



Esta obra está bajo una  
[Licencia Creative Commons  
Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)  
Vea una copia de esta licencia en  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTION EMPRESARIAL**

Tesis

# **Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025**

Para optar el grado académico de Doctor En Gestión Empresarial

**Autor:**

Oscar Santiago Larios Ramirez  
<https://orcid.org/0000-0001-6645-4783>

**Asesor:**

Dr. Alberto Alva Arevalo  
<https://orcid.org/0000-0002-8392-3542>

**Coasesor:**

Dr. Edwin Augusto Hernández Torres  
<https://orcid.org/0000-0002-1745-5795>

**Tarapoto, Perú**

**2025**



**ESCUELA DE POSGRADO**

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTION EMPRESARIAL

Tesis

**Análisis de los factores que determinan el éxito  
empresarial en pequeños negocios bodegueros  
en la ciudad de Chiclayo 2025**

Para optar el grado académico de Doctor En Gestión Empresarial

**Autor:**

Oscar Santiago Larios Ramirez

<https://orcid.org/0000-0001-6645-4783>

**Asesor:**

Dr. Alberto Alva Arevalo

<https://orcid.org/0000-0002-8392-3542>

**Coasesor:**

Dr. Edwin Augusto Hernández Torres

<https://orcid.org/0000-0002-1745-5795>

**Tarapoto, Perú**

**2025**



**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTION EMPRESARIAL**

**Tesis**

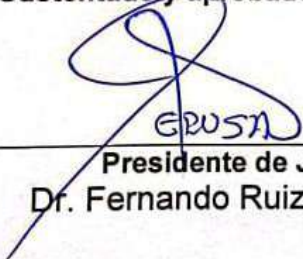
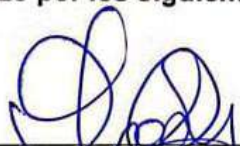



**Análisis de los factores que determinan el éxito  
empresarial en pequeños negocios bodegueros  
en la ciudad de Chiclayo 2025**

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

**Autor:**

Oscar Santiago Larios Ramirez

**Sustentado y aprobado el 11 de diciembre de 2025 por los siguientes jurados:**

 _____ <b>Presidente de Jurado</b> Dr. Fernando Ruiz Saavedra	 _____ <b>Secretario de Jurado</b> Dr. Clay Petter Cabrera Tuanama
 _____ <b>Vocal de Jurado</b> Dr. Wildoro Ramirez Ramirez	
 _____ <b>Asesor</b> Dr. Alberto Alva Arévalo	 _____ <b>Coasesor</b> Dr. Edwin Augusto Hernández Torres

**Tarapoto, Perú**

**2025**



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Los Miembros del Jurado que suscriben, reunidos para estudiar y escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Tesis, modo presencial, presentado por:

**Mg. OSCAR SANTIAGO LARIOS RAMIREZ**

Con el asesoramiento del **Dr. Alberto Alva Arévalo**.

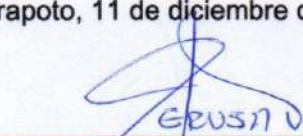
"Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025". Teniendo en consideración los méritos del referido trabajo, así como los conocimientos demostrados por el sustentante, lo declaramos: Aprobado


Con el calificativo (\*)


Muy Buena  
Dieciocho (18)

En consecuencia, queda en condición de ser considerado **APTO** por el Consejo Universitario y recibir el Grado Académico de **Doctor en Gestión Empresarial**, de conformidad con lo estipulado en el Artículo 30° del Reglamento de Tesis de la Escuela de Posgrado de la UNSM.


Tarapoto, 11 de diciembre de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Fernando Ruiz Saavedra**  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Clay Petter Cabrera Tuanama**  
Secretario

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Wildoro Ramirez Ramirez**  
Vocal

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Alberto Alva Arévalo**  
Asesor

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Edwin Augusto Hernández Torres**  
Co Asesor

(\*) De acuerdo con el Artículo 40° del Reglamento General de Ciencia, Tecnología e Innovación (RG - CTI) la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, estas deberán ser calificadas con términos de: BUENO, MUY BUENO, EXCELENTE, también considerar la nota





**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTION EMPRESARIAL**

**Tesis**

**Análisis de los factores que determinan el éxito  
empresarial en pequeños negocios bodegueros  
en la ciudad de Chiclayo 2025**

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

Los suscritos declaran que el presente trabajo de tesis es original, en su contenido y forma.

---

**Ejecutor**  
Oscar Santiago Larios Ramirez

---

**Asesor**  
Dr. Alberto Alva Arévalo

---

**Coasesor**  
Dr. Edwin Augusto Hernández  
Torres

**Tarapoto, Perú**

**2025**

## Declaratoria de Autenticidad

Yo, Oscar Santiago Larios Ramírez, con DNI N° 80252366, egresado de la escuela de Posgrado, programa de Doctorado en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín; con la tesis titulada: **Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 11 de diciembre de 2025



