% lo perciben como regular; el 37,1% lo evalúan como alto; y el 6,7% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 22,5% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 56,2% lo consideran regular o inferior, y el 93,3% lo califican hasta alto, lo que indica

que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el impacto de los créditos comerciales en la financiación de sus actividades.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben que los créditos comerciales tienen un impacto alto o muy alto en la financiación de sus actividades, con un 37,1% y 6,7% respectivamente, sumando un total del 43,8%. Esto sugiere que los créditos comerciales son una herramienta importante para estas MYPES, facilitando su operatividad y potencial crecimiento. Sin embargo, un 22,5% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, y un 33,7% como regular, lo que podría señalar limitaciones en el acceso o en las condiciones de los créditos, afectando la capacidad de algunas empresas para financiar sus actividades de manera óptima.

Tabla 22*Accesibilidad a Créditos Comerciales.*

¿Cómo considera Ud. la accesibilidad hacia los créditos comerciales con sus proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	6	6,7	6,7	6,7
	Bajo	14	15,7	15,7	22,5
	Regular	29	32,6	32,6	55,1
	Alto	35	39,3	39,3	94,4
	Muy alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 6,7% de los encuestados consideran la accesibilidad hacia los créditos comerciales con sus proveedores como muy baja; el 15,7% la califican como baja; el 32,6% la perciben como regular; el 39,3% la evalúan como alta; y el 5,6% la consideran muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 22,5% de las tiendas perciben la accesibilidad como baja o muy baja, el 55,1% la consideran regular o inferior, y

el 94,4% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la accesibilidad a créditos comerciales con sus proveedores.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago perciben una buena accesibilidad a los créditos comerciales, con un 39,3% evaluándola como alta y un adicional del 5,6% considerándola muy alta. Esto sugiere que las relaciones comerciales con proveedores son favorables y que las MYPES tienen acceso relativamente fácil a financiamiento para sus operaciones. Sin embargo, el hecho de que el 22,5% de las tiendas consideren la accesibilidad como baja o muy baja y el 32,6% como regular indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos obstáculos podrían estar relacionados con condiciones de crédito restrictivas, falta de información o limitaciones financieras internas.

Tabla 23*Financiamiento Mercantil.*

Financiamiento Mercantil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	16	18,0	18,0	21,3
	Regular	25	28,1	28,1	49,4
	Alto	40	44,9	44,9	94,4
	Muy Alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados califican el financiamiento mercantil como muy bajo; el 18,0% lo consideran bajo; el 28,1% lo perciben como regular; el 44,9% lo evalúan como alto; y el 5,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 21,3% de las tiendas perciben el financiamiento mercantil como bajo o muy bajo, el 49,4% lo consideran regular o inferior, y el 94,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento mercantil disponible.

El análisis de estos datos revela que una porción significativa de las tiendas de abarrotes considera que el financiamiento mercantil es alto o muy alto, lo que sugiere un acceso relativamente favorable a recursos financieros a través de mecanismos comerciales como líneas de crédito con proveedores, financiamiento a través de ventas a crédito, y otras formas de financiamiento interno. Este acceso puede facilitar la operación diaria, la adquisición de inventarios y la expansión de las actividades comerciales, contribuyendo así a la rentabilidad y crecimiento de las MYPES. Sin embargo, el hecho de que el 21,3% de las tiendas perciban el financiamiento mercantil como bajo o muy bajo indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas, posiblemente relacionados con condiciones restrictivas, limitaciones en el crédito disponible o falta de relaciones comerciales sólidas.

Tabla 24*Accesibilidad a Créditos Bancarios.*

¿Cómo considera usted la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades bancarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	11	12,4	12,4	15,7
	Regular	30	33,7	33,7	49,4
	Alto	36	40,4	40,4	89,9
	Muy alto	9	10,1	10,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados consideran la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades bancarias como muy baja; el 12,4% la califican como baja; el 33,7% la perciben como regular; el 40,4% la evalúan como alta; y el 10,1% la consideran muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 15,7% de las tiendas perciben la accesibilidad como baja o muy baja, el 49,4% la consideran regular o inferior, y el 89,9% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades bancarias.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben la accesibilidad a los créditos bancarios como alta o muy alta, sumando un 50,5%. Esto sugiere que estas MYPES tienen un acceso relativamente favorable a recursos financieros a través de las instituciones bancarias, lo que puede facilitar sus actividades operativas y de expansión. Sin embargo, un notable 49,4% perciben la accesibilidad como regular o inferior, lo que indica que casi la mitad de las empresas podrían enfrentar desafíos para obtener créditos bancarios, posiblemente debido a criterios de préstamo estrictos, falta de garantías suficientes o limitada educación financiera.

Tabla 25*Transparencia de Entidades Bancarias.*

¿Cómo considera usted el nivel de transparencia de las entidades bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	14	15,7	15,7	18,0
	Regular	31	34,8	34,8	52,8
	Alto	35	39,3	39,3	92,1
	Muy alto	7	7,9	7,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados consideran el nivel de transparencia de las entidades bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento como muy bajo; el 15,7% lo califican como bajo; el 34,8% lo perciben como regular; el 39,3% lo evalúan como alto; y el 7,9% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 18,0% de las tiendas perciben la transparencia como baja o muy baja, el 52,8% la consideran regular o inferior, y el 92,1% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría

de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el nivel de transparencia de las entidades bancarias en la comunicación de las condiciones y costos de financiamiento.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben un alto o muy alto nivel de transparencia por parte de las entidades bancarias, con un 39,3% y 7,9% respectivamente, sumando un total del 47,2%. Esto sugiere que las entidades bancarias están realizando esfuerzos efectivos para comunicar de manera clara y comprensible las condiciones y costos de financiamiento, lo que puede generar confianza y facilitar la toma de decisiones financieras por parte de las MYPES. Sin embargo, un 52,8% de las tiendas consideran la transparencia como regular o inferior, lo que indica que aún existe un margen de mejora en la claridad y accesibilidad de la información proporcionada por las entidades bancarias.

Tabla 26*Financiamiento Bancario.*

Financiamiento Bancario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	10	11,2	11,2	13,5
	Regular	29	32,6	32,6	46,1
	Alto	38	42,7	42,7	88,8
	Muy Alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados califican el financiamiento bancario como muy bajo; el 11,2% lo consideran bajo; el 32,6% lo perciben como regular; el 42,7% lo evalúan como alto; y el 11,2% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 13,5% de las tiendas perciben el financiamiento bancario como bajo o muy bajo, el 46,1% lo consideran regular o inferior, y el 88,8% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento bancario disponible.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben el financiamiento bancario como alto o muy alto, sumando un total del 53,9%. Esto sugiere que las entidades bancarias están proporcionando condiciones de financiamiento favorables que facilitan la operatividad y expansión de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 46,1% de las tiendas consideran el financiamiento bancario como regular o inferior, y un 13,5% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que todavía existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con requisitos de crédito estrictos, altas tasas de interés o falta de garantías suficientes.

Tabla 27*Accesibilidad a Créditos No Bancarios.*

¿Cómo considera usted la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades no bancarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	4	4,5	4,5	4,5
	Bajo	8	9,0	9,0	13,5
	Regular	30	33,7	33,7	47,2
	Alto	37	41,6	41,6	88,8
	Muy alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 4,5% de los encuestados consideran la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades no bancarias como muy baja; el 9,0% la califican como baja; el 33,7% la perciben como regular; el 41,6% la evalúan como alta; y el 11,2% la consideran muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 13,5% de las tiendas perciben la accesibilidad como baja o muy baja, el 47,2% la consideran regular o inferior, y el 88,8% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades no bancarias.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben una buena accesibilidad a los créditos no bancarios, con un 41,6% evaluándola como alta y un 11,2% considerándola muy alta, sumando un total del 52,8%. Esto sugiere que las entidades no bancarias están proporcionando opciones de financiamiento accesibles que facilitan las operaciones y el crecimiento de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 47,2% de las tiendas perciben la accesibilidad como regular o inferior, y un 13,5% como baja o muy baja, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con tasas de interés elevadas, requisitos de crédito estrictos o falta de información sobre las opciones disponibles.

Tabla 28*Transparencia de Entidades No Bancarias.*

¿Cómo considera usted el nivel de transparencia de las entidades no bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	8	9,0	9,0	12,4
	Regular	30	33,7	33,7	46,1
	Alto	40	44,9	44,9	91,0
	Muy alto	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados consideran el nivel de transparencia de las entidades no bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento como muy bajo; el 9,0% lo califican como bajo; el 33,7% lo perciben como regular; el 44,9% lo evalúan como alto; y el 9,0% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 12,4% de las tiendas perciben la transparencia como baja o muy baja, el 46,1% la consideran regular o inferior, y el 91,0% la califican hasta alta, lo que indica que la

mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el nivel de transparencia de las entidades no bancarias en la comunicación de las condiciones y costos de financiamiento.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben un alto o muy alto nivel de transparencia por parte de las entidades no bancarias, con un 44,9% y un 9,0% respectivamente, sumando un total del 53,9%. Esto sugiere que estas entidades están proporcionando información clara y comprensible sobre las condiciones y costos de financiamiento, lo que puede generar confianza y facilitar la toma de decisiones financieras por parte de las MYPES. Sin embargo, un 46,1% de las tiendas consideran la transparencia como regular o inferior, y un 12,4% como baja o muy baja, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con la complejidad de los términos financieros, falta de comunicación efectiva o prácticas de transparencia inconsistentes.

Tabla 29*Financiamiento no Bancario.*

Financiamiento no Bancario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	7	7,9	7,9	11,2
	Regular	26	29,2	29,2	40,4
	Alto	43	48,3	48,3	88,8
	Muy Alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados consideran el financiamiento no bancario como muy bajo; el 7,9% lo califican como bajo; el 29,2% lo perciben como regular; el 48,3% lo evalúan como alto; y el 11,2% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 11,2% de las tiendas perciben el financiamiento no bancario como bajo o muy bajo, el 40,4% lo consideran regular o inferior, y el 88,8% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento no bancario disponible.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes confía en el financiamiento no bancario, considerándolo alto o muy alto en un 59,5%. Esto sugiere que las fuentes de financiamiento no tradicionales, como proveedores, cooperativas, o financiamiento familiar, son fundamentales para el funcionamiento y expansión de estas MYPES. La alta valoración del financiamiento no bancario puede estar relacionada con la flexibilidad en las condiciones de crédito, menores requisitos de garantía, o una mayor rapidez en la obtención de recursos comparado con las entidades bancarias. Sin embargo, el 40,4% que percibe este tipo de financiamiento como regular o inferior indica que aún existen desafíos, como tasas de interés más altas o limitaciones en los montos disponibles.

Tabla 30*Financiamiento Externo.*

Financiamiento Externo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	4	4,5	4,5	6,7
	Regular	33	37,1	37,1	43,8
	Alto	43	48,3	48,3	92,1
	Muy Alto	7	7,9	7,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados consideran el financiamiento externo como muy bajo; el 4,5% lo califican como bajo; el 37,1% lo perciben como regular; el 48,3% lo evalúan como alto; y el 7,9% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el financiamiento externo como bajo o muy bajo, el 43,8% lo consideran regular o inferior, y el 92,1% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento externo disponible.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben el financiamiento externo como alto o muy alto, sumando un total del 56,2%. Esto sugiere que las entidades externas, como bancos, instituciones financieras y otros proveedores de crédito, están proporcionando condiciones de financiamiento favorables que facilitan la operatividad y expansión de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 43,8% de las tiendas consideran el financiamiento externo como regular o inferior, y un 6,7% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que todavía existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con requisitos de crédito estrictos, altas tasas de interés, falta de garantías suficientes o limitaciones en el acceso a información sobre las opciones de financiamiento externo.

Tabla 31*Condiciones de Créditos Financieros a Corto Plazo.*

¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, etc.) de los créditos financieros a corto plazo disponibles para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	4	4,5	4,5	6,7
	Regular	36	40,4	40,4	47,2
	Alto	41	46,1	46,1	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados califican las condiciones de los créditos financieros a corto plazo como muy bajas; el 4,5% las consideran bajas; el 40,4% las perciben como regulares; el 46,1% las evalúan como altas; y el 6,7% las consideran muy altas. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben las condiciones como bajas o muy bajas, el 47,2% las consideran regulares o inferiores, y el 93,3% las califican hasta altas, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente las condiciones de los créditos financieros a corto plazo disponibles para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes considera que las condiciones de los créditos financieros a corto plazo son favorables, con un 46,1% evaluándolas como altas y un 6,7% considerándolas muy altas, sumando un total del 52,8%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones competitivas, como tasas de interés accesibles y términos flexibles, que facilitan el acceso a financiamiento para las MYPES y apoyan su operatividad y crecimiento. Sin embargo, un 47,2% de las tiendas perciben las condiciones como regulares o inferiores, y un 6,7% las consideran bajas o muy bajas, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con requisitos de crédito estrictos, tasas de interés poco competitivas o falta de información clara sobre las opciones de financiamiento disponibles.

Tabla 32*Rapidez de Crédito Financiero a Corto Plazo.*

¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener un crédito financiero a corto plazo para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	6	6,7	6,7	7,9
	Regular	35	39,3	39,3	47,2
	Alto	38	42,7	42,7	89,9
	Muy alto	9	10,1	10,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados evalúan la rapidez para obtener un crédito financiero a corto plazo como muy baja; el 6,7% la consideran baja; el 39,3% la perciben como regular; el 42,7% la califican como alta; y el 10,1% la evalúan como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 7,9% de las tiendas perciben la rapidez como baja o muy baja, el 47,2% la consideran regular o inferior, y el 89,9% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran

positivamente la rapidez con la que pueden obtener un crédito financiero a corto plazo para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben que la rapidez para obtener créditos financieros a corto plazo es alta o muy alta, sumando un total del 52,8%. Esto sugiere que las entidades financieras están proporcionando procesos eficientes y ágiles para la aprobación y desembolso de créditos, lo que facilita a las MYPES acceder rápidamente a los recursos necesarios para sus operaciones y proyectos de crecimiento. Sin embargo, un 47,2% de las tiendas consideran la rapidez como regular o inferior, y un 7,9% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con tiempos de aprobación prolongados, requisitos documentales complejos o falta de información clara sobre los procedimientos de crédito.

Tabla 33
Corto Plazo.

Corto Plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	32	36,0	36,0	42,7
	Alto	42	47,2	47,2	89,9
	Muy Alto	9	10,1	10,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el financiamiento a corto plazo como muy bajo; el 5,6% lo consideran bajo; el 36,0% lo perciben como regular; el 47,2% lo evalúan como alto; y el 10,1% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el financiamiento a corto plazo como bajo o muy bajo, el 42,7% lo consideran regular o inferior, y el 89,9% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento a corto plazo disponible para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes perciben el financiamiento a corto plazo como alto o muy alto, sumando un total del 57,3%. Esto sugiere que las entidades financieras están proporcionando opciones de financiamiento a corto plazo con condiciones favorables que facilitan la operatividad y expansión de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 42,7% de las tiendas consideran este tipo de financiamiento como regular o inferior, y un 6,7% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con tasas de interés elevadas, requisitos de crédito estrictos o tiempos de aprobación prolongados.

Tabla 34*Condiciones de Créditos Financieros a Mediano Plazo.*

¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, plazos de pago, etc.) de los créditos financieros a mediano plazo disponibles para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	6	6,7	6,7	10,1
	Regular	34	38,2	38,2	48,3
	Alto	40	44,9	44,9	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados califican las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo como muy bajas; el 6,7% las consideran bajas; el 38,2% las perciben como regulares; el 44,9% las evalúan como altas; y el 6,7% las califican como muy altas. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben las condiciones como bajas o muy bajas, el 48,3% las consideran regulares o inferiores, y el 93,3% las califican hasta altas, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo disponibles para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo como favorables, con un 44,9% evaluándolas como altas y un 6,7% considerándolas muy altas, sumando un total del 51,6%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones competitivas, como tasas de interés accesibles y plazos de pago flexibles, que facilitan el acceso a financiamiento para las MYPES y apoyan su crecimiento y expansión. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran las condiciones como regulares o inferiores, y un 10,1% las perciben como bajas o muy bajas, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con requisitos de crédito estrictos, tasas de interés elevadas o falta de información clara sobre las opciones de financiamiento disponibles.