.....  
Larios Ramírez Oscar Santiago

DNI N° 80252366



## Ficha de identificación

<p><b>Título:</b></p> <p>Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025</p>	<p><b>Área de investigación:</b> Gestión de procesos universitarios</p> <p><b>Línea de investigación:</b> Universidades con alcance científico - humanista</p> <p><b>Sublínea de investigación:</b> Cultura y Economía del Desarrollo Humano</p> <p><b>Grupo de investigación:</b> Gestión empresarial (GIGE) Resolución N° 487 – 2022 – UNSM/EPG</p> <p><b>Tipo de investigación:</b>          Básica <input checked="" type="checkbox"/>, Aplicada <input type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p><b>Autor:</b></p> <p>Oscar Santiago Larios Ramirez</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas</p> <p>Escuela de posgrado</p> <p>Programa de estudios de doctorado en Gestión Empresarial</p> <p><a href="https://orcid.org/0000-0001-6645-4783">https://orcid.org/0000-0001-6645-4783</a></p>
<p><b>Asesor:</b></p> <p>Dr. Alberto Alva Arévalo</p>	<p>Dependencia local de soporte:</p> <p>Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática</p> <p>Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática</p> <p>Unidad o Laboratorio Ingeniería de Sistemas e Informática</p> <p><a href="https://orcid.org/0000-0002-8392-3542">https://orcid.org/0000-0002-8392-3542</a></p>
<p><b>Coasesor:</b></p> <p>Dr. Edwin Augusto Hernández Torres</p>	<p>Contraparte científica:</p> <p>Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática</p> <p>Unidad o Laboratorio Ingeniería de Sistemas e Informática</p> <p><a href="https://orcid.org/0000-0002-1745-5795">https://orcid.org/0000-0002-1745-5795</a></p>

## **Agradecimientos**

Este trabajo es resultado de un proceso de investigación que demandó disciplina, análisis riguroso y dedicación sostenida. A las circunstancias académicas e institucionales que posibilitaron el desarrollo de esta investigación fueron determinantes para su materialización. El tiempo invertido, los recursos empleados y el conocimiento adquirido constituyen los pilares fundamentales sobre los cuales se edificó este documento, cuyo contenido representa una contribución modesta pero significativa al campo de estudio abordado.

## Índice general

Ficha de identificación .....	7
Agradecimientos.....	8
Índice general .....	9
Índice de tablas.....	11
Índice de figuras .....	12
RESUMEN .....	13
ABSTRACT .....	14
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....	18
2.1. Antecedentes de la investigación .....	18
2.1.1. A nivel Internacional .....	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	18
2.1.3. Antecedentes Local .....	19
2.2. Fundamentos teóricos .....	19
2.2.1. Factores explicativos del éxito empresarial.....	20
2.2.2. Factor interno .....	20
2.2.3. Factor externo .....	21
2.2.4. Definición de términos básicos .....	22
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	25
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	25
3.1.1. Contexto de la investigación.....	25
3.1.2. Periodo de ejecución .....	25
3.1.3. Autorizaciones y permisos.....	25
3.1.4. Control ambiental y protocolos de bioseguridad .....	26
3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales .....	26
3.2. Sistema de variables .....	26
3.2.1. Variables principales .....	26
3.3. Procedimientos de la investigación.....	28
3.3.1. Diseño de la investigación .....	28

3.3.2. Actividades del objetivo específico 1 .....	31
3.3.3. Actividades del objetivo específico 2 .....	32
3.3.4. Actividades del objetivo específico 3 .....	33
3.3.5. Actividades complementarias o transversales .....	33
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	34
4.1. Resultado específico 1.....	39
4.1.1. Análisis de las dimensiones que conforman el factor interno .....	41
4.2. Resultado específico 2.....	45
4.2.1. Análisis de las dimensiones que conforman el factor externo .....	47
4.3. Resultado específico 3.....	52
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS .....	63
Anexo A: Operacionalización de variables.....	63
Anexo B: cuestionario.....	68
Anexo C: Autorización y validación de expertos .....	72
Anexo D: Resultados generales de factores internos por preguntas.....	87
Anexo E: Resultados generales de regresión logística ordinal para factores internos .....	88
Anexo F: Resultados generales por pregunta de los factores externos .....	90
Anexo G: Resultados generales de regresión logística ordinal para iteraciones de los factores externos.....	92
Anexo H: Análisis sociodemográfico.....	94

## Índice de tablas

Tabla 1 Objetivo específico Nº 1: Analizar la influencia de los factores internos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros .....	27
Tabla 2 Objetivo específico Nº 2: Determinar la influencia de los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.....	27
Tabla 3 Objetivo específico Nº 3: Determinar la relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros .....	28
Tabla 4 <i>Clasificación de las escalas de los factores determinantes del éxito empresarial</i> .....	31
Tabla 5 <i>Clasificación de las escalas para el éxito empresarial</i> .....	31
Tabla 6 Análisis de fiabilidad del instrumento .....	34
Tabla 7 Prueba de normalidad para las variables y sus dimensiones .....	35
Tabla 8 Distribución de frecuencias del Éxito empresarial .....	36
Tabla 9 Distribución de frecuencia según las dimensiones del éxito empresarial .....	38
Tabla 10 Distribución de frecuencias de los factores internos.....	39
Tabla 11 Distribución de las categorías del factor interno y lugar de procedencia .....	40
Tabla 12 Distribución de frecuencias para las dimensiones del factor interno en el éxito empresarial.....	41
Tabla 13 Modelo de regresión Logística para el efecto de los factores internos sobre el éxito empresarial .....	45
Tabla 14 Distribución de frecuencias del Factor externo en el éxito empresarial .....	46
Tabla 15 Distribución de las categorías del factor externo según distrito .....	46
Tabla 16 Distribución de frecuencias para las dimensiones del factor externo en el éxito empresarial.....	48
Tabla 17 Modelo de regresión Logística para el efecto de los factores externos sobre el éxito empresarial .....	51
Tabla 18 Matriz de correlaciones de los factores internos y externos con el éxito empresarial.....	53