Tabla 35*Rapidez de Crédito Financiero a Mediano Plazo.*

¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener los créditos financieros a mediano plazo para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	7	7,9	7,9	10,1
	Regular	34	38,2	38,2	48,3
	Alto	41	46,1	46,1	94,4
	Muy alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados califican la rapidez para obtener créditos financieros a mediano plazo como muy baja; el 7,9% la consideran baja; el 38,2% la perciben como regular; el 46,1% la evalúan como alta; y el 5,6% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben la rapidez como baja o muy baja, el 48,3% la consideran regular o inferior, y el 94,4% la califican hasta

alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la rapidez con la que pueden obtener créditos financieros a mediano plazo para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes perciben la rapidez para obtener créditos financieros a mediano plazo como alta o muy alta, sumando un total del 51,7%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo procesos eficientes y ágiles para la aprobación y desembolso de créditos, lo que facilita a las MYPES acceder rápidamente a los recursos necesarios para sus operaciones y proyectos de crecimiento. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran la rapidez como regular o inferior, y un 10,1% la perciben como muy baja o baja, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas.

Tabla 36*Mediano Plazo.*

Mediano Plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	8	9,0	9,0	10,1
	Regular	28	31,5	31,5	41,6
	Alto	47	52,8	52,8	94,4
	Muy Alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el financiamiento a mediano plazo como muy bajo; el 9,0% lo consideran bajo; el 31,5% lo perciben como regular; el 52,8% lo evalúan como alto; y el 5,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben el financiamiento a mediano plazo como bajo o muy bajo, el 41,6% lo consideran regular o inferior, y el 94,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento a mediano plazo disponible para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe el financiamiento a mediano plazo como alto o muy alto, sumando un total del 58,4%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones favorables, como tasas de interés competitivas y plazos de pago flexibles, que facilitan el acceso a recursos necesarios para la expansión y consolidación de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 41,6% de las tiendas consideran el financiamiento a mediano plazo como regular o inferior, y un 10,1% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que aún existen desafíos para una parte considerable de las empresas. Estos desafíos podrían estar relacionados con requisitos de crédito estrictos, tasas de interés menos competitivas o limitaciones en el acceso a información clara sobre las opciones de financiamiento.

Tabla 37*Condiciones de crédito Financiero a Largo Plazo.*

¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, plazos de pago, etc.) de los créditos financieros a largo plazo disponibles para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	6	6,7	6,7	9,0
	Regular	33	37,1	37,1	46,1
	Alto	38	42,7	42,7	88,8
	Muy alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados califican las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo como muy bajas; el 6,7% lo consideran bajas; el 38,2% las perciben como regulares; el 44,9% las evalúan como altas; y el 6,7% las califican como muy altas. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben las condiciones como bajas o muy bajas, el 48,3% las consideran regulares o inferiores, y el 93,3% las califican hasta altas, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo disponibles para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe las condiciones de los créditos financieros a mediano plazo como altas o muy altas, sumando un total del 53,9%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones favorables, como tasas de interés competitivas y plazos de pago flexibles, que facilitan el acceso a recursos necesarios para la expansión y consolidación de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran las condiciones como regulares o inferiores, y un 10,1% las perciben como muy bajas o bajas, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas.

Tabla 38*Rapidez de Crédito Financiero a Largo Plazo.*

¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener los créditos financieros a largo plazo para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	16	18,0	18,0	21,3
	Regular	26	29,2	29,2	50,6
	Alto	37	41,6	41,6	92,1
	Muy alto	7	7,9	7,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados califican la rapidez para obtener créditos financieros a largo plazo como muy baja; el 6,7% la consideran baja; el 38,2% la perciben como regular; el 42,7% la evalúan como alta; y el 5,6% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben la rapidez como baja o muy baja, el 48,3% la consideran regular o inferior, y el 93,3% la califican hasta

alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la rapidez con la que pueden obtener créditos financieros a largo plazo para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe la rapidez para obtener créditos financieros a largo plazo como alta o muy alta, sumando un total del 49,5%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo procesos eficientes y ágiles para la aprobación y desembolso de créditos, lo que facilita a las MYPES acceder rápidamente a los recursos necesarios para sus operaciones y proyectos de crecimiento. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran la rapidez como regular o inferior, y un 10,1% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas.

Tabla 39
Largo Plazo.

Largo Plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	7	7,9	7,9	9,0
	Regular	33	37,1	37,1	46,1
	Alto	38	42,7	42,7	88,8
	Muy Alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el financiamiento a largo plazo como muy bajo; el 7,9% lo consideran bajo; el 37,1% lo perciben como regular; el 42,7% lo evalúan como alto; y el 11,2% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 9,0% de las tiendas perciben el financiamiento a largo plazo como bajo o muy bajo, el 46,1% lo consideran regular o inferior, y el 88,8% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el financiamiento a largo plazo disponible para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe el financiamiento a largo plazo como alto o muy alto, sumando un total del 53,9%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones favorables, como tasas de interés competitivas y plazos de pago flexibles, que facilitan el acceso a recursos necesarios para la expansión y consolidación de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 46,1% de las tiendas consideran el financiamiento a largo plazo como regular o inferior, y un 9,0% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas.

Tabla 40*Plazos de Financiamiento.*

Plazos de financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	26	29,2	29,2	34,8
	Alto	50	56,2	56,2	91,0
	Muy Alto	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican los plazos de financiamiento como muy bajos; el 4,5% los consideran bajos; el 29,2% los perciben como regulares; el 56,2% los evalúan como altos; y el 9,0% los califican como muy altos. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben los plazos de financiamiento como bajos o muy bajos, el 34,8% los consideran regulares o inferiores, y el 89,9% los califican hasta altos, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente los plazos de financiamiento disponibles para sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe los plazos de financiamiento como altos o muy altos, sumando un total del 65,2%. Esto sugiere que las entidades financieras están ofreciendo condiciones de financiamiento a largo plazo favorables, con plazos de pago que facilitan la planificación y expansión de las MYPES en el sector comercio. Sin embargo, un 34,8% de las tiendas consideran los plazos como regulares o inferiores, y un 6,7% los perciben como bajos o muy bajos, lo que indica que aún existen desafíos para una parte significativa de las empresas.

Tabla 41*Fuentes de Financiamiento.*

Fuentes de financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	23	25,8	25,8	31,5
	Alto	55	61,8	61,8	93,3
	Muy Alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican las fuentes de financiamiento como muy bajas; el 4,5% las consideran bajas; el 25,8% las perciben como regulares; el 61,8% las evalúan como altas; y el 6,7% las consideran muy altas. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben las fuentes de financiamiento como bajas o muy bajas, el 31,5% las consideran regulares o inferiores, y el 93,3% las califican hasta altas, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente las fuentes de financiamiento disponibles.

El análisis de estos datos revela que una amplia mayoría de las tiendas de abarrotes considera que las fuentes de financiamiento son altas o muy altas, lo que sugiere un acceso favorable a recursos financieros para operar y expandirse. Esto podría estar relacionado con la disponibilidad de instituciones financieras locales y programas de apoyo que facilitan el crédito a las MYPES. Sin embargo, el hecho de que un 31,5% de los encuestados perciba las fuentes de financiamiento como regulares o inferiores indica que aún existen barreras para una porción significativa de empresas, lo cual puede limitar su rentabilidad y capacidad de crecimiento en el competitivo sector comercio.

Tabla 42*Ingresos Actuales.*

¿Cómo considera usted los ingresos actuales de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	3,4	3,4	3,4
	Bajo	15	16,9	16,9	20,2
	Regular	25	28,1	28,1	48,3
	Alto	40	44,9	44,9	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 3,4% de los encuestados consideran los ingresos actuales de su empresa como muy bajos; el 16,9% los califican como bajos; el 28,1% los perciben como regulares; el 44,9% los evalúan como altos; y el 6,7% los califican como muy altos. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 20,2% de las tiendas consideran los ingresos como bajos o muy bajos, el 48,3% como regulares o inferiores, y el 93,3% los califican hasta altos, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente los ingresos actuales de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe sus ingresos actuales como altos o muy altos, sumando un total del 51,6%. Esto sugiere que las MYPES en el sector comercio del distrito de Santiago están experimentando un desempeño financiero favorable, con ingresos suficientes para sostener y posiblemente expandir sus operaciones. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran sus ingresos como regulares o inferiores, y un 20,2% como bajos o muy bajos, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos financieros.

Tabla 43*Satisfacción del Crecimiento de los Ingresos.*

¿Cómo considera usted la satisfacción del crecimiento de los ingresos de su empresa en el último año?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	9	10,1	10,1	11,2
	Regular	35	39,3	39,3	50,6
	Alto	38	42,7	42,7	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la satisfacción del crecimiento de los ingresos de su empresa en el último año como muy baja; el 10,1% lo consideran bajo; el 39,3% lo perciben como regular; el 42,7% lo evalúan como alto; y el 6,7% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 1,1% de las tiendas perciben la satisfacción como muy baja, el 10,1% hasta baja, el 39,3% hasta regular, el 42,7%

hasta alto, y el 6,7% hasta muy alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el crecimiento de sus ingresos en el último año.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes (42,7% alto y 6,7% muy alto) están satisfechas con el crecimiento de sus ingresos, lo que sugiere un desempeño financiero favorable y una capacidad efectiva para incrementar sus ventas y rentabilidad. Sin embargo, un 39,3% de las tiendas consideran su satisfacción como regular y un 10,1% como baja o muy baja, lo que indica que existen desafíos significativos para un segmento considerable de las empresas.

Tabla 44

Ingresos de la Empresa.

Ingresos de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	6	6,7	6,7	7,9
	Regular	35	39,3	39,3	47,2
	Alto	41	46,1	46,1	93,3
	Muy Alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados consideran los ingresos actuales de su empresa como muy bajos; el 6,7% los califican como bajos; el 39,3% los perciben como regulares; el 46,1% los evalúan como altos; y el 6,7% los califican como muy altos. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 7,9% de las tiendas consideran los ingresos como bajos o muy bajos, el 47,2% los perciben como regulares o inferiores, y el 93,3% los califican hasta altos, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente los ingresos actuales de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe sus ingresos actuales como altos o muy altos, sumando un total del 52,8%. Esto sugiere que las MYPES en el sector comercio del distrito de Santiago están experimentando un desempeño financiero favorable, con ingresos suficientes para sostener y posiblemente expandir sus operaciones. Sin embargo, un 47,2% de las tiendas consideran sus ingresos como regulares o inferiores, y un 7,9% los perciben como bajos o muy bajos, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos financieros.

Tabla 45*Egresos Actuales de la Empresa.*

¿Cómo considera usted los egresos actuales de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	45	50,6	50,6	57,3
	Alto	32	36,0	36,0	93,3
	Muy alto	6	6,7	6,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados consideran los egresos actuales de su empresa como muy bajos; el 5,6% los califican como bajos; el 50,6% los perciben como regulares; el 36,0% los evalúan como altos; y el 6,7% los califican como muy altos. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas consideran los egresos como bajos o muy bajos, el 57,3% los perciben como regulares o inferiores, y el 93,3% los califican hasta altos, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente los egresos actuales de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe sus egresos actuales como regulares, altos o muy altos, sumando un total del 93,3%. Esto sugiere que las MYPES en el sector comercio del distrito de Santiago están gestionando sus gastos de manera efectiva, lo que puede reflejar una adecuada planificación financiera y control de costos. Sin embargo, un 57,3% que considera sus egresos como regulares o inferiores indica que hay un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la optimización de sus gastos, posiblemente debido a aumentos en los costos de insumos, fluctuaciones en el mercado o ineficiencias operativas. Mejorar la gestión de los egresos, a través de estrategias como la negociación de mejores condiciones con proveedores, la implementación de tecnologías que aumenten la eficiencia o la diversificación de fuentes de ingreso, podría contribuir a incrementar la rentabilidad y sostenibilidad de estas MYPES, fortaleciendo así su competitividad en el sector comercial del distrito de Santiago.

Tabla 46*Impacto de los Egresos en la Rentabilidad Económica.*

¿Cómo evaluaría el impacto de los egresos en la rentabilidad económica general de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	6	6,7	6,7	7,9
	Regular	30	33,7	33,7	41,6
	Alto	38	42,7	42,7	84,3
	Muy alto	14	15,7	15,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el impacto de los egresos en la rentabilidad económica general de la empresa como muy bajo; el 6,7% lo consideran bajo; el 33,7% lo perciben como regular; el 42,7% lo evalúan como alto; y el 15,7% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 7,9% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 41,6% lo consideran regular o inferior, y el 84,3% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio

valoran positivamente el impacto de los egresos en la rentabilidad económica general de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe que sus egresos tienen un impacto alto o muy alto en su rentabilidad económica, sumando un total del 58,4%. Esto sugiere que las MYPES están gestionando sus egresos de manera eficiente, optimizando costos y realizando inversiones estratégicas que contribuyen positivamente a su rentabilidad. Sin embargo, un 41,6% de las tiendas consideran el impacto de los egresos como regular o inferior, lo que indica que existe un segmento significativo de empresas que podrían enfrentar desafíos en la gestión de sus gastos. Estos desafíos podrían estar relacionados con costos operativos elevados, ineficiencias en la gestión financiera o dificultades para equilibrar ingresos y egresos.

Tabla 47*Egresos de la Empresa.*

Egresos de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	32	36,0	36,0	41,6
	Alto	39	43,8	43,8	85,4
	Muy Alto	13	14,6	14,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados consideran los egresos de su empresa como muy bajos; el 4,5% los califican como bajos; el 36,0% los perciben como regulares; el 43,8% los evalúan como altos; y el 14,6% los consideran muy altos. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben los egresos como bajos o muy bajos, el 41,6% los consideran regulares o inferiores, y el 85,4% los califican hasta altos, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente los egresos actuales de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe sus egresos como altos o muy altos, sumando un total del 58,4%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando sus gastos de manera efectiva, lo que puede reflejar una adecuada planificación financiera y control de costos. Sin embargo, un 41,6% de las tiendas consideran sus egresos como regulares o inferiores, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la optimización de sus gastos.

Tabla 48

Margen de Utilidad Actual.

¿Cómo considera usted el margen de utilidad actual de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	11	12,4	12,4	13,5
	Regular	37	41,6	41,6	55,1
	Alto	35	39,3	39,3	94,4
	Muy alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el margen de utilidad actual de su empresa como muy bajo; el 12,4% lo consideran bajo; el 41,6% lo perciben como regular; el 39,3% lo evalúan como alto; y el 5,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 13,5% de las tiendas consideran el margen de utilidad como bajo o muy bajo, el 55,1% lo perciben como regular o inferior, y el 94,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el margen de utilidad actual de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe su margen de utilidad como alto o muy alto, sumando un total del 44,9%. Esto sugiere que estas MYPES están logrando una rentabilidad robusta, posiblemente debido a una eficiente gestión de costos, una buena estrategia de precios o una demanda sólida en el mercado. Sin embargo, un 55,1% de las tiendas consideran su margen como regular o inferior, lo que indica que existe un segmento significativo de empresas que podrían estar enfrentando desafíos para maximizar su rentabilidad. Estos desafíos podrían estar relacionados con altos costos operativos, competencia intensa, o ineficiencias en la gestión financiera.

Tabla 49*Sostenibilidad a Largo Plazo Respecto a la Utilidad.*

¿Cómo considera usted la sostenibilidad a largo plazo que puede mantener su empresa respecto al margen de utilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	2,2	2,2	2,2
	Bajo	9	10,1	10,1	12,4
	Regular	30	33,7	33,7	46,1
	Alto	40	44,9	44,9	91,0
	Muy alto	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 2,2% de los encuestados consideran la sostenibilidad a largo plazo que puede mantener su empresa respecto al margen de utilidad como muy baja; el 10,1% lo califican como bajo; el 33,7% lo perciben como regular; el 44,9% lo evalúan como alto; y el 9,0% lo consideran muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 12,4% de las tiendas perciben la sostenibilidad como baja o muy baja, el 46,1% la consideran regular o inferior, y el 91,0% la califican hasta alto, lo que indica que la mayoría

de las MYPES del sector comercio valoran positivamente la sostenibilidad a largo plazo que pueden mantener respecto al margen de utilidad de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes (44,9% alto y 9,0% muy alto) perciben su sostenibilidad a largo plazo en términos de margen de utilidad como alta o muy alta, lo que sugiere un desempeño financiero sólido y una gestión efectiva de sus recursos. Esto puede reflejar una adecuada planificación estratégica, control de costos y acceso a fuentes de financiamiento que permiten mantener y mejorar la rentabilidad. Sin embargo, un 46,1% de las tiendas consideran la sostenibilidad como regular o inferior, y un 12,4% como baja o muy baja, lo que indica que un número significativo de empresas podrían estar enfrentando desafíos para mantener su rentabilidad a largo plazo. Estos desafíos podrían estar relacionados con fluctuaciones en el mercado, costos operativos elevados, o limitaciones en el acceso a financiamiento adecuado.