## Índice de figuras

Figura 1 Mapa político de Lambayeque.....	25
Figura 2 Diagrama de correspondencia para las dimensiones del Factor Interno .....	40
Figura 3 Diagrama de correspondencia para las dimensiones del Factor Externo .....	47

## RESUMEN

### Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025

La investigación tuvo objetivo analizar la influencia del factor interno y externo en el éxito empresarial de pequeños negocios bodegueros en Chiclayo. Para el estudio se tomó una muestra de 71 bodegas. Se utilizó un diseño no experimental de tipo correlacional con enfoque cuantitativo, se emplearon encuestas estructuradas en escala de Likert, su validación fue realizada por expertos y la confiabilidad medida por alfa de Cronbach. El análisis se desarrolló mediante análisis descriptivo, correlación de Spearman y modelos de regresión ordinal para identificar las relaciones causales entre las variables. Los resultados mostraron que el 47.9% de los bodegueros perciben al factor interno como medio, mientras que el 62% califica el factor externo también como medio; el modelo de regresión logística ordinal confirmó una significancia global para las dimensiones del factor interno ( $X^2 = 21.556$ ,  $p < 0.001$ ), explicando el 30.1% de la variabilidad del éxito empresarial, en donde la gestión financiera, tiene mayor influencia al mostrar 4.003 veces más probabilidad de tener éxito por cada punto adicional, seguida por la capacidad de innovación, con 2.536 veces más probabilidad; entre las dimensiones del factor externo, solo se pudo determinar a las regulaciones gubernamentales mostró ser estadísticamente significativa ( $X^2 = 6.205$ ,  $p < 0.045$ ), con 2.497 veces más probabilidad de tener éxito. La correlación de Spearman determinó una relación positiva baja pero significativa entre el factor interno y el éxito empresarial ( $r=0.386$ ,  $p < 0.001$ ). En conclusión, dentro del factor interno la gestión empresarial y la capacidad de innovación, son determinantes para alcanzar el éxito empresarial, mientras que el factor externo solo las regulaciones gubernamentales son las que influyen.

**Palabras clave:** gestión financiera, capacidad de innovación, regulaciones gubernamentales, pequeños comercios, éxito empresarial.

## ABSTRACT

Analysis of the factors that determine business success in small winery businesses in the city of Chiclayo 2025

The objective of the research was to analyze the influence of internal and external factors on the business success of small grocery stores in Chiclayo. For the study, a sample of 71 grocery stores was selected. A non-experimental, correlational research design with a quantitative approach was employed. Data were collected using structured surveys with a Likert scale; content validity was assessed by experts, and reliability was measured using Cronbach's alpha. The analysis was conducted through descriptive statistics, Spearman's correlation, and ordinal regression models to identify causal relationships between the variables. The results showed that 47.9% of store owners perceived the internal factor as moderate, while 62% rated the external factor as moderate as well. The ordinal logistic regression model confirmed overall significance for the dimensions of the internal factor ( $\chi^2 = 21.556$ ,  $p < 0.001$ ), explaining 30.1% of the variability in business success. Among these dimensions, financial management had the greatest influence, showing a 4.003-fold increase in the likelihood of achieving success for each additional point, followed by innovation capacity, with a 2.536-fold increase in probability. Regarding the dimensions of the external factor, only government regulation was found to be statistically significant ( $\chi^2 = 6.205$ ,  $p < 0.045$ ), with a 2.497-fold increase in the likelihood of success. Spearman's correlation revealed a low but significant positive relationship between the internal factor and business success ( $r = 0.386$ ,  $p < 0.001$ ). In conclusion, within the internal factor, financial management and innovation capacity are key determinants of business success, whereas among external factors, only government regulations have a significant influence.

**Keywords:** financial management, innovation capacity, government regulations, small retail businesses, business success.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Las empresas han transformado radicalmente su modo de operar y la forma en que compiten de manera distinta, ya no basta con ofrecer un producto o servicio a los consumidores; las empresas, incluidas las bodegas tradicionales, enfrentan la necesidad constante de adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales para subsistir frente a la proliferación de supermercados y minimarkets, que se han convertido en su competencia directa. Las bodegas tienen un profundo arraigo histórico desde la época colonial, son microempresas familiares que abastecen productos esenciales a su comunidad. En el ámbito europeo el término bodega en España está relacionado con la producción y almacenamiento de vino, en América Latina hace referencia a pequeños comercios minoristas que van desde quioscos hasta tiendas de abarrotes y productos esenciales. Según el informe GEM Comunidad Valenciana de España en el periodo 2023-2024, manifestaron que los principales obstáculos para el emprendimiento es el miedo al fracaso (45% en 2023), lo que inhibe la iniciativa emprendedora. No obstante, un 52.5% de las personas considera tener las habilidades necesarias para iniciar un negocio (Gómez et al., 2024).