Tabla 50*Margen de Utilidad.*

Margen de Utilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	8	9,0	9,0	10,1
	Regular	34	38,2	38,2	48,3
	Alto	38	42,7	42,7	91,0
	Muy Alto	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el margen de utilidad actual de su empresa como muy bajo; el 9,0% lo consideran bajo; el 38,2% lo perciben como regular; el 42,7% lo evalúan como alto; y el 9,0% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas consideran el margen de utilidad como bajo o muy bajo, el 48,3% lo perciben como regular o inferior, y el 91,0% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el margen de utilidad actual de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su margen de utilidad como alto o muy alto, sumando un total del 51,7%. Esto sugiere que estas MYPES están logrando una rentabilidad robusta, posiblemente debido a una gestión eficiente de costos, una estrategia de precios adecuada o una demanda sólida en el mercado. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran su margen como regular o inferior, y un 10,1% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos para maximizar su rentabilidad. Estos desafíos podrían estar relacionados con altos costos operativos, competencia intensa, ineficiencias en la gestión financiera o fluctuaciones en la demanda.

Tabla 51*Rentabilidad Económica.*

Rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	27	30,3	30,3	36,0
	Alto	46	51,7	51,7	87,6
	Muy Alto	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la rentabilidad económica como muy baja; el 4,5% la consideran baja; el 30,3% la perciben como regular; el 51,7% la evalúan como alta; y el 12,4% la consideran muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben la rentabilidad económica como baja o muy baja, el 36,0% la consideran regular o inferior, y el 87,6% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su rentabilidad económica.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes perciben su rentabilidad económica como alta o muy alta, lo cual sugiere un desempeño financiero favorable dentro del sector. Sin embargo, un 36,0% de los encuestados califican su rentabilidad como regular o inferior, lo que podría indicar la existencia de desafíos financieros o áreas de mejora en la gestión empresarial. Este panorama resalta la importancia de contar con fuentes de financiamiento adecuadas y estrategias financieras efectivas para potenciar la rentabilidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio.

Tabla 52*Capacidad para Mantener un Ratio de Liquidez.*

¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa para mantener un adecuado ratio de liquidez?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	8	9,0	9,0	10,1
	Regular	34	38,2	38,2	48,3
	Alto	41	46,1	46,1	94,4
	Muy alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la capacidad de la empresa para mantener un adecuado ratio de liquidez como muy baja; el 9,0% la consideran baja; el 38,2% la perciben como regular; el 46,1% la evalúan como alta; y el 5,6% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 10,1% de las tiendas perciben la capacidad como baja o muy baja, el 48,3% la consideran regular o inferior, y el

94,4% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su capacidad para mantener un adecuado ratio de liquidez.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su capacidad para mantener un adecuado ratio de liquidez como alta o muy alta, sumando un total del 51,7%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus activos y pasivos, asegurando así una buena posición financiera que les permite cumplir con sus obligaciones a corto plazo y sostener operaciones estables. Sin embargo, un 48,3% de las tiendas consideran su capacidad como regular o inferior, y un 10,1% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos para mantener una liquidez adecuada. Estos desafíos podrían estar relacionados con la gestión ineficiente de los recursos financieros, la falta de acceso a fuentes de financiamiento adecuadas, o fluctuaciones en la demanda que afectan sus ingresos.

Tabla 53

Impacto del Ratio de la Liquidez Respecto a Rentabilidad Financiera.

¿Cómo evaluaría el impacto del ratio de liquidez en la rentabilidad financiera general de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	31	34,8	34,8	41,6
	Alto	47	52,8	52,8	94,4
	Muy alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el impacto del ratio de liquidez en la rentabilidad financiera general de la empresa como muy bajo; el 5,6% lo consideran bajo; el 34,8% lo perciben como regular; el 52,8% lo evalúan como alto; y el 5,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 41,6% lo consideran regular o inferior, y el 94,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio

valoran positivamente el impacto del ratio de liquidez en la rentabilidad financiera general de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe que el ratio de liquidez tiene un impacto alto o muy alto en la rentabilidad financiera general de la empresa, sumando un total del 58,4%. Esto sugiere que las MYPES están gestionando eficazmente sus activos y pasivos, manteniendo una posición financiera saludable que contribuye positivamente a su rentabilidad. Sin embargo, un 41,6% de las tiendas consideran el impacto como regular o inferior, y un 6,7% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que existe un segmento significativo de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de su liquidez. Estos desafíos podrían estar relacionados con una inadecuada administración de recursos, altos costos operativos o falta de acceso a fuentes de financiamiento adecuadas que permitan mantener un equilibrio financiero saludable.

Tabla 54*Ratio de Liquidez.*

Ratio de Liquidez				Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	29	32,6	32,6	39,3
	Alto	49	55,1	55,1	94,4
	Muy Alto	5	5,6	5,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el ratio de liquidez de su empresa como muy bajo; el 5,6% lo consideran bajo; el 32,6% lo perciben como regular; el 55,1% lo evalúan como alto; y el 5,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el ratio de liquidez como bajo o muy bajo, el 39,3% lo consideran regular o inferior, y el 94,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su ratio de liquidez.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su ratio de liquidez como alto o muy alto, sumando un total del 60,7%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus activos y pasivos, manteniendo una posición financiera saludable que les permite cumplir con sus obligaciones a corto plazo y sostener operaciones estables. Sin embargo, un 39,3% de las tiendas consideran su ratio de liquidez como regular o inferior, y un 6,7% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos para mantener una liquidez adecuada. Estos desafíos podrían estar relacionados con una gestión ineficiente de los recursos financieros, altos costos operativos, o falta de acceso a fuentes de financiamiento adecuadas.

Tabla 55*Eficiencia de la Rotación de Inventarios.*

¿Cómo evaluaría la eficiencia de la empresa en la rotación de inventarios para maximizar la rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	9	10,1	10,1	11,2
	Regular	32	36,0	36,0	47,2
	Alto	35	39,3	39,3	86,5
	Muy alto	12	13,5	13,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la eficiencia en la rotación de inventarios para maximizar la rentabilidad como muy baja; el 10,1% la consideran baja; el 36,0% la perciben como regular; el 39,3% la evalúan como alta; y el 13,5% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 11,2% de las tiendas perciben la eficiencia como baja o muy baja, el 47,2% la consideran regular o inferior, y el 86,5% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio

valoran positivamente su eficiencia en la rotación de inventarios para maximizar la rentabilidad.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su eficiencia en la rotación de inventarios como alta o muy alta, sumando un total del 52,8%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus inventarios, manteniendo niveles adecuados que les permiten responder rápidamente a la demanda del mercado y minimizar costos asociados al almacenamiento prolongado. Sin embargo, un 47,2% de las tiendas consideran su eficiencia como regular o inferior, y un 11,2% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de sus inventarios. Estos desafíos podrían estar relacionados con una falta de sistemas eficientes de control de inventarios, previsión de demanda inadecuada o problemas en la cadena de suministro.

Tabla 56

Impacto de la Rotación de Inventarios en la Rentabilidad Financiera.

¿Cómo evaluaría el impacto de la rotación de inventarios en la rentabilidad financiera general de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	9	10,1	10,1	11,2
	Regular	29	32,6	32,6	43,8
	Alto	40	44,9	44,9	88,8
	Muy alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el impacto de la rotación de inventarios en la rentabilidad financiera general de la empresa como muy bajo; el 10,1% lo consideran bajo; el 32,6% lo perciben como regular; el 44,9% lo evalúan como alto; y el 15,7% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 11,2% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 43,8% lo consideran regular o inferior, y el 88,8% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las

MYPES del sector comercio valoran positivamente el impacto de la rotación de inventarios en la rentabilidad financiera general de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe el impacto de la rotación de inventarios como alto o muy alto, sumando un total del 60,6%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus inventarios, manteniendo niveles adecuados que les permiten responder rápidamente a la demanda del mercado y minimizar costos asociados al almacenamiento prolongado. Sin embargo, un 43,8% de las tiendas consideran este impacto como regular o inferior, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de sus inventarios. Estos desafíos podrían estar relacionados con una falta de sistemas eficientes de control de inventarios, previsión de demanda inadecuada o problemas en la cadena de suministro.

Tabla 57*Rotación de Inventarios.*

Rotación de inventarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	32	36,0	36,0	42,7
	Alto	37	41,6	41,6	84,3
	Muy Alto	14	15,7	15,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la rotación de inventarios como muy baja; el 5,6% la consideran baja; el 36,0% la perciben como regular; el 41,6% la evalúan como alta; y el 15,7% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben la rotación como baja o muy baja, el 42,7% la consideran regular o inferior, y el 84,3% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su eficiencia en la rotación de inventarios para maximizar la rentabilidad.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su rotación de inventarios como alta o muy alta, sumando un total del 57,3%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus inventarios, manteniendo niveles adecuados que les permiten responder rápidamente a la demanda del mercado y minimizar costos asociados al almacenamiento prolongado. Sin embargo, un 42,7% de las tiendas consideran su rotación como regular o inferior, y un 6,7% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de sus inventarios.

Tabla 58

Capacidad para Mantener su Capital de Trabajo.

¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa para mantener un nivel adecuado de capital de trabajo para sus operaciones diarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	31	34,8	34,8	41,6
	Alto	42	47,2	47,2	88,8
	Muy alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la capacidad de la empresa para mantener un nivel adecuado de capital de trabajo como muy baja; el 5,6% la consideran baja; el 34,8% la perciben como regular; el 47,2% la evalúan como alta; y el 11,2% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben la capacidad como baja o muy baja, el 41,6% la consideran regular o inferior, y el 88,8% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su capacidad para mantener un nivel adecuado de capital de trabajo para sus operaciones diarias.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su capacidad para mantener un nivel adecuado de capital de trabajo como alta o muy alta, sumando un total del 58,4%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficientemente sus recursos financieros, asegurando la disponibilidad de fondos suficientes para cubrir sus operaciones diarias y mantener la continuidad de sus negocios. Sin embargo, un 41,6% de las tiendas consideran su capacidad como regular o inferior, y un 6,7% la perciben como baja o muy baja, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de su capital de trabajo. Estos desafíos podrían estar relacionados con una falta de acceso a fuentes de financiamiento adecuadas, ineficiencias en la gestión de cuentas por cobrar y por pagar, o fluctuaciones en la demanda que afectan su liquidez.

Tabla 59

Impacto del Capital de Trabajo en la Estabilidad Financiera.

¿Cómo evaluaría el impacto del capital de trabajo en la estabilidad financiera a corto plazo de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	5	5,6	5,6	6,7
	Regular	29	32,6	32,6	39,3
	Alto	43	48,3	48,3	87,6
	Muy alto	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el impacto del capital de trabajo en la estabilidad financiera a corto plazo de la empresa como muy bajo; el 5,6% lo consideran bajo; el 32,6% lo perciben como regular; el 48,3% lo evalúan como alto; y el 12,4% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 6,7% de las tiendas perciben el impacto como bajo o muy bajo, el 39,3% lo consideran regular o inferior, y el 87,6% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector

comercio valoran positivamente el impacto del capital de trabajo en la estabilidad financiera a corto plazo de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción considerable de las tiendas de abarrotes percibe el impacto del capital de trabajo en su estabilidad financiera a corto plazo como alto o muy alto, sumando un total del 60,7%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus recursos financieros, asegurando una adecuada liquidez que les permite cubrir sus obligaciones diarias y mantener operaciones estables. Sin embargo, un 39,3% de las tiendas consideran este impacto como regular o inferior, y un 6,7% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que existe un segmento significativo de empresas que podrían estar enfrentando desafíos en la gestión de su capital de trabajo. Estos desafíos podrían estar relacionados con una insuficiente gestión de activos y pasivos, falta de acceso a fuentes de financiamiento adecuadas, o ineficiencias operativas que afectan su liquidez.

Tabla 60*Capital de Trabajo.*

Capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	28	31,5	31,5	37,1
	Alto	43	48,3	48,3	85,4
	Muy Alto	13	14,6	14,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican el capital de trabajo de su empresa como muy bajo; el 4,5% lo consideran bajo; el 31,5% lo perciben como regular; el 48,3% lo evalúan como alto; y el 14,6% lo califican como muy alto. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben el capital de trabajo como bajo o muy bajo, el 37,1% lo consideran regular o inferior, y el 85,4% lo califican hasta alto, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente el capital de trabajo de sus empresas.

El análisis de estos datos revela que una proporción significativa de las tiendas de abarrotes percibe su capital de trabajo como alto o muy alto, sumando un total del 62,9%. Esto sugiere que estas MYPES están gestionando eficazmente sus recursos financieros, manteniendo un equilibrio adecuado entre sus activos y pasivos para asegurar la continuidad de sus operaciones diarias. Sin embargo, un 37,1% de las tiendas consideran su capital de trabajo como regular o inferior, y un 5,6% lo perciben como bajo o muy bajo, lo que indica que existe un segmento considerable de empresas que podrían enfrentar desafíos en la gestión de sus recursos financieros.

Tabla 61

Rentabilidad Financiera.

Rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	24	27,0	27,0	32,6
	Alto	45	50,6	50,6	83,1
	Muy Alto	15	16,9	16,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la rentabilidad financiera como muy baja; el 4,5% la consideran baja; el 27,0% la perciben como regular; el 50,6% la evalúan como alta; y el 16,9% la consideran muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben la rentabilidad financiera como baja o muy baja, el 32,6% la consideran regular o inferior, y el 83,1% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su rentabilidad financiera.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes perciben su rentabilidad financiera como alta o muy alta, lo cual sugiere un desempeño económico favorable dentro del sector. Sin embargo, un 32,6% de los encuestados califican su rentabilidad como regular o inferior, lo que podría indicar la existencia de desafíos financieros o áreas de mejora en la gestión empresarial. Este panorama resalta la importancia de las fuentes de financiamiento adecuadas y estrategias financieras efectivas para potenciar la rentabilidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio.

Tabla 62
Rentabilidad.

Rentabilidad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,1	1,1	1,1
	Bajo	4	4,5	4,5	5,6
	Regular	24	27,0	27,0	32,6
	Alto	50	56,2	56,2	88,8
	Muy Alto	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el 1,1% de los encuestados califican la rentabilidad como muy baja; el 4,5% la consideran baja; el 27,0% la perciben como regular; el 56,2% la evalúan como alta; y el 11,2% la califican como muy alta. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que el 5,6% de las tiendas perciben la rentabilidad como baja o muy baja, el 32,6% la consideran regular o inferior, y el 88,8% la califican hasta alta, lo que indica que la mayoría de las MYPES del sector comercio valoran positivamente su rentabilidad.

El análisis de estos datos revela que más de la mitad de las tiendas de abarrotes consideran su rentabilidad como alta o muy alta, lo que sugiere un desempeño financiero favorable dentro del sector. Sin embargo, un 32,6% de los encuestados califican su rentabilidad como regular o inferior, indicando que existe un segmento significativo de empresas que podrían enfrentar desafíos financieros o requerir mejoras en sus estrategias comerciales. Este panorama resalta la importancia de contar con fuentes de financiamiento adecuadas y una gestión eficiente para potenciar la rentabilidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio.

5.2 Resultados por Objetivos

Tabla 63

Pruebas de Normalidad.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Aporte del propietario	,291	89	,000	,831	89	,000
Reinversión de la utilidad	,297	89	,000	,842	89	,000
Financiamiento interno	,339	89	,000	,809	89	,000
Financiamiento Mercantil	,271	89	,000	,868	89	,000
Financiamiento Bancario	,248	89	,000	,884	89	,000
Financiamiento Bancario no	,279	89	,000	,859	89	,000
Financiamiento Externo	,275	89	,000	,837	89	,000
Corto Plazo	,268	89	,000	,856	89	,000
Mediano Plazo	,310	89	,000	,829	89	,000

Largo Plazo	,243	89	,000	,874	89	,000
Plazos de financiamiento	de,320	89	,000	,820	89	,000
Fuentes de financiamiento	de,355	89	,000	,780	89	,000
Ingresos de la empresa	,268	89	,000	,848	89	,000
Egresos de la empresa	,243	89	,000	,864	89	,000
Margen de Utilidad RE	,246	89	,000	,872	89	,000
Rentabilidad económica	,290	89	,000	,846	89	,000
Ratio de Liquidez	,321	89	,000	,811	89	,000
Rotación de inventarios	,231	89	,000	,873	89	,000
Capital de trabajo	,269	89	,000	,858	89	,000
Rentabilidad financiera	,282	89	,000	,854	89	,000
Rentabilidad	,317	89	,000	,827	89	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se aprecia la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk, donde muestran un valor de significación (Sig.) de 0,000 para todas las variables

analizadas. Esto indica que se rechaza la hipótesis nula de que los datos siguen una distribución normal, sugiriendo que las variables no se distribuyen de manera normal.