En América Latina, la presión ejercida por grandes cadenas de supermercados ha afectado las ventas y ganancias de bodegas de barrio y otros mercados emergentes. En 2016, existía un aproximado de 1 millón de bodegas en Brasil, más de 800 mil en México y más de 400 mil en Colombia y Perú (Salazar, 2016).

En los primeros meses del año 2025, Brasil alcanzó un récord con más de 1,4 millones de nuevos pequeños negocios registrados. La mayoría es de microemprendedores individuales (MEI), que representan el 78% del comercio. Este crecimiento está relacionado con políticas del gobierno que buscan simplificar trámites, incentivar el emprendimiento, promover la innovación y facilitar el acceso al crédito para los pequeños negocios (Portal EBC, 2025). Por otro lado Según DENUE 2025, el comercio al por Menor de Abarrotes y Alimentos en México registró 1,100,824 unidades económicas (Data México, 2025).

Pese a la expansión de supermercados como Wong, Plaza Veja, Tottus y Makro, las bodegas continúan siendo un canal minorista esencial en estos países. En Perú, muchas familias aún prefieren realizar sus compras en bodegas, especialmente en las zonas del interior del país. Según Abarca (2022), el presidente de la CONFIEP, Óscar Caipo, resaltó la importancia social de estos establecimientos, ya que durante la

pandemia se convirtieron en una alternativa segura frente a los supermercados. Asimismo, su rol en los barrios sigue siendo fundamental debido a su accesibilidad y a la confianza que generan en la comunidad. De acuerdo con el informe *State of Grocery Latam 2024*, las tiendas de barrio, comúnmente denominadas bodegas, representan el 72 % del mercado minorista peruano. Esta estabilidad, mantenida entre 2022 y 2023, evidencia la resiliencia de este canal ante la expansión de formatos modernos como supermercados, hipermercados y tiendas de descuento (Economía, 2025).

Observatorio Produce (2024) señala que las bodegas en Perú poseen un alto valor social, ya que comercializan productos esenciales y constituyen micro o pequeñas empresas que generan empleo directo e indirecto. En consecuencia, representan una unidad económica fundamental para el desarrollo de las comunidades. No obstante, este sector enfrenta diversos desafíos. Según Ministerio de la Producción (2024), el número de empresas formales dedicadas al comercio al por menor disminuyó de 392 000 en 2022 a 375 000 en 2023, debido a la contracción de la demanda interna (-2.1 %). En el mismo periodo, el número de negocios de este sector retrocedió en un 4.4 % con respecto al año anterior. Entre las principales limitaciones que afectan a los bodegueros se encuentran la competencia desleal por parte de negocios informales y la dificultad de acceso a financiamiento. Por otro lado, el emprendedor peruano se caracteriza por su esfuerzo y dedicación. Más del 40 % de la población ha participado en algún negocio; sin embargo, sectores como el bodeguero enfrentan problemáticas significativas.

En la región Lambayeque en sus tres provincias siempre vamos a encontrar bodegas que son preferidas por los ciudadanos, debido a que es más fácil y rápido conseguir los productos de primera necesidad. Se menciona que en la provincia de Ferreñafe las bodegas minoristas junto con los puestos de mercado dominan el negocio además de que ofrecen un mix de productos, muchas veces se olvidan los estándares de las buenas prácticas en la manipulación de productos (Maribel, 2015, p. 35). La ciudad Chiclayo tienen un crecimiento exponencial por lo que la población también tiende a buscar donde adquirir sus productos de primera necesidad. Después de la pandemia el número de bodegas en la ciudad de Chiclayo se incrementó en un 70%, (Sol TV Perú, 2021). Si bien es cierto la ciudad cuenta con supermercados muchas veces la distancia, o la aglomeración de personas, dificulta la compra de los productos de primera necesidad. Es allí en que el sector de bodeguero se convierte en su principal aliado para poder abastecer de productos (Hernández, 2024). De acuerdo a lo expuesto se plantea el problema general de investigación: ¿Cuáles son los factores que explican el éxito empresarial en los pequeños negocios del sector bodeguero en Lambayeque?, como

problemas específicos a) ¿Cuáles son los factores internos que influyen en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros? b) ¿Cómo influyen los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros? c) ¿Cuál es la relación entre los factores internos y externos y el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros?

El éxito empresarial en los negocios pequeños bodegueros se determina por factores internos como, la gestión financiera, estrategias de ventas, adopción de tecnología y capacitación del propietario, por factores externos, como competencia del mercado, acceso a financiamientos y las normativas públicas. Para las hipótesis de investigación, se tuvo como hipótesis general: Los factores internos y externos explican significativamente el éxito empresarial en pequeños negocios del sector bodeguero en Chiclayo. Como hipótesis específicas a) Los factores internos tienen una influencia significativa en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros. b) Los factores externos tienen una influencia significativa en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros. c) Existe una relación significativa entre los factores internos y externos y el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros.

Para los objetivos se tiene como objetivo general; Determinar los factores internos y externos explican el éxito empresarial en los pequeños negocios bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025. OE1). Evaluar la influencia del factor interno en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025, OE2). Determinar la influencia del factor externo en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025. OE3). Analizar la relación entre los factor interno y externo con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

A continuación, se presenta las siguientes investigaciones:

##### **2.1.1. A nivel Internacional**

Castillo (2022), revisó cómo se profesionalizan y aplican la responsabilidad social en pequeños negocios familiares de Ciudad Cautel, Mérida. Se analizaron cosas como el perfil del dueño, la organización, el uso de marketing digital y lo que hicieron frente al COVID-19. Con encuestas y un enfoque cuantitativo, se vio que hay factores clave para crecer y que necesitan más capacitación. En resumen, esto ayuda a que los negocios mejoren y crezcan económicamente.

La investigación de Navarro & Monterrosa (2022) tuvo como objetivo evaluar la importancia de un plan de formación para tenderos de barrio en Valledupar, con el fin de fortalecer sus conocimientos y competencias para la modernización de sus negocios. Con un muestreo probabilístico, se encuestó a 323 tenderos, identificando que más del 80 % tiene secundaria y desea capacitación en matemáticas, contabilidad, atención al cliente y sistemas. Los resultados revelaron un alto interés en la formación y la percepción de los precios reducidos (*hard discount*) como una amenaza.

La investigación de Cáceres & Cevallos (2024) en el barrio Manabí (La Libertad, Santa Elena) analizó pequeños negocios familiares con encuestas y entrevistas. Se vio que la independencia y la autosuficiencia económica ayudan a combatir pobreza y desempleo. La mayoría se dedica al comercio y servicios, donde la unión familiar es clave. Aun así, tienen problemas como inseguridad y conflictos internos que dificultan conseguir financiamiento y afectan su funcionamiento

##### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Guerra (2023) en su estudio en Chorrillos, revisó cómo la Ley del Bodeguero N° 30877 afecta a las bodegas formalizadas. Se encuestó a 133 bodegueros y el análisis mostró una relación fuerte (Rho de Spearman 0,771) entre la ley y la competitividad. Se vio que la marca, el vendedor y la innovación están ligadas al plan estratégico de la municipalidad. En resumen, la ley ayuda a que las bodegas sean más competitivas.

Luis et al. (2023), La investigación sobre las bodegas en Lima Metropolitana y Callao analizó sus estrategias comerciales y el futuro en el canal tradicional mediante un enfoque

exploratorio mixto y muestreo no probabilístico, encontrando que la cercanía es la principal razón por la que los clientes las prefieren, aunque la falta de medios de pago digitales y los precios elevados desmotivan la compra en estos establecimientos.

Rondo et al. (2023), El estudio en las bodegas del Sector Cuatro de Huamachuco analizó cómo el financiamiento externo influye en su crecimiento empresarial. Con un enfoque cuantitativo y encuestas a 131 bodegas, se encontró una relación positiva moderada (Spearman = 0.502) entre ambas variables. Los resultados muestran que el acceso a créditos externos ayuda al desarrollo de los negocios, resaltando la importancia de contar con fuentes formales y facilidades de financiamiento para impulsar su crecimiento.

Chanamé & Arroyo (2023), realizó un estudio en las MYPES (bodegas) del Sector 18 de Cajamarca analizó cómo la cultura financiera influye en la planeación empresarial. Con encuestas a 158 bodegas y un diseño correlacional, se comprobó que los cuestionarios fueron muy confiables y que existe una correlación positiva muy alta ( $Rho = 0.941$ ). En conclusión, se evidenció que cuando la cultura financiera es baja, la planeación empresarial resulta deficiente, lo que resalta la importancia de fortalecer conocimientos financieros en estos negocios

### **2.1.3. Antecedentes Local**

La investigación de Coronado (2023), analizó la influencia de los beneficios tributarios en la gestión financiera de las bodegas en Ferreñafe (2021). Con un enfoque cuantitativo y encuestas a 76 bodegas, se evaluaron aspectos como cultura tributaria, planificación y control financiero. Los resultados evidenciaron una baja educación tributaria, lo que limita el acceso a incentivos fiscales y afecta la gestión financiera. Se concluyó que la deficiente administración financiera impacta el crecimiento empresarial, confirmando la relevancia de los beneficios tributarios en la sostenibilidad de estos negocios.

Miranda (2021), El estudio realizado en el PP.JJ Suazo-Chiclayo (2021) caracterizó la gestión de calidad y la formalización en micro y pequeñas bodegas, usando un método cuantitativo, descriptivo y de corte transversal con 30 dueños. Se halló que el 90% cumplen con las normas y que el 80% considera que la formalización y el acceso al crédito favorecen su crecimiento. En conclusión, ambas variables resultan claves para el éxito y la competitividad de estos negocios.

## **2.2. Fundamentos teóricos**

Las bodegas se caracterizan por el trato directo con el consumidor, lo cual crea un ambiente de confianza y de fidelización. Pero deben tener en cuenta que ellos siempre están compitiendo con supermercados, minimarkets, por lo que deben adaptarse a los

cambios. Debemos considerar que muchos bodegueros se resisten al cambio, esto debido al desconocimiento de la tecnología, la edad, o la falta de interés por innovar, lo cual los aleja de la posibilidad de posicionarse y crecer económicamente. Además, casi siempre los bodegueros no llevan un control sistematizado de ventas, no utilizan estrategias marketing, rara vez se capacitan, esta falta de capacitación y organización les dificulta medir e interpretar indicadores que les ayuden a saber cómo es su situación económica (Díaz, 2021).