Dado que los datos no presentan una distribución normal, se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman para analizar las relaciones entre las variables. Spearman es una prueba no paramétrica que no requiere que los datos sigan una distribución normal, lo que la hace adecuada para este conjunto de datos. Por lo tanto, se optará por Spearman en lugar de Pearson para asegurar la validez de los resultados y obtener conclusiones precisas sobre las asociaciones entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago.

Con respecto al objetivo general

Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023.

Tabla 64

Correlación de Rentabilidad Y Fuentes de Financiamiento.

Correlaciones

			Rentabilidad	Fuentes de financiamiento
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente correlación	de1,000	,742**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	89	89
Fuentes de financiamiento		deCoefficiente correlación	de,742**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	89	89

Fuente: Elaboración propia.

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

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el coeficiente de correlación de Spearman entre Rentabilidad y Fuentes de financiamiento es de 0,742, con una significación bilateral de 0,000. Este valor indica una correlación positiva y fuerte entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio analizadas.

El análisis de estos datos responde de manera clara al objetivo general de determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio. La alta correlación observada ($\rho = 0,742$) sugiere que a medida que incrementan las fuentes de financiamiento disponibles para las empresas, también lo hace su rentabilidad. Esta relación positiva indica que las MYPES que cuentan con mayores y mejores fuentes de financiamiento tienden a ser más rentables, posiblemente debido a una mayor capacidad para invertir en operaciones, mejorar la gestión empresarial, expandir su mercado y optimizar sus procesos internos.

En cuanto a la hipótesis planteada, la existencia de una relación positiva entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad financiera de las MYPES, los resultados obtenidos la confirman contundentemente. Dado que el coeficiente de correlación es alto y estadísticamente significativo ($p < 0,01$), se rechaza la hipótesis nula de que no existe correlación, apoyando así la hipótesis alternativa de que las fuentes de financiamiento se relacionan positivamente con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio.

Con respecto al objetivo específico 1

Determinar de qué manera el financiamiento interno se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.

Tabla 65

Correlación de Rentabilidad Y Financiamiento Interno.

Correlaciones

			Rentabilidad	Financiamiento interno
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente correlación	de 1,000	,747**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	89	89
	Financiamiento interno	Coefficiente correlación	de ,747**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	89	89

Fuente: Elaboración propia.

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

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el coeficiente de correlación de Spearman entre Rentabilidad y Financiamiento interno es de 0,747, con una significación bilateral de 0,000. Este valor indica una correlación positiva y fuerte entre el financiamiento interno y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio analizadas.

El análisis de estos datos responde de manera clara al objetivo específico 1 de determinar de qué manera el financiamiento interno se relaciona con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio. La alta correlación observada ($\rho = 0,747$) sugiere que a medida que incrementa el financiamiento interno disponible para las empresas, también lo hace su rentabilidad. Esta relación positiva indica que las MYPES que cuentan con mayores recursos de financiamiento interno tienden a ser más rentables, posiblemente debido a una mayor capacidad para reinvertir utilidades, mejorar la gestión empresarial, expandir sus operaciones y optimizar sus procesos internos sin depender excesivamente de fuentes externas de financiamiento.

En cuanto a la hipótesis planteada, la existencia de una relación positiva entre el financiamiento interno y la rentabilidad financiera de las MYPES, los resultados obtenidos la confirman contundentemente. Dado que el coeficiente de correlación es alto y estadísticamente significativo ($p < 0,01$), se rechaza la hipótesis nula de que no existe correlación, apoyando así la hipótesis alternativa de que el financiamiento interno se relaciona positivamente con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio.

Con respecto al objetivo específico 2

Determinar de qué manera el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023

Tabla 66

Correlación de Rentabilidad de Financiamiento Externo.

Correlaciones

			Rentabilidad	Financiamient o Externo
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente correlación	de1,000	,686**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	89	89
	Financiamiento Externo	Coefficiente correlación	de,686**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	89	89

Fuente: Elaboración propia.

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

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el coeficiente de correlación de Spearman entre Rentabilidad y Financiamiento Externo es de 0,686, con una significación bilateral de 0,000. Este valor indica una correlación positiva y fuerte entre el financiamiento externo y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio analizadas.

El análisis de estos datos responde de manera clara al objetivo específico 2 de determinar de qué manera el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio. Dado que las pruebas de normalidad previamente realizadas (Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk) rechazaron la hipótesis de normalidad para todas las variables, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, que es una prueba no paramétrica adecuada para datos que no siguen una distribución normal. El coeficiente de Spearman de 0,686, con un valor de significancia de 0,000, confirma una relación positiva y significativa entre el financiamiento externo y la rentabilidad financiera de las MYPES.

En cuanto a la hipótesis planteada, la existencia de una relación positiva entre el financiamiento externo y la rentabilidad financiera de las MYPES, los resultados obtenidos la confirman de manera contundente. Dado que el coeficiente de correlación es alto y estadísticamente significativo ($p < 0,01$), se rechaza la hipótesis nula de que no existe correlación, apoyando así la hipótesis alternativa de que el financiamiento externo se relaciona positivamente con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio.

Con respecto al objetivo específico 3

Determinar de qué manera el plazo de financiamiento se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.

Tabla 67

Correlación de la Rentabilidad Y Plazos de Financiamiento.

Correlaciones

			Rentabilidad	Plazos de financiamiento
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente correlación	de 1,000	,694**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	89	89
	Plazos de financiamiento	Coefficiente correlación	de ,694**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	89	89

Fuente: Elaboración propia.

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

En la tabla se aprecia que, en las tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago de la ciudad del Cusco - 2023, el coeficiente de correlación de Spearman entre Rentabilidad y Plazos de financiamiento es de 0,694, con una significación bilateral de 0,000. Este valor

indica una correlación positiva y fuerte entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio analizadas.

El análisis de estos datos responde de manera clara al objetivo específico 3 de determinar de qué manera el plazo de financiamiento se relaciona con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio. Dado que las pruebas de normalidad previamente realizadas (Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk) rechazaron la hipótesis de normalidad para todas las variables, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, que es una prueba no paramétrica adecuada para datos que no siguen una distribución normal. El coeficiente de Spearman de 0,694, con un valor de significancia de 0,000, confirma una relación positiva y significativa entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad financiera de las MYPES.

En cuanto a la hipótesis planteada, la existencia de una relación positiva entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad financiera de las MYPES, los resultados obtenidos la confirman de manera contundente. Dado que el coeficiente de correlación es alto y estadísticamente significativo ($p < 0,01$), se rechaza la hipótesis nula de que no existe correlación, apoyando así la hipótesis alternativa de que los plazos de financiamiento se relacionan positivamente con la rentabilidad de las MYPES del sector comercio

5.2 Contraste de Hipótesis

5.2.1 Discusión de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la parte superior de la investigación, cuyo objetivo general fue “Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”, donde los resultados obtenidos según el coeficiente de correlación de Spearman, donde se obtuvo como resultado un valor de ($Rho=0.742$), lo que nos da a entender que existe una correlación alta positiva y con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$). Estos valores, por lo tanto, confirman una relación positiva y significativa entre las dos principales variables, en este caso, las Fuentes de Financiamiento y la Rentabilidad.

Asimismo, Arones y Tito (2024), en su tesis “Fuentes de financiamiento y rentabilidad en las mypes del rubro de restaurantes del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho”, en la cual su objetivo general fue “Determinar la relación de las fuentes de financiamiento con la rentabilidad en las Mypes del rubro de restaurantes del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho 2022.”, cuya población de estudio fueron los restaurantes ubicados en el Distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray – Ayacucho. Sus resultados concluyeron que existe una relación directa y positiva entre las

Fuentes de Financiamiento y la Rentabilidad en las Mypes del rubro de restaurantes en el distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho. La correlación según el coeficiente de Spearman, obtuvo como resultado un valor de ($Rho=0.650$), lo que nos da a entender que existe una correlación moderada positiva, con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$), lo que nos da a entender que mientras se usen más fuentes de financiamiento, internas o externas, la rentabilidad incrementara.

En este sentido, ambas investigaciones coinciden en que relación entre las fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las empresas es fuerte y directa. Además, comparten un enfoque similar al utilizar las mismas dimensiones, lo que resulta en conclusiones alineadas. Esto confirma que el acceso y uso estratégico de las fuentes de financiamiento impactan significativamente en la capacidad de las Mypes para mejorar sus niveles de rentabilidad. Asimismo, ambos estudios destacan que una mayor diversificación de las fuentes de financiamiento genera mejores resultados financieros. No obstante, las diferencias en los sectores analizados sugieren que el impacto varía según las características específicas del negocio y su entorno. Por ejemplo, en las tiendas de abarrotes, la alta rotación de productos permite obtener beneficios más inmediatos. En contraste, en los restaurantes, factores como la calidad o la estacionalidad tienen un mayor peso en la rentabilidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo respecto al objetivo específico 1, “Determinar de qué manera el financiamiento interno se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco 2023”, los resultados obtenidos indican una correlación positiva alta entre la Variable Rentabilidad y la Dimensión Financiamiento Interno, puesto que, el valor del

coeficiente de la correlación de Spearman fue de ($Rho = 0.747$), con un nivel de significancia de ($Sig.=0.000<0.05$). Estos valores confirman una relación positiva y significativa entre la rentabilidad y el financiamiento interno de las MYPES del distrito de Santiago, Cusco.

De manera similar, Gomez (2023), en su tesis titulada: “Fuentes de Financiamiento y Rentabilidad en la empresa Inkanatura World Peru Export SAC, Lima 2021”, cuya población de estudio fueron los trabajadores en general de la empresa Inkanatura World Peru Export SAC, cuyo uno de sus objetivos específicos fue “Determinar la relación existente entre el financiamiento interno y la rentabilidad en la empresa Inkanatura Worl Peru Export SAC, Lima 2021”. Sus resultados concluyen que existe una relación directa y positiva entre el Financiamiento Interno y la Rentabilidad de la empresa Inkanatura World Peru Export SAC, Lima 2021. La correlación según el coeficiente de Spearman, se obtuvo como resultado un valor de ($Rho=0.642$), lo que nos da a entender que existe una correlación moderada positiva, con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$), lo que nos da a entender que mientras mejor sea el financiamiento interno mejor será la rentabilidad.

En ese contexto, ambas investigaciones muestran correlaciones significativas. Las diferencias observadas en esos valores pueden explicarse por el tamaño de las empresas, el sector al que pertenecen y entorno económico en el que operan. En el caso de las Mypes del sector comercio, estas dependen en gran medida del financiamiento interno debido a las limitaciones para acceder a financiamiento externo. Por otro lado, empresas consolidadas, como Inkanatura, tienen la capacidad de diversificar sus fuentes de financiamiento. Sin embargo, en ambos casos se observa que el financiamiento interno es un componente necesario para impulsar el crecimiento y garantizar la sostenibilidad empresarial.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo, en la presente investigación cuyo objetivo específico 2 fue “Determinar de qué manera el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”, donde los resultados indican que existe una correlación positiva y fuerte entre la dimensión “Financiamiento Externo” y la variable dependiente “Rentabilidad”, puesto que, el valor de la correlación según el coeficiente de Spearman con un valor de ($Rho = 0.686$), con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$). Estos valores confirman una relación positiva y significativa entre Financiamiento Externo y la rentabilidad financiera de las MYPES del distrito de Santiago, Cusco.

Herrera y Ttito (2020), realizaron la tesis titulada “Financiamiento y su influencia en la Rentabilidad de los productores de muebles del Distrito de San Sebastián – Cusco, periodo 2019”, cuyo uno de sus objetivos específicos fue “Determinar como el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de los productores de muebles del distrito de San Sebastián - Cusco, periodo 2019”., cuya población de estudio fueron los productores de muebles del distrito de San Sebastián en el año 2019. En conclusión, el financiamiento externo se relaciona significativamente con la rentabilidad de los productores de muebles del Distrito de San Sebastián- Cusco, periodo 2019. La correlación según el coeficiente de Spearman, se obtuvo como resultado un valor de ($Rho=0.739$), lo que nos da a entender que existe una correlación alta positiva, con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$), lo que nos da a entender que mientras mejor será el financiamiento externo mejor será la rentabilidad financiera.

Ambos estudios evidencian conclusiones similares, ya que comparten variables y dimensiones casi idénticas. En este contexto, ambas investigaciones destacan que el financiamiento externo está estrechamente relacionado con la rentabilidad de las Mypes, con un impacto más evidente en sectores que requieren mayores inversiones, como la producción de muebles. Sin embargo, en el sector de abarrotes, su efecto también es significativo, lo que confirma que el acceso a recursos financieros externos puede mejorar sustancialmente el desempeño económico.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo, en la presente investigación cuyo objetivo específico 3 fue “Determinar de qué manera los plazos de financiamiento se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”, donde los resultados indican que existe una correlación positiva fuerte entre la dimensión “Plazos de financiamiento” y la variable dependiente “Rentabilidad”, la correlación según el coeficiente de Spearman, obtuvo como resultado un valor de ($Rho=0.694$), lo que nos da a entender que existe una correlación alta positiva, con respecto al nivel de significancia, se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.=0.000<0.05$). Estos valores confirman una relación positiva y significativa entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad financiera de las MYPES del distrito de Santiago, Cusco.

Tovar (2019), realizó la tesis titulada “Financiamiento y rentabilidad en las empresas de turismo en el distrito de Ayacucho - 2018”, cuyo uno de sus objetivos específicos fue “Determinar la relación entre los plazos de devolución y la rentabilidad financiera en las Empresas de Turismo en el distrito de Ayacucho – 2018”, cuya población fueron las empresas de turismo del distrito de Ayacucho en el 2018. Los resultados concluyen que los plazos de

devolución presentan una relación directa con la rentabilidad financiera de las empresas de turismo en el distrito de Ayacucho, puesto que, su correlación fue de 0.462 y su significancia bilateral es de 0.027 (menor a 0.05), lo cual significa que los plazos de devolución ya sea en el corto o largo plazo se relacionan directamente con la mejora o no de la rentabilidad del patrimonio neto de las empresas turísticas.

De acuerdo con los resultados en ambas investigaciones obtenidos, se encontró que existe una correlación positiva fuerte entre la dimensión “Plazos de financiamiento” y la variable dependiente “Rentabilidad”. Este hallazgo se fundamenta en que ambas investigaciones tienen idénticas dimensiones e indicadores. Esto indica que tanto los plazos de devolución en el corto como en el largo plazo se asocian directamente con la mejora o detrimento de la rentabilidad del patrimonio neto de dichas empresas.

La concordancia entre ambos estudios refuerza la idea de que una adecuada gestión de los plazos de financiamiento es clave para optimizar la rentabilidad financiera en diferentes sectores económicos, como el comercio y el turismo. La correlación positiva encontrada en ambos casos destaca que, al ofrecer plazos de financiamiento ajustados a las necesidades y capacidades de las empresas, estas pueden mejorar su flujo de caja, reducir la presión financiera y, consecuentemente, incrementar su rentabilidad. La leve diferencia en el nivel de la correlación se explica en que mientras las empresas de turismo tienen características estacionales y una dependencia alta de factores externos como la afluencia de turistas, las tiendas de abarrotes suelen operar en un mercado más estable y con una demanda constante. Sin embargo, en ambos casos, una buena administración de los plazos de financiamiento contribuye significativamente al crecimiento financiero de las empresas.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se arribaron las siguientes conclusiones:

1. Las Fuentes de Financiamiento se relacionan de manera directa y fuerte en la rentabilidad de las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco con un coeficiente de Spearman del 0.742, y un grado de significancia del 0.000, lo que contrasta que el acceso y uso de fuentes de financiamiento tiene un impacto positivo en la rentabilidad de las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco. La relación observada indica que las tiendas de abarrotes que llegan a acceder a mayores y mejores opciones de fuentes de financiamiento, ya sean fuentes internas, externas y con mejores plazos de financiamiento, logran incrementar su rentabilidad, debido a que logran tener más recursos para poder diversificar y mejorar la oferta que ofrecen en su tienda de abarrotes.