### **2.2.1. Factores explicativos del éxito empresarial**

El éxito empresarial se asocia a la eficacia organizativa, en cómo la empresa tiene la capacidad de alcanzar sus objetivos de manera sostenida a lo largo de su ciclo de vida. Se considera que el éxito depende de factores internos, como las características del emprendedor, la gestión empresarial y la planificación estratégica, como factores externos, como el entorno económico, político y tecnológico, además de las condiciones económicas y financieras. También, se destaca que la combinación de un compromiso del emprendedor con una progresiva racionalización administrativa es clave para consolidar el éxito empresarial (Quintana, 2001).

El éxito empresarial está vinculado a la eficacia y eficiencia organizativa. La eficacia mide el grado de los objetivos cumplidos, en tanto la eficiencia evalúa el óptimo uso de recursos para alcanzarlos (Mintzberg, 1991). Para lograr el éxito, es fundamental la supervivencia de la empresa, se recomienda el uso de múltiples criterios de evaluación integrando tanto de los medios como de los fines (Robbins, 1990). La combinación de estos factores permite un desempeño sostenible y una mejor adaptación al entorno competitivo como se citó en (Ronda & Pérez, 1999).

El éxito empresarial es un concepto subjetivo y multidimensional, cuya evaluación requiere el uso de herramientas cuantitativas que permitan su análisis con mayor precisión. En el contexto del emprendedor, se distingue entre éxito, supervivencia sin éxito y fracaso. Además, factores como el entorno socioeconómico y la cultura emprendedora inciden en la percepción de este fenómeno (Benner, 2021 citado por (Chaves-Maza et al., 2023)). En este sentido, el éxito empresarial precisa de la viabilidad del modelo de negocio y de la capacidad de adaptación al entorno.

### **2.2.2. Factor interno**

Desde una perspectiva de organización interna, es el enfoque basado en recursos y conexiones que el negocio desarrolla a lo largo de su ciclo de vida, su competitividad depende de la habilidad para desarrollar un conjunto de recursos difíciles de imitar por

la competencia (Fernández, 1993). Para lograr una ventaja competitiva sostenible y garantizar ingresos a largo plazo, la empresa debe identificar su potencia y qué recursos posee (Febles & Oreja, 2008).

**Gestión financiera.** - La gestión financiera organiza las actividades económicas a través de indicadores internacionales y herramientas como flujogramas y diagramas. Su finalidad es optimizar recursos, tiempo, asegurar procesos con insumos y resultados definidos. Además, permite planificar la liquidez empresarial y elaborar presupuestos con información precisa, facilitando ofertas a diferentes plazos y mejorando el análisis de ingresos y gastos (Ponce, 2014, p. 19).

**Capacidad de innovación.** - Según Tece et al. (1997), la evolución acelerada tecnológica ha impulsado el desarrollo de las capacidades dinámicas en las organizaciones. Este cambio obliga a las empresas a realizar autoevaluaciones constantes para determinar si se utilizan de manera eficiente las tecnologías disponibles en sus procesos. En tal sentido que todas se refieren a la capacidad que tienen las organizaciones de enfrentar y adaptarse a medios cambiantes con el propósito de crear nuevas oportunidades para sobrevivir de forma exitosa en el tiempo (Mendoza et al., 2023, p. 42).

**Eficiencia Operativa.** – Se puede definir como el nivel de optimización en el uso de los recursos internos de una empresa para maximizar su producción y rentabilidad. En pequeños negocios bodegueros, esto implica mejorar los procesos internos para reducir costos, minimizar desperdicios y aumentar la productividad sin comprometer la calidad del servicio (Yagü, 2024).

**El liderazgo del propietario.** – El liderazgo del propietario en los pequeños negocios bodegueros se basa en su capacidad para tomar decisiones estratégicas que optimicen la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. La experiencia en el sector le permite anticipar cambios, gestionar recursos y adaptar estrategias a las demandas del mercado. Un propietario con liderazgo sólido impulsa la eficiencia operativa, fortalece la relación con los clientes y mejora la competitividad.

### **2.2.3. Factor externo**

Las organizaciones que funcionan como sistemas abiertos no pueden permanecer ajenos a la dinámica y las tendencias del entorno. Dado que la mayoría de los factores impulsan el cambio del contexto externo, las empresas se adaptan a responder a las presiones. En este sentido, Mayoral (1994) citado por Febles & Oreja (2008) nos dice que cada vez la transformación organizativa es impulsada más por la inestabilidad y los

cambios del entorno.

**Competencia del mercado.** – La intensidad de la interacción entre vendedores (oferentes) y compradores (demandantes) dentro de un mercado. Para que exista una situación competitiva, deben cumplirse criterios como la presencia de múltiples rivales, el acceso a información de mercado por parte de los participantes y la posibilidad de libre entrada y salida de competidores (Velásquez et al., s. f., p. 1).

Podemos decir que la **competencia del mercado** en los pequeños negocios bodegueros es la rivalidad entre comerciantes que ofrecen productos similares en una misma zona. Factores como el número de competidores, diferenciación, precios y lealtad del cliente influyen en esta competencia. Para mantenerse, los propietarios deben optimizar costos, mejorar el servicio y aplicar estrategias de fidelización.

**Regulaciones gubernamentales.** - Las normas y regulaciones son disposiciones legales y administrativas que establecen los requisitos para operar una bodega de abarrotes de manera formal. El registro en la SUNAT para obtener la RUC, la licencia de funcionamiento otorgada por la municipalidad, y el cumplimiento de las normas de seguridad exigidas por Defensa Civil. Además, dependiendo de la actividad comercial, se puede requerir adicionales permisos. Cumplir con estas regulaciones garantiza el funcionamiento legal del negocio, evita sanciones y fortalece la confianza de los clientes (Gobierno del Perú, 2025).

**Acceso a financiamiento.** – La inclusión financiera hace referencia a la disponibilidad de dinero que cuentan las personas y las empresas para poder acceder a diversos servicios o productos financieros (Grupo Banco Mundial, 2022).

**Condiciones económicas.** – Se refieren a su capacidad para generar y mantener beneficios en el tiempo, determinada por el equilibrio entre ingresos y egresos, la estabilidad del mercado y el acceso a financiamiento. Una empresa con condiciones económicas favorables optimiza sus flujos de caja, garantiza su rentabilidad y sostiene su crecimiento en el largo plazo (Sala, 2016).

#### **2.2.4. Definición de términos básicos**

**Éxito empresarial:** en un negocio lograr sus objetivos financieros, operativos y de mercado. En el contexto de los pequeños negocios bodegueros, se mide a través de indicadores como la rentabilidad, el crecimiento de las ventas, la satisfacción del cliente y la permanencia en el mercado (Ronda & Pérez, 1999).

**Factores internos:** Son los elementos dentro del negocio analizados directamente por el emprendedor para mejorar su desempeño. Incluida la gestión operativa, la administración financiera, el capital humano, la estrategia de ventas y la innovación en productos o procesos (Febles & Oreja, 2008).

**Factores externos:** Son aquellas condiciones del entorno que inciden en la estabilidad y crecimiento de un negocio, pero que no pueden ser controlados directamente. Estos factores incluyen el contexto económico, la competencia, la regulación y el gobierno los avances (Acosta & Oreja, 2008).

**Factores contextuales:** Se Directiva a las interacciones entre el negocio y su entorno social y ambiental, que pueden facilitar o dificultar su éxito. Incluye el apoyo de redes sociales y empresariales, la sostenibilidad del negocio y la integración con la comunidad.

**Gestión operativa:** la gestión operativa permite llevar a cabo procesos dentro de la empresa para ser más eficientes empleando los recursos necesarios para producir bienes y servicios (Zambrano & Zambrano, 2024).

**Gestión financiera:** Administración de los recursos económicos del negocio, el control de los costos, el manejo del flujo de caja y las estrategias de inversión para garantizar la sostenibilidad económica del negocio (Ponce, 2014).

**Estrategia de ventas:** Conjunto de acciones diseñadas para atraer y fidelizar clientes, mejorar la comercialización de productos y aumentar los ingresos del negocio. Incluyamos promociones, descuentos y programas de lealtad (Ramos, 2017).

**Red de apoyo social y empresarial:** es la ayuda mutua entre pequeñas y micro empresas que son establecidos con frecuencia para compartir aprendizajes de créditos, mercadotecnia, etc (Organización Internacional del Trabajo, 2025).

**Sostenibilidad empresarial:** Capacidad de un negocio para operar de manera continua y rentable, minimizando su impacto ambiental y procesando las capacidades en el uso de recursos (Red Española, 2025).

**Digitalización de negocios:** se refiere al proceso de incorporación de tecnologías digitales en los modelos operativos, estrategias y procesos empresariales con el objetivo de mejorar la eficiencia, la competitividad y la experiencia de la clientela (Contreras, 2018).

**Bodega.-** Hace referencia a las tiendas que venden al por menor productos para la casa, en otros países denominado tienditas (Díaz, 2021).

**Competitividad:** Porter (1985) citado en Labarca (2007) indica que la competitividad es la habilidad para producir y comercializar productos bajo condiciones más favorables de costo, calidad en comparación con sus competidores (p.4).

**Sostenibilidad empresarial:** Zapata & Chang (2020) consiste en gestionar una organización velando por el equilibrio económico, social y ambiental en cada una de sus acciones (p.20).

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. **Ámbito y condiciones de la investigación**

##### 3.1.1. **Contexto de la investigación**

Se desarrolla en la ciudad de Chiclayo ubicada en la costa norte del Perú. Es la capital de la provincia de Chiclayo y del departamento de Lambayeque. Fue fundada con el nombre de Santa María de los Valles de Chiclayo (Municipalidad de Chiclayo, 2024). Chiclayo se encuentra a 14 km de la costa del océano Pacífico, a 208 km de la ciudad de Trujillo y a 773 km de la capital del país, Lima.



**Figura1**

*Mapa político de Lambayeque.*

*Fuente: Gobierno Regional de Lambayeque 2016: 6). | Download Scientific Diagram, s. f.*

##### 3.1.2. **Periodo de ejecución**

El periodo que comprende el análisis de este estudio es de marzo del 2024 al octubre del 2025.