2. Existe una relación positiva y significativa entre el financiamiento interno y la rentabilidad de las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco con un coeficiente de Spearman de 0.747 indica una fuerte asociación positiva, lo que sugiere que a medida que las tiendas de abarrotes aumentan su financiamiento interno, también mejora su rentabilidad. Se confirma que el financiamiento interno, en aporte propio o reinversión de las utilidades obtenidas, llegan a ser factores claves para mejorar el desempeño financiero de las MYPES analizadas, contribuyendo a su crecimiento y sostenibilidad en el sector comercio.

3. El análisis evidencia una relación positiva y significativa entre el financiamiento externo y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago, Cusco, durante el año 2023. El coeficiente de correlación de Spearman 0.686 indica una asociación fuerte, lo que sugiere que un mayor acceso a financiamiento externo, con financiamiento mercantil,

financiamiento bancario o no bancario, contribuye a mejorar la rentabilidad de estas empresas. Este resultado destaca la importancia del financiamiento externo como una herramienta clave para impulsar el desempeño financiero, posibilitando la inversión en mejoras de operación, posible expansión de negocios y fortalecimiento de su competitividad.

4. Existe una relación positiva y significativa entre los plazos de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago, Cusco, durante el año 2023. El coeficiente de correlación de Spearman 0.694 indica una asociación fuerte, lo que sugiere que plazos de financiamiento más largos están vinculados con una mayor rentabilidad para estas empresas. Los resultados destacan que los plazos más amplios permiten una gestión financiera más flexible, reduciendo presiones a corto plazo y facilitando la reinversión en operaciones, mejoras y expansión.

RECOMENDACIONES

Se recomienda promover el acceso a fuentes de financiamiento adecuadas y accesibles para las tiendas de abarrotes del distrito de Santiago, Cusco, priorizando la implementación de programas de educación financiera que permitan a los propietarios optimizar el uso del capital recibido. Además, las entidades financieras deberían desarrollar productos específicos con condiciones favorables (bajas tasas de interés, plazos flexibles) para este sector, fomentando así su crecimiento, competitividad y sostenibilidad económica.

Se recomienda que las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago prioricen el fortalecimiento de sus fuentes de financiamiento interno para mejorar su rentabilidad. Esto puede lograrse mediante la reinversión de utilidades en el negocio, una gestión financiera eficiente, la diversificación de ingresos y la capacitación de los gestores para optimizar la toma de decisiones. Además, se sugiere colaborar con instituciones locales que ofrezcan apoyo para promover la auto sostenibilidad financiera. Estas estrategias permitirán a las MYPES aumentar su rentabilidad y reducir su dependencia de financiamiento externo, favoreciendo su crecimiento y estabilidad a largo plazo.

Se recomienda que las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago consideren la búsqueda de opciones de financiamiento externo como una estrategia clave para mejorar su rentabilidad. Esto podría incluir la negociación de créditos con condiciones favorables, la participación en programas de apoyo financiero o la exploración de inversores externos que puedan aportar capital. Es esencial que las empresas gestionen de manera eficiente estos recursos para maximizar su retorno, enfocándose en proyectos que incrementen su capacidad productiva y

optimicen sus procesos. Además, es importante que las MYPES se capaciten en la administración de fondos externos para evitar riesgos financieros y asegurar una inversión productiva que impulse su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Se recomienda que las MYPES del sector comercio en el distrito de Santiago consideren optar por plazos de financiamiento más largos para mejorar su rentabilidad. Los resultados sugieren que los plazos extendidos permiten una mayor flexibilidad financiera, lo que facilita la inversión en la mejora de procesos, la expansión de operaciones y la capacidad de respuesta a cambios en el mercado. Las MYPES deberían evaluar y negociar con entidades financieras para asegurar condiciones de financiamiento que les proporcionen un tiempo adecuado para la gestión de sus recursos, sin presiones de corto plazo. Además, es fundamental que estas empresas implementen una adecuada planificación financiera para maximizar los beneficios de los plazos de financiamiento más largos y evitar posibles problemas de liquidez.

Se recomienda que el Gobierno Local del distrito de Santiago adopte medidas orientadas a la reducción de la burocracia y de los costos asociados al proceso de formalización de las tiendas de abarrotes, mediante la simplificación de trámites administrativos, la reducción de plazos y la orientación permanente a los comerciantes. Esta acción permitirá disminuir la pérdida de tiempo y recursos económicos que enfrentan los emprendedores, incentivando la formalización de las Mypes del sector comercio y facilitando su acceso a fuentes de financiamiento formales, contribuyendo así a la mejora de su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, J. (2019). Factores que influyen en la rentabilidad economica en la produccion de flores de heliconia en el distrito de Echarate 2017. *Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco*, 112.
- Armstrong, M., & Kranton, A. (2015). Dynamic Models of Imperfect Competition with Asymmetric Information and Transaction Costs. *The American Economic Review*, 1306-1344.
- Arones Miguel, I. M., & Tito Sulca, A. J. (2024). Fuentes de financiamiento y rentabilidad en las mypes del rubro de restaurantes del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho.
- Barrios Barrios, J. R., & Núñez Sarmiento, O. A. (2021). FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS FAMILIARES DEL SECTOR CONFECCIÓN DE BARRANQUILLA. 29.
- Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., & Schaefer, S. (2017). *Economics of Strategy*.
- Block, S., Hirt, G., & Danielsen, B. (2015). *Fundamentos de administración financiera*. Mexico: MacGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Borja Peñaranda, L. D., Villa Guanoquiza, O. P., & Armijos Cordero, J. C. (2022). APALANCAMIENTO FINANCIERO Y RENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL CANTÓN EN CUENCA, ECUADOR. *QUIPUKAMAYOC*, 47-55.
- Bozcán, M., & Molina, B. V. (2020). Estrategias de financiamiento interno para las pymes del sector productivo de plasticos.

- Brigham, & Houston. (2023). *Fundamentos de Administración Financiera*. Houston.
- Bustamante Chiquinta, A. Y., & Zurita, F. (2021). Gestión del Financiamiento y Rentabilidad de las MYPES del Sector.
- Caiza Pastuña, E. C., Valencia Nuñez, E. R., & Bedoya Jara, M. P. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. 29.
- Cámara de Comercio del Cusco. (2022). Sector Empresarial Cusco.
- Carl, M. (2007). Proceso de Mercado: sobre el Capital. *Revista Europea de Economía Política*, 177-228.
- CEPAL. (2022). CEPAL presenta un panorama actual sobre las mipymes de América Latina y el Caribe en Foro de Economía en Cuba.
- Delgado Delgado, D. D., & Chávez Granizo, G. P. (2018). LAS PYMES EN EL ECUADOR Y SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO.
- Gomez Avila , C. R. (2023). Fuentes de financiamiento y rentabilidad en la empresa Inkanatura.
- Hernández Cruz, M. A. (2022). Caracterización del financiamiento y de la rentabilidad de las mypes del sector servicio– rubro agencias de viajes de la provincia Tumbes, 2021.
- Hernández et al. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, & Pilar, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera Huaman, M., & Ttito Quispe, E. K. (2020). “Financiamiento y su influencia en la Rentabilidad de los productores de muebles del Distrito de San Sebastián – Cusco, periodo 2019”.

- Logreira, C., & Bonnet, M. (2017). FINANCIAMIENTO PRIVADO EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL - CONFECCIONES EN BARRANQUILLA - COLOMBIA.
- Lopez Lindao, J. I., & Farias Villon, E. E. (2018). Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil. *Universidad de Guayaquil*, 89.
- Lozano Girón, I. (2020). Mypes: El problema del financiamiento va más allá del costo del crédito. *El Comercio*.
- Maldonado, A. (2021). RENTABILIDAD DE LA ESTACIÓN DE SERVICIOS SAN LUIS E.I.R.L., BAGUA GRANDE - 2021. *Universidad Señor de Sipan*, 50.
- Martínez Rebollar, A., & Campos Francisco, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social.
- Miranda, J. (2020). Formación contable y el manejo de las finanzas personales de los estudiantes de contaduría pública de la universidad Mariana. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, 95.
- Molina Ycaza, D., & Sánchez Riofrio, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista PID*, 21-36.
- Montenegro Solis, R. (2017). Aspectos financieros que inciden en las exportaciones de empresas familiares venezolanas.
- Municipalidad Distrital de Santiago. (2024). Carta N°034-2024-MAGA-RAIP-OSMGD/MSD-C.
- Ortiz Segovia, F. M. (2014). Fuentes de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las microempresas familiares, productoras de artículos de cuero de la parroquia rural de Quisapincha del cantón Ambato. *Universidad Técnica de Ambato*, 159.

- Palomino Gonzales, J. (2020). Gestión del financiamiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa manufacturera en el departamento de Huánuco. *GC Artículos*.
- Perez de las Peñas, A. (2013). *Fuentes de Financiación*. España: ESIC Editorial.
- Raygal Olivares, C. R., & Garcia Tello, Y. M. (2019). PRINCIPALES FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES UBICADAS EN EL CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO 2017. 148.
- Ruiz, M. (2015). FUENTES Y MECANISMOS DE FINANCIACION EN LAS PYMES DE VILLAVICENCIO (COLOMBIA).
- Tapia, G. (2018). Rentabilidad, utilidad y valor. *CHECKPOINT*, 6.
- Torres, A., & Guerrero, F. (2017). *FINANCIAMIENTO UTILIZADO POR LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS FERRETERAS*. Venezuela.
- Tovar Quispe, M. S. (2019). FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS.
- Tovar, M. (2019). FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE TURISMO EN EL DISTRITO DE AYACUCHO-2018. *Universidad Peruana de los Andes*, 129.
- Tuapanta Dacto, J. V., Duque Vaca, M. A., & Mena Reinoso, A. P. (2017). Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios . *Descubre*, 37-48.
- Van Den Verghe, E. (2015). Diseña y Administre su propia empresa. 375.
- Vives, X. (2018). *Competencia e Industria*.
- Zambrano, F., Rivera, C., Quimi, D., & Flores , E. (2021). Factores explicativos de la rentabilidad de las microempresas: Un estudio aplicado al sector comercio. *INNOVA RESEARCH JOURNAL*, 63-78.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO E INSTRUMENTOS
<p>Problema General ¿De qué manera las fuentes de Financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco-2023?</p>	<p>Objetivo General Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.</p>	<p>Hipótesis General Las fuentes de financiamiento se relacionan de manera significativa en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023.</p>	<p>Variable independiente: Y: Financiamiento Variable dependiente: X: Rentabilidad Dimensiones de la Variable Independiente: Financiamiento Interno, Financiamiento Externo y Plazo de Financiamiento Dimensiones de la variable dependiente: rentabilidad económica y rentabilidad financiera.</p>	<p>Alcance: Descriptivo - correlacional Diseño: No experimental y de corte transversal Enfoque: Mixto Muestra: 89 tiendas de abarrotes Técnica: Encuesta y Entrevista Instrumento: Cuestionario y guía de entrevista</p>
<p>Problemas Específicos ¿De que manera el financiamiento interno se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023? ¿De que manera el financiamiento externo se relaciona con la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023? ¿De que manera el plazo de financiamiento se relaciona con la rentabilidad las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco - 2023?</p>	<p>Objetivos Específicos Determinar de qué manera el financiamiento interno se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023 Determinar de qué manera el financiamiento externo se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023. Determinar de qué manera los plazos de financiamiento se relacionan con la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.</p>	<p>Hipótesis Específicos El financiamiento interno se relaciona de manera positiva de en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023. El financiamiento externo se relaciona de manera positiva de en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023. El plazo de financiamiento se relaciona de manera significativa en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, caso: tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023.</p>		

CUESTIONARIO 1

CUESTIONARIO CUANTITATIVO

Investigación: "Fuentes de financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, caso: Tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023"

Finalidad: Recolectar información cuantitativa para determinar la rentabilidad económica y financiera anual de las tiendas de abarrotes.

I. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

1. Nombre del responsable del negocio: _____

2. Nombre de la tienda de abarrotes: _____

3. Dirección del establecimiento: _____

4. Tiempo de funcionamiento del negocio (en años): _____ años

5. ¿La tienda cuenta con RUC o está formalizada?: Sí No

6. Número de trabajadores que participan en la tienda: _____

II. DATOS PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD ECONÓMICA (ANUAL)

7. ¿Cuál fue el total de ingresos generados en el año 2023 por ventas? S/ _____

8. ¿Cuáles fueron sus costos totales anuales durante el 2023? S/ _____

9. ¿Cuál fue la utilidad neta del negocio en el año 2023? S/ _____

10. ¿Lleva usted un control contable o registro mensual de ingresos y egresos? Sí No

III. DATOS PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA (ANUAL)

11. ¿Cuál fue el valor promedio de su inventario durante el año 2023? S/ _____

12. ¿Con cuánto capital en efectivo operó en promedio durante el año 2023? S/ _____

13. ¿Cuánto fue el monto total de sus deudas de corto plazo al cierre de 2023? S/

14. ¿Cuál fue su capital de trabajo al cierre del 2023? S/ _____

15. ¿Qué fuentes de financiamiento utilizó durante el año 2023? (marque todas las que apliquen)

Crédito bancario Crédito de cooperativas Crédito informal Ahorros personales

No usó financiamiento

CUESTIONARIO 2

Apreciado encuestado, nos agrada saludarte. En esta ocasión estamos realizando una investigación de tesis llamada “Fuentes de Financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio, caso: Tienda de abarrotes en el distrito de Santiago, Cusco – 2023”, y por lo tanto nos gustaría contar con tu participación.

Queremos conocer tu perspectiva sobre el nivel de rentabilidad en esta industria respecto a las fuentes de financiamiento. Desde ya le agradecemos su disposición por participar en esta encuesta. Su aporte es esencial para el éxito de nuestro análisis y nos ayudaría mucho si pudieras responder todas las preguntas planteadas.

Instrucción: Marque con una equis (X) en función a su percepción por cada ítem, cabe señalar que no existe respuesta correcta o incorrecta.

1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy Alto

DATOS GENERALES

¿Cuántos años de constitución tiene la empresa?

1. Menos de 1 año
2. De 1 a 3 años
3. De 4 a 6 años
4. De 7 a 10 años
5. De 10 años a más

¿Cuál es el rango de ingresos anuales aproximados de su tienda de abarrotes?

1. Menos de 50 000
2. Entre 50 001 y 100 000 soles
3. Entre 100 001 y 150 000 soles
4. Entre 150 001 y 250 000 soles
5. Más de 250 001 soles

¿Cuál es el rango de costos anuales aproximados de su tienda de abarrotes?

1. Menores a 40 000 soles
2. Entre 40 001 y 80 000 soles
3. Entre 80 001 y 120 000 soles
4. Entre 120 001 y 180 000 soles
5. Más de 180 001 soles

¿Cuál es el margen de utilidad anual aproximado de su tienda de abarrotes?

1. Menores a 10 000 soles
2. Entre 10 001 y 20 000 soles
3. Entre 20 001 y 30 000 soles
4. Entre 30 001 y 50 000 soles
5. Más de 50 001 soles

¿Cuál es el margen de utilidad por producto aproximado de su tienda de abarrotes?

1. Menos de 5%
2. Entre 5% a 10%
3. Entre 10% a 15%
4. Entre 15% a 20%
5. Mas de 20%

¿Se ha requerido algún préstamo recientemente?

1. Si
2. No, (en este caso pasar al formato Likert).

De ser así, ¿podrías compartir el monto aproximado?

1. Menos de 1000 soles
2. De 1001 a 2000 soles
3. De 2001 a 4000 soles
4. De 4001 a 6000 soles
5. Mas de 6000 soles

¿Qué tasa de interés se negoció en el último préstamo?

1. Menos de 10%
2. 10% a 15%
3. 15% a 20%
4. 20% a 25%
5. 25% a más.

¿Cuál es el aproximado del capital que tiene invertido en su empresa?

1. Menos de 20 000 soles
2. Entre 20 001 y 40 000 soles
3. Entre 41 000 y 60 000 soles
4. Entre 60 001 y 100 000 soles
5. Más de 100 000.

	1	2	3	4	5
Variable Independiente: Fuentes de financiamiento					
1. Financiamiento interno					
Aporte del propietario					
¿Cómo calificaría el monto aportado por el propietario para la constitución de su empresa?					

¿Cómo calificaría Ud. la efectividad del aporte interno realizado por el propietario?					
Reinversión de la utilidad					
¿Cómo evaluaría Ud. la proporción de las utilidades destinadas a la reinversión? (insumos, mobiliario y equipos)?					
¿Cómo considera Ud. el impacto de la reinversión de las utilidades en el crecimiento y desarrollo de la empresa?					
2. Financiamiento Externo					
Financiamiento Mercantil					
¿Cómo calificaría Ud. el impacto de los créditos comerciales en la empresa para financiar sus actividades?					
¿Cómo considera Ud. la accesibilidad hacia los créditos comerciales con sus proveedores?					
Financiamiento Bancario (Bancos)					
¿Cómo considera usted la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades bancarias?					
¿Cómo considera usted el nivel de transparencia de las entidades bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento?					
Financiamiento no Bancario (Cajas, Cooperativas, Financieras)					
¿Cómo considera usted la accesibilidad a los créditos ofrecidos por las entidades no bancarias?					
¿Cómo considera usted el nivel de transparencia de las entidades no bancarias al comunicar las condiciones y costos de financiamiento?					
3. Plazos de financiamiento					
Corto Plazo (Menos de un año)					
¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, etc.) de los créditos financieros a corto plazo disponibles para la empresa?					
¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener un crédito financiero a corto plazo para la empresa?					
Mediano Plazo (Mas de 1 año a 5 años)					
¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, plazos de pago, etc.) de los créditos financieros a mediano plazo disponibles para la empresa?					
¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener los créditos financieros a mediano plazo para la empresa?					
Largo Plazo (Mas de 5 años)					
¿Cómo evaluaría las condiciones (tasas de interés, plazos de pago, etc.) de los créditos financieros a largo plazo disponibles para la empresa?					
¿Cómo evaluaría la rapidez con la que se puede obtener los créditos financieros a largo plazo para la empresa?					

Variable dependiente: Rentabilidad					
1. Rentabilidad económica					
Ingresos de la empresa					
¿Cómo considera usted los ingresos actuales de su empresa?					
¿Cómo considera usted la satisfacción del crecimiento de los ingresos de su empresa en el último año?					
Egresos					
¿Cómo considera usted los egresos actuales de su empresa?					
¿Cómo evaluaría el impacto de los egresos en la rentabilidad económica general de la empresa?					
Margen de Utilidad					
¿Cómo considera usted el margen de utilidad actual de su empresa?					
¿Cómo considera usted la sostenibilidad a largo plazo que puede mantener su empresa respecto al margen de utilidad?					
2. Rentabilidad financiera					
Ratio de Liquidez					
¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa para mantener un adecuado ratio de liquidez?					
¿Cómo evaluaría el impacto del ratio de liquidez en la rentabilidad financiera general de la empresa?					
Rotación de inventarios					
¿Cómo evaluaría la eficiencia de la empresa en la rotación de inventarios para maximizar la rentabilidad?					
¿Cómo evaluaría el impacto de la rotación de inventarios en la rentabilidad financiera general de la empresa?					
Capital de trabajo					
¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa para mantener un nivel adecuado de capital de trabajo para sus operaciones diarias?					
¿Cómo evaluaría el impacto del capital de trabajo en la estabilidad financiera a corto plazo de la empresa?					

;;;Muchas gracias!!!

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Santiago, 26 de abril de 2024

Carta N° 034-2024-MAGA-RAIP-OSMGD/MDS-C

Señora(ita):
Perla Esperanza López Saldaña
PP. JJ. Viva el Perú F-10
Celular N° 957728583
Email: perlaesperanza81@gmail.com
Ciudad.-

ASUNTO : ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA
REF. : Expediente N° 9561

Es grato dirigirme a usted para expresarle un cordial saludo, al mismo tiempo en mérito a su documento de la referencia, a través del cual al amparo de la Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública y su reglamento, solicita información histórica sobre la cantidad de tiendas de abarrotes en el distrito de Santiago.

Al respecto, manifiesto que se ha trasladado su petición a la Gerencia de Desarrollo Económico Local por ser de su competencia, la misma que generó el Informe N° 35-2024-GSP-SGCPMC-GDEL/MDS emitido por el Sub Gerente de Comercio, Policía Municipal y Control, quien alcanza la información solicitada, el cual se remite adjunto al presente en 02 folios.

Por lo que agradeceré confirmar la recepción de la información requerida.

Sea propicia la oportunidad para expresarle mi especial deferencia.

Atentamente,



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTIAGO
ABOG. MIGUEL ANGEL GUERRA ARAUJO
JEFE DE LA OFICINA DE SECRETARIA MUNICIPAL
Y GESTION DOCUMENTARIA

C.c.:
Archivo
Adj. 02 folios.
Reg. 569-2024

RAIP/MAGA/mvc.

OBSERVACIONES:
FECHAS DE COMUNICACIÓN PREVIAS:

PERSONA	NOMBRE_COMPLETO	DIRECCION_FISCAL	NIRO_DOC	RAZON_SOCIAL	NOMBRE_COMERCIAL
L006882	ZURITA MEDINA TOMASA ROCIO	PROLONGACION AV. GRAU Nº 23-A	42089680	TOMASA ROCIO ZURITA MEDINA	TIENDA DE ABARROTÉS "MULTISERVICIOS LEOS"
L006884	GONZALES LAURENTE EDWIN	CALLE EMILIANO HUAMANTICA KANTOC C - 3	43117642	EDWIN GONZALES LAURENTE	TIENDA DE ABARROTÉS
L006854	ALFARO PILLCO HAYDEE	CALLE VELASCO ASTETE. N-3 COOP DE ZARZUELA	23915109	HAYDEE ALFARO PILLCO	TIENDA DE ABARROTÉS
L006860	HERRERA ATAUCONCHO BERNARDINA	PP-JJ CONSTRUCCION CIVIL B-7	23959594	BERNARDINA HERRERA ATAUCONCHO	TIENDA DE ABARROTÉS
L006872	MUÑOZ CASILLA SELMIRA	SEMPA	48281247	SELMIRA MUÑOZ CASILLA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006875	OLIBARES AVILES ANALI	COOP. MERCADOS UNIDOS ZARZUELA NN - 2	77707455	ANALI OLIBARES AVILES	TIENDA DE ABARROTÉS
L006877	MORALES HORQUETE THALIA YOIS	AV. EJERCITO Nº 164 - C	72746117	THALIA YOIS MORALES HORQUETE	TIENDA DE ABARROTÉS
L006915	MOSQUIPA TITTO NELIDA	PP-JJ MIANCO CCAPAC Q - 8	45937295	NELIDA MOSQUIPA TITTO	TIENDA DE ABARROTÉS
L006917	CCAHUA QUISPE INGRID FABIOLA	CALLE GIRALDO RUIZ CARO Nº 1089	73945261	INGRID FABIOLA CCAHUA QUISPE	TIENDA DE ABARROTÉS
L006918	FLORES LIMACHE MAGALY	AV. ALAMEDA PACHACUTEC Nº 524	46480060	MAGALY FLORES LIMACHE	TIENDA DE ABARROTÉS
L006910	QUISPE NIÑA GLORIA	CALLE ROCOPATA Nº 124	45640405	GLORIA QUISPE NIÑA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006835	MOLLINEDO SALCEDO MARIA DE JESUS	AV. PERU C-37 URB. MANAHUANUNCA	76509294	MARIA DE JESUS MOLLINEDO SALCEDO	TIENDA DE ABARROTÉS
L006839	CONCHA CAYTIURO DE RIQUELME JOVITA	PP-JJ CONSTRUCCION CIVIL B-1	31182931	JOVITA CONCHA CAYTIURO DE RIQUELME	TIENDA DE ABARROTÉS
L006849	GUTIERREZ NIÑA ADELA	AV. PERU P - 43 ILLAREQ	40252694	ADELA GUTIERREZ NIÑA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006725	CCAPA CALIZAYA DIANA	APV JUAN ESPINOZA MEDRANO	23995312	DIANA CCAPA CALIZAYA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006767	MONTAÑEZ CCAMA LUZ MARINA	COOP. FRANCISCO BOLOGNESI N-3	23987243	LUZ MARINA MONTAÑEZ CCAMA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006765	CONCHACALLA PUJMA MARY CARMEN	A.P.V. FCJUS DE SAN JOSE A- 2	76000592	MARY CARMEN CONCHACALLA PUJMA	TIENDA DE ABARROTÉS "MARY"
L006908	MOLINA ROCA DELIA	CALLE FRANCISCO BOLOGNESI ZARZUELA	23958187	DELIA MOLINA ROCA	TIENDA DE ABARROTÉS "ANDREA"
L006900	PINEDO TORRES EDGAR WILLIAM	JUAN ESPINOZA MEDRANO C - 6	40934712	WALTER PINEDO TORRES	TIENDA DE ABARROTÉS "BOMBERITO"
L006787	GUZMAN GAMARRA TORIBIA NELVA	AMADEO REPETO AV. JOSE OLAYA T-3	23904688	EDGAR WILLIAM FERNANDEZ GORVENIA	TIENDA DE ABARROTÉS "CHARITO"
L006846	HUILCA PEREZ DIANA	COOP. MERCADOS UNIDOS ZARZUELA B-1	23903959	TORIBIA NELVA GUZMAN GAMARRA	TIENDA DE ABARROTÉS "IRI"
L006806	CACERES CANCHA LUZ MERY	CALLE 8 DE MARZO A.P.V. BELPENPAMPA D-21	80066364	DINA HUILLCA PEREZ	TIENDA DE ABARROTÉS "JAZMIN & IVANA"
L006870	LEIVA MENDOZA JESUS MANUEL	AV. EJERCITO 1065	45937310	LUZ MERY CACERES CANCHA	TIENDA DE ABARROTÉS "MAMA GRANDE"
L006874	ALZAMORA KACHA LIZBETH	AV. LIBERTAD C-C-2	23959658	JESUS MANUEL LEIVA MENDOZA	TIENDA DE ABARROTÉS "MEX Y RODRIGO"
L006889	MENDOZA ZUÑIGA ROCIO	TERMINAL TERRESTRE AMBIENTE Nº 163	45513620	LIZBETH ALZAMORA KACHA	TIENDA DE ABARROTÉS "MERKIDITO"
L006897	NAHUI RELAMOCCA DELIA	AV. LUIS VALLEJO SANTONI GENERAL OLLANTA C - 9	41342251	ROCIO ZUÑIGA MENDOZA	TIENDA DE ABARROTÉS "ROSSY"
L006851	COAQUIRA YQUIAPAZA ANGELA FIORELLA	A.P.V. LA PRADERA C - 1	47360723	DELIA NAHUI RELAMOCCA	TIENDA DE ABARROTÉS "VIRGEN DE COPACABANA II"
L006895	OLIVERA SARMIENTO VIRGILIO ANTONIO	CALLE LUIS UZATEGUI ARCE Nº 401	73256328	ANGELA FIORELLA COAQUIRA YQUIAPAZA	TIENDA DE ABARROTÉS "PRISCA"
L006825	ENRIQUEZ PALMA AIDE	COMUNIDAD DE CACHONA S/N	23851595	VIRGILIO ANTONIO OLIVERA SARMIENTO	TIENDA DE ABARROTÉS "COMERCIAL C4A"
L006771	YAMPI CCOAHUJA ISIDORA	AV. PERU P - 39 A.P.V. ILLAREQ	24487256	AIDE ENRIQUEZ PALMA	TIENDA DE ABARROTÉS "DANA"
L006829	ARGUEDAS CABEZAS BETHSY	AA.HH. LUIS VALLEJO SANTONI Nº 18	18180530	ISIDORA YAMPI CCOAHUJA	TIENDA DE ABARROTÉS "LA CUSQUEÑA"
L006797	TRUJILLO TERRONES LEYDY ELIZABETH	A.P.V. NUEVAS AMERICAS A - 14 MALECON HUANCARO	23945299	BETHSY ARGUEDAS CABEZAS	TIENDA DE ABARROTÉS "MULTISERVICIOS ELAR"
L006843	CONDORI QUISPE PRUDENCIA	CALLE INCA A-5	43614266	LEYDY ELIZABETH TRUJILLO TERRONES	TIENDA DE ABARROTÉS "MULTISERVICIOS QORI URPI"
L006795	SERRUDO ALVAREZ BERTHA	URB. AMADEO REPETO CALLE TORRE TAGLE I - 4	46739027	PRUDENCIA CONDORI QUISPE	TIENDA DE ABARROTÉS "PAGMAN"
L006769	SALAZAR AMAT HAYDEE EDMUNDA	URB. DOLORESPATA H - 21	23938626	BERTHA SERRUDO ALVAREZ	TIENDA DE ABARROTÉS "SERVICIO MULTIPLE RICO Y SABROSO"
L007437	ORTEGA QUISPE ANA CECILIA	AV. PAZ SOLDAN A - 8 AMADEO REPETO	23849777	HAYDEE EDMUNDA SALAZAR AMAT	TIENDA DE ABARROTÉS SR DE CCOYLLORITTI
L007446	ROQUE MOZO ELEAZAR	APV. KARI GRANDE Nº A-9. SAN SEBASTIAN	43925252	ANA CECILIA ORTEGA QUISPE	TIENDA DE ABARROTÉS EL VIAJERO.COM"
L007452	CARPIO MARTINEZ ARLITH	AV. 31 DE ENERO Nº G-4, MANAHUANUNCA	42032612	ELEAZAR ROQUE MOZO	"TIENDA DE ABARROTÉS LUJANITA"
L006125	PARADES CACHIQUE ARMINDA	CALLE INCA Nº B-6	24376995	ARLITH CARPIO MARTINEZ	TIENDA DE ABARROTÉS SIS"
L006130	SOPELO HUARI JULISA CAROLAY	AV. ASOCIACION D - 7 HUANCARO	10863579	PARADES CACHIQUE ARMINDA	TIENDA DE ABARROTÉS SR. DE HUANCA"
L006102	ARELLANO CONDORI SIXTA JUSTA	URB. PUCUTUPAMPA CALLE CELESTINO GAMARRA B - 12	78011208	SOPELO HUARI JULISA CAROLAY	MINIMARK ARMI TIENDA DE ABARROTÉS
L006104	CONTO PUMAHUALCCA PAULINA	AV. 31 DE ENERO URB MANAHUANUNCA H-9	10238827979	ARELLANO CONDORI SIXTA JUSTA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006105	LUNA CUADROS FELIPA	AA.HH. HERMANOS AYAR K-13	10239913895	CONTO PUMAHUALCCA PAULINA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006210	LOAYZA PEREZ ROSA MARLENE	VIVA EL PERU CMTE. 3 LOTE 6	43714999	LOAYZA PEREZ ROSA MARLENE	TIENDA DE ABARROTÉS
L006231	SALAZAR NAVARRETE CARLOS JESUS	AV. EJERCITO 120 SANTIAGO	77072981	SALAZAR NAVARRETE CARLOS JESUS	TIENDA DE ABARROTÉS
L006346	HUILCA CRUZ ISAIAS	BELPENPAMPA 21 DE MAYO K - 4	45547896	VARGAS CORNEJO MIRIAM FELICIA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006349	CHUPTAYA QUISPE YRMA YNES	GENERAL OLLANTA C-10	15442464496	HUILCA CRUZ ISAIAS	TIENDA DE ABARROTÉS
L006693	ZANABRIA TINTA NORMA	PP-JJ VIVA EL PERU COMITE 7 LOTE Q-3	10239949415	CHUPTAYA QUISPE YRMA YNES	TIENDA DE ABARROTÉS
L006550	PANCORBO CANDIA BRAULLIO	A.P.V. RAYOS DEL SOL ANDINO	25076969	ZANABRIA TINTA NORMA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006675	ANGULO ORTIZ MIGUEL ANGEL	CALLE JORGE OCHOA Nº 412	10239950570	PANCORBO CANDIA BRAULLIO	TIENDA DE ABARROTÉS
L006822	CARRASCO TEJERA LOIDA	A.P.V. JUAN ESPINOZA MEDRANO C-13	23978480	ANGULO ORTIZ MIGUEL ANGEL	TIENDA DE ABARROTÉS
L006922	ESPINOZA NEYRA EFRAIN	A.P.V. MANAHUANUNCA E - 15 AV SAN MARTIN 2DA ETAPA	42125611	LOIDA CARRASCO TEJERA	TIENDA DE ABARROTÉS
L006958	CURI PUELLES SIMEONA	PP-JJ CONTRUCCION CIVIL	23984679	EFRAIN ESPINOZA NEYRA	TIENDA DE ABARROTÉS
L007038	TUPA QUISPE JOSEFINA	AA-HH ARAHUAY H - 10	24947435	PETRONILA LOPEZ MOLLINEDO	TIENDA DE ABARROTÉS
L007795	MONTES MEDINA MELISSA	CALLE PROFESIONALES A - 9 - 10	23915871	JOSEFINA TUPA QUISPE	TIENDA DE ABARROTÉS
L007858	MINA QUISPE ALEJANDRO	CALLE GIRALDO RUIZ CVARO Nº 686	41878942	MONTES MEDINA MELISSA	TIENDA DE ABARROTÉS
L008116	MELENDEZ BELLIDO REGINA	MARIANO FUENTES LIRA Nº 148	23949979	MINA QUISPE ALEJANDRO	TIENDA DE ABARROTÉS
		URBANIZACION BANCOPATA D-4 - AV. SAN MARTIN	24702690	MELENDEZ BELLIDO REGINA	TIENDA DE ABARROTÉS

L008143	HUARI QUISEP PATRICIA	A-H JUAN ESPINOZA MEDRANO C-6	40526521	HUARI QUISEP PATRICIA	TIENDA DE ABARROTÉS
L008154	SAAVEDRA FUENTES MARCOS	AV. JOSE LUIS ORBEGOSO D-4 - SANTIAGO	41016712	SAAVEDRA FUENTES MARCOS	TIENDA DE ABARROTÉS
L008195	APAZA QUISEP OLIVIA	APV. JUAN ESPINOZA MEDRANO LT. D-6	42358249	APAZA QUISEP OLIVIA	TIENDA DE ABARROTÉS
L008201	TORRES DE ALEGRE CLOTILDE	CALLE LUIS UZATEGUI N° 610	23913847	TORRES DE ALEGRE CLOTILDE	TIENDA DE ABARROTÉS
L008212	MELGAREJO CAMPOS DONATO	CALLE COQUIMBO N° 407	43767708	MELGAREJO CAMPOS DONATO	TIENDA DE ABARROTÉS
L008213	MORALES ATAJO DIANA	AV. TUPAC AMARU B-8-17	23948535	MORALES ATAJO DIANA	TIENDA DE ABARROTÉS
L008226	CAMANI MENDOZA YOVANA	URB. CCORIPATA SUR LOTE H-6	24005107	CAMANI MENDOZA YOVANA	TIENDA DE ABARROTÉS
L008289	PUMA TAPIA NINOSKA MILAGROS	AV. ANTONIO LORENA N° 295	73345795	PUMA TAPIA NINOSKA MILAGROS	TIENDA DE ABARROTÉS
L006990	RODRIGUEZ LOYOLA RUBEN MOISES	URB. BANCOPATA J - 2 RAMON CASTILLA	45881181	RUBEN MOISES RODRIGUEZ LOYOLA	TIENDA DE ABARROTÉS " R "
L006788	ZAMALLOA AROSQUIPA JETZEBELL JOSSELYN	AMADEO REPETO D - 3 - A	23916298	JETZEBELL JOSSELYN ZAMALLOA AROSQUIPA	TIENDA DE ABARROTÉS " JOSSY "
L006783	HUALLPATINCO LUCANA DORIS	COMUNIDAD CCACHONA A-12	75235462	DORIS HUALLPATINCO LUCANA	TIENDA DE ABARROTÉS " KATY "
L006927	MAQUERHUA OLIVERA MARCIA PILAR	ZARZUELA ALTA A8 - 6	40160378	MARCIA PILAR MAQUERHUA OLIVERA	TIENDA DE ABARROTÉS " SAIDITA "
L006999	QUISEP LOPEZ SAIDA	A.P.V MANAHUANONCCA D - 19 - B	23996107	SAIDA QUISEP LOPEZ	TIENDA DE ABARROTÉS " YANET "
L006781	CCAMPAR TORRES YANET	PP.JJ VIVA EL PERU D - 2. SEGUNDA ETAPA	40956778	YANET CCAMPAR TORRES	TIENDA DE ABARROTÉS " YOVI "
L006940	CARRION QUISEP YOVANNA	AV. EJERCITO N° 270	43146085	YOVANNA CARRION QUISEP	TIENDA DE ABARROTÉS " YANI "
L007779	HUAYLLANI CHOQUEHUANCA LIDIA	APV.NIHUAMPANPA L-A-3 - C.C. CACHONA- SANTIAGO	23903171	HUAYLLANI CHOQUEHUANCA LIDIA	TIENDA DE ABARROTÉS " DOÑA PANCHITA "
L008182	LUZA DE HUILLCA FRANCISCA	AV. JOSE LUIS ORBEGOSO URB. VILLA UNION HUANCARCO LOTE F-13- SANTIAGO	42437174	LUZA DE HUILLCA FRANCISCA	TIENDA DE ABARROTÉS " GUIZADO DISTRIBUCIONES "
L008161	GUIZADO QUISEP ISRAEL	CALLE BELEN N° 835-SANTIAGO	23976067	ISRAEL GUIZADO QUISEP	TIENDA DE ABARROTÉS " MI CHELITO "
L008168	BOLIVAR GONZALES LIZBETH	URB. BANCOPATA AV. SUCRE D-7	41300747	BOLIVAR GONZALES LIZBETH	TIENDA DE ABARROTÉS " AMIRA "
006649	VELAZCO CHIQUE MAGDA	URB. BANCOPATA AV. SUCRE D-7	41300747	VELAZCO CHIQUE MAGDA	TIENDA DE ABARROTÉS " VIRGEN DEL CARMEN "
006225	POLANCO GALIANO ROSA BELARMINA	AV. EJERCITO L - 16	23913066	POLANCO GALIANO ROSA BELARMINA	TIENDA DE ABARROTÉS " SOLANGE "
L008158	HUAYLLINO VARGAS PAOLA SOLANGE	URB. BANCOPATA AV. RAMON CASTILLA J - 2	76450595	HUAYLLINO VARGAS PAOLA SOLANGE	TIENDA DE ABARROTÉS " J&E GRANOS Y PEPITAS "
006127	HUAMAN CESPEDES MARIA FERNANDA	URB. BANCOPATA AV. RAMON CASTILLA J - 2	72181581	HUAMAN CESPEDES MARIA FERNANDA	TIENDA DE ABARROTÉS " CATI "
L007739	NINAHUAMAN GUZMAN MARIA LUISA	APV. HERMANOS AVAR F-8	46820879	NINAHUAMAN GUZMAN MARIA LUISA	TIENDA DE ABARROTÉS " CHASKA "
L007780	MEZA CHAUCA MARGOT	A.P.V. JUAN A. ESPINOZA MEDRANO C-1	73902411	MEZA CHAUCA MARGOT	TIENDA DE ABARROTÉS " MI CHELITO "
L008285	JAIMES TORRES NOHEMI	APV. LA PRADERA D-2 SANTIAGO	48153772	JAIMES TORRES NOHEMI	TIENDA DE ABARROTÉS " AMIRA "
L007255	HUILLCAS QUEHUARUCHO JOSE ANTONIO	AV. TUPAC AMARU N° - D-01	10483973174	JOSE ANTONIO HUILLCAS QUEHUARUCHO	TIENDA DE ABARROTÉS " JUSTA "
L008112	DIAZ DIAZ EDELMIRA	URBANIZACION BANCOPATA F-2	44857497	DIAZ DIAZ EDELMIRA	TIENDA DE ABARROTÉS " LA DIANITA "
006451	ORELLANA QUISEP CONSTANTINA	COOPERATIVA FRANCISCO BOLGNESE O - 9	23912592	ORELLANA QUISEP CONSTANTINA	TIENDA DE ABARROTÉS " MIL OFERTAS "
006440	GUTIERREZ CALLAPIÑA BEATRIZ	ZARZUELA ALTA MICHAELA BASTIDAS	23901509	GUTIERREZ CALLAPIÑA BEATRIZ	TIENDA DE ABARROTÉS " MINIMARKET THIAGOS "
L008170	CHALCO SOLIS MILAGROS	P.J MANCO CAPAC COMITE 3	41603331	CHALCO SOLIS MILAGROS	TIENDA DE ABARROTÉS " PALOMINO "
L008178	SALAZAR AUCCAYLLA YANET	MANAHUANONCCA ZDA ETAOA -AV PERU E-6 - SANTIAGO	46073195	SALAZAR AUCCAYLLA YANET	TIENDA DE ABARROTÉS " PRISCA "
L008243	HUAMÁN VARGAS ANA VICTORIA	URB. PRIMAVERRACALLE TARAPACA B - 11	45877710	HUAMÁN VARGAS ANA VICTORIA	TIENDA DE ABARROTÉS " TUADENES MARKET "
L006931	HUAMAN PALOMINO HUGO ALBERTO	A.P.V. LA PRADERA D-4	47192500	HUGO ALBERTO HUAMAN PALOMINO	TIENDA DE ABARROTÉS " VIRGEN DE COPACABANA "
L006798	COAQUIRA YQUIAPAZA ANGELA FIORELA	PP.JJ MANCO CCAPAC G - 6	45022171	ANGELA FIORELA COAQUIRA YQUIAPAZA	TIENDA DE ABARROTÉS " YARU "
L007334	CONDORI SEVILLANOS KAREN	CALLE UZATEGUI ARCE N° 895	73256328	KAREN CONDORI SEVILLANOS	TIENDA DE ABARROTÉS EN GENERAL
L006609	NEGRON HUARANCCA NOEMI	COOP. FRANCISCO BOLOGNESI N° D-2	48345608	NEGRON HUARANCCA NOEMI	TIENDA DE ABARROTÉS FATILU
L007286	GRAJEDA CARRASCO EUALIA	AV. SANTIAGO N° 1032	10250025152	EUALIA GRAJEDA CARRASCO	TIENDA DE ABARROTÉS HAYANA
L0077291	CHAUCA CACERES RUSBEL MARIO	AV. UNION N° G-7, URB. CORIPATA SUR	10238689738	EUALIA GRAJEDA CARRASCO	TIENDA DE ABARROTÉS JAGUAR
006148	URQUIZO CARBAJAL LUZ MARIVEL	URB. MANAHUANUNCA, AV. PERU N° P-3	10431869646	RUSBEL MARIO CHAUCA CACERES	TIENDA DE ABARROTÉS LURDES
006166	CHAMPI MACHACCA MARGARITA	CALLE INCA APV. MATEO GONZALES	43614266	URQUIZO CARBAJAL LUZ MARIVEL	TIENDA DE ABARROTÉS NATSU
006454	MOLLEDA HUARANCCA HIPOLITA	AV. PERU URB. ILLAREQ - 23	23959034	CHAMPI MACHACCA MARGARITA	TIENDA DE ABARROTÉS PAOLA - THIAGO
006274	CHANI ORUE MARTHA	URB. DOÑORES PATA JR. HUAYNAPIPICCHU B - 2	23907829	MOLLEDA HUARANCCA HIPOLITA	TIENDA DE ABARROTÉS YOLA
L006678	LEON PUMAHUALCCA NANCY	AV. EJERCITO 120	10238394100	CHANI ORUE MARTHA	TIENDA DE ABARROTÉS " MI CHELITO "
001852	POCCORI QUISEP GALIANO	APV. JUAN ESPINOZA MEDRANO D-2 SANTIAGO	43442492	LEON PUMAHUALCCA NANCY	
006242	ARIZA LANDA ANIBAL ROSSINI	URB. VILLA UNION HUANCARCO N° C-10	23941300	POCCORI QUISEP GALIANO	
006112	TORRES NUÑEZ ISABEL	AMADEO REPETO AV. ALFONSO UGARTE D - 26 SANTIAGO	437999218	ARIZA LANDA ANIBAL ROSSINI	
006158	PUMA VILLAFUERTE LILIBHET	ASOC. ILLAREQ AV. PERU P - 26	41538092	TORRES NUÑEZ ISABEL	
L007107	MOLINA ALARCON YRMA	CALLE PATACALLE A - 24	45677690	PUMA VILLAFUERTE LILIBHET	
L008155	MAMANI ACHAHUANCO YOLANDA	AV GRAU 116	23906995	YRMA MOLINA ALARCON	
		AV. INDUSTRIAL A-27-A - SANTIAGO	23840412	MAMANI ACHAHUANCO YOLANDA	
				VELASCO CHIQUE MAGDA	

DATA CUANTITATIVA DE LAS EMPRESAS

TIENDAS	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	UTILIDAD MENSUAL	UTILIDAD ANUAL	PATRIMONIO INICIO	PATRIMONIO CIERRE	ACTIVOS TOTALES INICIO	ACTIVOS TOTALES CIERRE	DEUDA BANCA RIA INICIO	DEUDA BANCA RIA CIERRE	TASA DE INTERÉS ANUAL (%)	INTERÉS PAGADO 2023	AMORTIZACIÓN 2023	INVENTARIO INICIAL 2023	COMPRA 2023	INVENTARIO FINAL 2023	MERMA 2023	IMPUESTO A LA RENTA 2023	PROVEEDORES PROMEDIO	CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO	ACTIVOS PROMEDIO	PATRIMONIO PROMEDIO	ROA	ROE
TIENDA 1	7500	90000	5400	64800	2100	25200	29461	34739	49077	56253	19616	21514	21.14	4347	1126	5364	63510	5974	501	1205	5300	1404	52665	32100	47.85%	78.50%
TIENDA 2	1650	19800	1050	12600	600	7200	31376	40606	49962	56825	18586	16219	24.95	4342	2367	5638	48228	4533	415	262	2010	1412	53393.5	35991	13.48%	20.01%
TIENDA 3	30000	360000	25500	306000	4500	54000	20912	19531	36285	38727	15373	19196	35.44	6126	1143	5298	44600	4531	623	850	4291	2225	37506	20221.5	143.98%	267.04%
TIENDA 4	21000	252000	15000	180000	6000	72000	84630	110754	173682	186745	89052	75991	37.53	30970	13061	22025	198662	16584	3050	3479	24787	6207	180213.5	97692	39.95%	73.70%
TIENDA 5	900	10800	600	7200	300	3600	107119	125140	163700	158695	56581	33555	17.63	7945	23026	8005	112373	7796	864	2368	5509	1813	161197.5	116129.5	2.23%	3.10%
TIENDA 6	5000	60000	3750	45000	1250	15000	77686	65414	97151	115743	19465	50329	35.45	12371	1673	7208	74682	5270	1410	730	5563	1996	106447	71550	14.09%	20.96%
TIENDA 7	3000	36000	2250	27000	750	9000	80660	75909	101500	107074	20840	31165	35.6	9257	1290	12930	108583	13301	696	2583	5008	6321	104287	78284.5	8.63%	11.50%
TIENDA 8	4500	54000	3300	39600	1200	14400	53423	68818	88816	96860	35393	28042	26.04	8259	7351	8677	90921	7195	1269	864	6741	5729	92838	61120.5	15.51%	23.56%
TIENDA 9	3000	36000	2500	30000	500	6000	53425	41733	76799	86141	23374	44408	17.15	5812	1615	8208	67459	7964	520	521	7731	1173	81470	47579	7.36%	12.61%
TIENDA 10	5400	64800	3900	46800	1500	18000	70408	105182	146363	160983	75955	55801	24.8	16338	20154	7919	116714	9840	1100	1922	14017	5673	153673	87795	11.71%	20.50%
TIENDA 11	951	11412	634	7608	317	3804	83003	93744	168771	200551	85768	106807	32.41	31207	6227	18276	227668	18186	1505	2034	15497	4629	184661	88373.5	2.06%	4.30%
TIENDA 12	5662	67944	4089	49068	1573	18876	91353	74330	152460	148676	61107	74346	21.01	14229	3480	17558	168975	19241	1059	2318	18673	11196	150568	82841.5	12.54%	22.79%
TIENDA 13	5984	71808	4322	51864	1662	19944	63672	80612	115208	126050	51536	45438	43.91	21291	6098	9396	124308	11904	1538	1251	5601	7249	120629	72142	16.53%	27.65%
TIENDA 14	17850	214200	12750	153000	5100	61200	22717	31476	46186	46906	23469	15430	28.61	5565	8039	2417	32747	3074	204	285	1310	1216	46546	27096.5	131.48%	225.86%
TIENDA 15	5731	68772	4139	49668	1592	19104	112942	116813	162485	193970	49543	77157	33.13	20988	5951	20481	219617	18809	2783	3114	17361	8145	178227.5	114877.5	10.72%	16.63%
TIENDA 16	2550	30600	2125	25500	425	5100	43701	44598	81574	81269	37873	36671	23.77	8860	1202	8805	95048	6501	1140	2250	3954	6959	81421.5	44149.5	6.26%	11.55%
TIENDA 17	2983	35796	2237	26844	746	8952	24658	39530	47565	54477	22907	14947	24.43	4624	7960	3977	45457	3862	299	999	2853	3477	51021	32094	17.55%	27.89%
TIENDA 18	2550	30600	2125	25500	425	5100	28313	18892	38483	39018	10170	20126	40.65	6158	767	2301	28683	2000	523	496	2183	1154	38750.5	23602.5	13.16%	21.61%
TIENDA 19	5107	61284	3745	44940	1362	16344	65877	64588	137385	156614	71508	92026	28.89	23622	4002	19666	172337	12333	1426	1733	15139	10459	146999.5	65232.5	11.12%	25.05%
TIENDA 20	4936	59232	3565	42780	1371	16452	36528	42191	58520	66673	21992	24482	40.83	9488	1621	4430	56537	5977	405	464	2542	968	62596.5	39359.5	26.28%	41.80%
TIENDA 21	24150	289800	17250	207000	6900	82800	72296	111760	155037	160921	82741	49161	18.26	12043	33580	19908	167033	12072	1651	3903	8068	4534	157979	92028	52.41%	89.97%
TIENDA 22	7658	91896	5514	66168	2144	25728	58245	57069	77155	75543	18910	18474	19.82	3705	436	4823	62080	4834	310	681	5922	3666	76349	57657	33.70%	44.62%

TIENDA 23	976	11712	651	7812	325	3900	34327	25441	46596	47772	12269	22331	26.41	4569	1338	3541	38121	4489	662	339	3001	965	47184	29884	8.27%	13.05
TIENDA 24	22204	266448	15860	190320	6344	76128	63501	73541	95459	102066	31958	28525	12.57	3801	3433	11104	107948	11240	1505	857	8738	6244	98762.5	68521	77.08%	111.10%
TIENDA 25	1035	12420	690	8280	345	4140	59943	71781	124505	122885	64562	51104	41.73	24134	13458	11059	108046	10319	772	1586	4439	8212	123695	65862	3.35%	6.29%
TIENDA 26	5384	64608	3888	46656	1496	17952	26014	38798	55341	59064	29327	20266	14.85	3682	9061	6231	63698	7655	690	440	6074	1610	57202.5	32406	31.38%	55.40%
TIENDA 27	4783	57396	3455	41460	1329	15948	49025	62642	79682	86437	30657	23795	38.78	10558	6862	5230	70769	6458	470	1700	4163	4861	83059.5	55833.5	19.20%	28.56%
TIENDA 28	2644	31728	1983	23796	661	7932	65098	127339	155225	172235	90127	44896	41.46	27990	45231	14558	128672	12468	2322	2628	5630	7821	163730	96218.5	4.84%	8.24%
TIENDA 29	2725	32700	2044	24528	681	8172	63694	109619	145138	173728	81444	64109	41.3	30057	17335	7932	107217	7683	1108	2450	5245	4193	159433	86656.5	5.13%	9.43%
TIENDA 30	30158	361896	25634	307608	4524	54288	65275	44487	88254	90483	22979	45996	16.92	5835	3363	10481	102254	8261	657	1987	9671	5994	89368.5	54881	60.75%	98.92%
TIENDA 31	7763	93156	5589	67068	2174	26088	47320	41696	85895	94074	38575	52378	14.89	6771	1725	7466	73032	6237	515	958	5859	1819	89984.5	44508	28.99%	58.61%
TIENDA 32	20455	245460	14611	175332	5844	70128	38212	36728	62033	62399	23821	25671	14.69	3635	820	3126	42395	4132	574	622	2907	1916	62216	37470	112.72%	187.16%
TIENDA 33	914	10968	609	7308	305	3660	36369	29437	64103	73385	27734	43948	27.64	9906	2059	4977	62718	7079	324	980	2973	3346	68744	32903	5.32%	11.12%
TIENDA 34	34500	414000	29325	351900	5175	62100	80238	92101	133380	152716	53142	60615	42.89	24395	1769	10667	126205	13799	1869	744	7638	4195	143048	86169.5	43.41%	72.07%
TIENDA 35	3825	45900	2805	33660	1020	12240	66732	69769	162215	157412	95483	87643	18.29	16747	7840	16004	186183	19830	3153	3799	20130	8676	159813.5	68250.5	7.66%	17.93%
TIENDA 36	1559	18708	992	11904	567	6804	43540	49946	80081	87438	36541	37492	38.72	14333	1289	7034	76780	6259	1347	1811	5220	5444	83759.5	46743	8.12%	14.56%
TIENDA 37	992	11904	662	7944	331	3972	70628	84067	93988	106080	23360	22013	17.33	3932	1347	7289	107480	8255	1758	1024	6888	3063	100034	77347.5	3.97%	5.14%
TIENDA 38	1474	17688	938	11256	536	6432	50962	69001	91328	97962	40366	28961	44.7	15495	11405	9765	95434	7087	647	803	10147	7170	94645	59981.5	6.80%	10.72%
TIENDA 39	23179	278148	16557	198684	6623	79476	83333	115827	167621	193985	84288	78158	13.9	11290	6130	14714	185264	16620	3146	2956	22218	4432	180803	99580	43.96%	79.81%
TIENDA 40	5171	62052	3734	44808	1436	17232	88199	96688	143151	141007	54952	44319	12.53	6219	10633	14852	162419	13098	2049	3229	11104	3626	142079	92443.5	12.13%	18.64%
TIENDA 41	2825	33900	2118	25416	706	8472	127711	107925	163838	174765	36127	66840	34.9	17968	3701	23588	184259	13961	1747	4222	21056	10516	169301.5	117818	5.00%	7.19%
TIENDA 42	900	10800	600	7200	300	3600	38879	45158	85835	96801	46956	51643	30.73	15150	3305	9918	98524	6855	1179	776	7152	6661	91318	42018.5	3.94%	8.57%
TIENDA 43	30518	366216	25941	311292	4578	54936	29243	32523	51431	51240	22188	18717	39.99	8179	3471	3696	55072	3818	340	1368	4040	1968	51335.5	30883	107.01%	177.88%
TIENDA 44	7244	86928	5216	62592	2028	24336	109049	101907	166830	164213	57781	62306	40.82	24510	4434	11637	131523	13022	2354	1115	12253	4839	165521.5	105478	14.70%	23.07%
TIENDA 45	3450	41400	2875	34500	575	6900	31287	42428	68520	74469	37233	32041	43.49	15064	5192	7621	66725	5413	557	1420	8243	3469	71494.5	36857.5	9.65%	18.72%
TIENDA 46	900	10800	600	7200	300	3600	37305	37119	66340	65944	29035	28825	20	5786	210	9460	78233	9635	856	564	8037	3365	66142	37212	5.44%	9.67%
TIENDA 47	3359	40308	2519	30228	840	10080	92785	78794	132266	155288	39481	76494	32.66	18939	3468	12761	116817	10611	1826	1119	5777	5600	143777	85789.5	7.01%	11.75%
TIENDA 48	33299	399588	28304	339648	4995	59940	121971	103026	156638	162201	34667	59175	32.22	15118	2538	15251	149380	16969	952	1023	6833	5111	159419.5	112498.5	37.60%	53.28%
TIENDA 49	7349	88188	5291	63492	2058	24696	86232	58675	111970	123601	25738	64926	44.2	20037	4346	9029	108727	8457	739	1385	9518	2942	117785.5	72453.5	20.97%	34.09%
TIENDA 50	34191	410292	29063	348756	5129	61548	110949	80809	143228	168143	32279	87334	35.06	20968	5512	15362	204733	22209	2995	3720	17086	7533	155685.5	95879	39.53%	64.19%

TIENDA 51	1897	22764	1208	1449 6	690	8280	128216	140350	17495 4	17732 7	46738	36977	39.23	16421	9761	10465	14854 9	10383	2018	1619	10042	3046	176140. 5	134283	4.70%	6.17%
TIENDA 52	31978	383736	27181	3261 72	4797	57564	29999	39433	65369	76541	35370	37108	13.35	4838	1420	5522	65009	5498	832	1102	5101	4494	70955	34716	81.13 %	165.8 1%
TIENDA 53	1797	21564	1143	1371 6	653	7836	69036	70785	15380 6	15639 0	84770	85605	21.64	18435	5120	12030	15268 1	13343	1102	3614	18526	5291	155098	69910.5	5.05%	%
TIENDA 54	4250	51000	3188	3825 6	1062	12744	81327	61492	10304 2	10155 4	21715	40062	22.5	6950	2989	11304	10525 1	11396	550	795	8885	2720	102298	71409.5	12.46 %	17.85 %
TIENDA 55	1751	21012	1114	1336 8	637	7644	56870	61886	95068	10855 9	38198	46673	18.6	7893	2092	8238	66986	6108	689	1303	4312	4433	101813. 5	59378	7.51%	12.87 %
TIENDA 56	5566	66792	4175	5010 0	1392	16704	18558	25679	38971	44865	20413	19186	42.9	8494	1227	4313	33475	2484	381	328	1914	1733	41918	22118.5	39.85 %	75.52 %
TIENDA 57	5750	69000	4312	5174 4	1438	17256	29981	26364	44847	49868	14866	23504	21.64	4152	497	7414	58770	5386	1017	888	7370	1275	47357.5	28172.5	36.44 %	61.25 %
TIENDA 58	2874	34488	2395	2874 0	479	5748	114930	72466	14957 0	14646 9	34640	74003	31.71	17225	2751	13728	15160 3	12933	784	1219	11631	3510	148019. 5	93698	3.88%	6.13%
TIENDA 59	922	11064	615	7380 307	3684	31238	57771	66733	73789	35495	16018	34.64	8922	19477	4485	53259	3837	465	1319	5125	1708	70261	44504.5	5.24%	8.28%	
TIENDA 60	1854	22248	1180	1416 0	674	8088	30510	34282	68902	70420	38392	36138	32.57	12137	2254	5993	77413	5300	1355	1189	3154	5591	69661	32396	11.61 %	24.97 %
TIENDA 61	19611	235332	14008	1680 96	5603	67236	91622	113421	14876 5	17711 4	57143	63693	38.08	23007	1556	8890	12992 1	10060	2124	3026	15265	2080	162939. 5	102521.5	41.26 %	65.58 %
TIENDA 62	960	11520	640	7680 320	3840	44617	48787	82740	93795	38123	45008	31.44	13068	3571	7819	11224 2	12836	1206	836	8423	7358	88267.5	46702	4.35%	8.22%	
TIENDA 63	17850	214200	12750	1530 00	5100	61200	50163	55821	10740 2	11920 8	57239	63387	42.95	25904	3414	9640	12441 0	11907	1998	1780	5267	4128	113305	52992	54.01 %	115.4 9%
TIENDA 64	31887	382644	27104	3252 48	4783	57396	100941	108017	14946 1	16196 8	48520	53951	42.95	22006	2178	9705	11277 5	10527	781	2007	5787	2090	155714. 5	104479	36.86 %	54.94 %
TIENDA 65	25500	306000	21675	2601 00	3825	45900	85817	93232	17007 3	17825 9	84256	85027	23.92	20246	5488	18697	17755 8	19960	2681	3407	21404	3866	174166	89524.5	26.35 %	51.27 %
TIENDA 66	900	10800	600	7200 300	3600	83826	91023	13245 2	15515 9	48626	64136	13.95	7865	2627	12879	10430 4	9884	1169	1948	11340	4579	143805. 5	87424.5	2.50%	4.12%	
TIENDA 67	5231	62772	3778	4533 6	1453	17436	77176	61682	12522 2	12176 4	48046	60082	41.97	22691	2118	9782	11032 0	10922	1130	695	12433	5286	123493	69429	14.12 %	25.11 %
TIENDA 68	5133	61596	3707	4448 4	1426	17112	28477	21910	41066	48713	12589	26803	30.72	6051	1398	5232	55771	4626	1029	394	5459	2875	44889.5	25193.5	38.12 %	67.92 %
TIENDA 69	4500	54000	3300	3960 0	1200	14400	97693	105205	13515 9	14476 3	37466	39558	21.42	8249	2701	10316	11700 0	9738	739	2224	5442	4061	139961	101449	10.29 %	14.19 %
TIENDA 70	4590	55080	3315	3978 0	1275	15300	34540	28272	48955	52084	14415	23812	16.54	3161	1419	3242	39315	3366	650	709	2745	1671	50519.5	31406	30.29 %	48.72 %
TIENDA 71	4818	57816	3480	4176 0	1338	16056	141152	72096	17649 1	16793 6	35339	95840	26.88	17630	3278	9429	11897 6	10738	1520	1572	14319	7446	172213. 5	106624	9.32%	15.06 %
TIENDA 72	5175	62100	3795	4554 0	1380	16560	53720	43346	10343 4	99398	49714	56052	33.63	17785	4015	6661	93770	6554	606	724	4600	1634	101416	48533	16.33 %	34.12 %
TIENDA 73	2999	35988	2499	2998 8	500	6000	64645	49098	92249 3	10793 3	27604	58835	25.35	10956	2889	11226	97282	8876	923	1709	10817	5191	100091	56871.5	5.99%	10.55 %
TIENDA 74	4023	48276	2950	3540 0	1073	12876	67439	112964	12913 2	14810 8	61693	35144	39.58	19164	26549	17991	14727 6	10572	2928	2978	12890	2472	138620	90201.5	9.29%	14.27 %
TIENDA 75	964	11568	643	7716 321	3852	34974	50600	57052	64139	22078	13539	31.79	5661	8539	4400	59717	5127	815	1204	5419	1815	60595.5	42787	6.36%	9.00%	
TIENDA 76	29305	351660	24909	2989 08	4396	52752	95308	147594	17849 4	20142 5	83186	53831	36.51	25012	29355	11090	16011 6	18633	1883	3642	14037	9758	189959. 5	121451	27.77 %	43.43 %
TIENDA 77	5825	69900	4207	5048 4	1618	19416	40560	51514	72839	78334	32279	26820	29.23	8637	5459	5678	80941	7448	736	2111	4083	4836	75586.5	46037	25.69 %	42.17 %
TIENDA 78	4828	57936	3621	4345 2	1207	14484	28414	37357	49032	52444	20618	15087	19.67	3512	5531	3652	44255	3802	788	471	3679	2598	50738	32885.5	28.55 %	44.04 %

TIENDA 79	1897	22764	1208	1449 6	690	8280	45017	38768	83181	93494	38164	54726	18.61	8643	3751	6941	87247	6635	520	1338	9299	2744	88337.5	41892.5	9.37%	19.76
TIENDA 80	3059	36708	2549	3058 8	510	6120	26469	42218	49963	56388	23494	14170	21.81	4107	9324	4548	35305	2548	638	712	2009	1993	53175.5	34343.5	11.51	17.82
TIENDA 81	7762	93144	5589	6706 8	2173	26076	38370	27688	60664	66535	22294	38847	12.14	3711	2300	3307	46454	5391	865	762	3933	672	63599.5	33029	41.00	78.95
TIENDA 82	3825	45900	2805	3366 0	1020	12240	59724	80678	10236 9	12016 9	42645	39491	37.83	15536	3154	11103	10787 7	12488	650	2363	8989	4344	111269	70201	11.00	17.44
TIENDA 83	27159	325908	23085	2770 20	4074	48888	85240	65226	14575 7	14531 6	60517	80090	34.79	24459	3370	10167	11964 4	8690	1555	649	10482	6198	145536. 5	75233	33.59	64.98
TIENDA 84	5525	66300	4144	4972 8	1381	16572	30207	27691	44861	49325	14654	21634	28.7	5207	1615	4198	46971	5384	751	474	3701	668	47093	28949	35.19	57.25
TIENDA 85	2746	32952	2060	2472 0	687	8244	64517	77764	10213 8	98436	37621	20672	36.3	10580	16949	6954	61684	5343	1085	1105	6477	4495	100287	71140.5	8.22%	11.59
TIENDA 86	3286	39432	2738	3285 6	548	6576	31892	25552	47546	53835	15654	28283	17.47	3838	1330	6866	58418	5872	679	1386	7241	3545	50690.5	28722	12.97	22.90
TIENDA 87	4590	55080	3315	3978 0	1275	15300	60006	63636	80890	85783	20884	22147	32.65	7025	1525	5085	60250	7052	786	1184	3151	4617	83336.5	61821	18.36	24.75
TIENDA 88	2963	35556	2470	2964 0	494	5928	29707	30237	47331	49500	17624	19263	35.63	6571	840	6090	57917	4810	1125	744	4932	3899	48415.5	29972	12.24	19.78
TIENDA 89	977	11724	651	7812	326	3912	20075	18564	31287	31112	11212	12548	33.86	4023	530	2210	26883	2661	352	612	1215	1345	31199.5	19319.5	12.54	20.25

FOTOS