##### 3.1.3. **Autorizaciones y permisos**

Se asumieron aquellas acciones tendientes a lograr que los administradores o dueños de las bodegas que fueron seleccionadas en la muestra nos otorguen los permisos para aplicar los instrumentos de la investigación.

### **3.1.4. Control ambiental y protocolos de bioseguridad**

Por el tipo, diseño y enfoque de la investigación, no fue necesario implementar controles ambientales ni establecer protocolos de bioseguridad.

### **3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales**

Durante el estudio se aplicaron criterios éticos fundamentales: el de autonomía, garantizando que los participantes decidieran libremente su participación tras recibir información clara sobre los objetivos y alcances de la investigación; el de no maleficencia, asegurando la confidencialidad de los datos de las bodegas y presentando la información solo de manera general para proteger aspectos sensibles; y el de justicia, ofreciendo un trato igualitario y sin discriminación a todos los involucrados.

## **3.2. Sistema de variables**

### **3.2.1. Variables principales**

**Variable dependiente:** Éxito empresarial se refiere al nivel de crecimiento y sostenibilidad de un negocio en términos de rentabilidad, estabilidad y satisfacción del propietario. Por ello el éxito empresarial radica en tener un conjunto de atributos únicos y operar en un entorno que potencie el valor de dichas características (Ventura, 1994, p. 2).

**Operacionalización:** Se medirá a través de la percepción del empresario (bodeguero), sobre su negocio en aspectos financieros y de crecimiento.

### **Variables independientes**

**Factor interno:** Son condiciones internas que desarrolla la empresa a lo largo del tiempo que son propias, como la gestión financiera, capacidad de innovación, eficiencia operativa, liderazgo del propietario. Se evalúan mediante encuestas.

**Factor externo:** Son aquellos que dependen de la gestión del negocio (bodega), como su ubicación del negocio, condiciones del mercado, acceso a financiamiento, condiciones económicas y regulaciones gubernamentales. Se miden a través de encuestas a propietarios y empleados.

### **Relación entre las Variables**

#### **Relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros**

El éxito empresarial en los pequeños negocios bodegueros está determinado por una interacción dinámica entre factores internos y externos. Los factores internos, con sus

dimensiones, influyen directamente en el negocio. Una gestión adecuada permite optimizar costos, mejorar la competitividad y generar estrategias de diferenciación en el mercado, lo que contribuye a la sostenibilidad y expansión del negocio.

Por otro lado, los factores externos, con sus dimensiones, también desempeñan un papel crucial en el desempeño empresarial. Un entorno económico favorable, regulaciones flexibles y un acceso adecuado a recursos financieros facilitan la expansión y estabilidad del negocio. Sin embargo, una alta competencia y cambios en las preferencias del consumidor pueden representar desafíos que requieren estrategias de adaptación e innovación.

La relación entre estas variables se justifica porque el éxito empresarial no depende exclusivamente de la gestión interna del negocio, sino también de su capacidad de respuesta y adaptarse a los cambios del entorno. Un negocio bien administrado, con procesos eficientes y liderazgo estratégico, puede mitigar los efectos negativos de los factores externos y aprovechar las oportunidades del mercado. En consecuencia, la combinación de una adecuada gestión interna y una adaptación efectiva a los factores externos determina el éxito de los pequeños negocios bodegueros.

### Descripción de variables por objetivo específico

**Tabla 1**

*Objetivo específico № 1: Analizar la influencia de los factores internos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros*

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Factores internos	Gestión financiera, eficiencia operativa, liderazgo del propietario, capacidad de innovación	Encuestas a propietarios. Escala de Likert	ordinal

**Tabla 2**

*Objetivo específico № 2: Determinar la influencia de los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros*

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Factores externos	Competencia del mercado, regulaciones gubernamentales, acceso financiero, condiciones económicas.	Encuestas a propietarios. Escala de Likert	ordinal

**Tabla 3**

*Objetivo específico N° 3: Determinar la relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros*

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Relación entre variables	Correlación entre factores internos y externos y éxito empresarial,	Encuestas a propietarios. Escala de Likert	ordinal

### 3.3. Procedimientos de la investigación

Se elabora una base de datos con el objetivo de un análisis y su posterior interpretación, para ello se utilizarán software Excel, Jamovi, SPSS. A continuación, se realizará un análisis descriptivo, posteriormente se realizará un análisis inferencial mediante el análisis de correlación para contrastar las hipótesis, se presentarán tablas y figuras.

#### 3.3.1. Diseño de la investigación

Tipo investigación básica que también se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él (Muntané, 2010). La cual tiene como objetivo avanzar en el conocimiento científico y aumentar la comprensión teórica, sin enfocarse en aplicaciones prácticas inmediatas. Se caracteriza por ser más formal y busca desarrollar generalizaciones teóricas basadas en principios y leyes científicas (Tecni, 2000).

El nivel es descriptivo – correlacional con enfoque cuantitativo.

Es una investigación descriptiva porque pretende detallar las características de un fenómeno o población sin su modificación. Es esencial en ciencia, puesto que ofrece un acercamiento al conocimiento de la realidad. Por lo que podemos mencionar que es el punto de partida para estudios más profundizados y puede utilizar métodos cualitativos o cuantitativos (Mejía, 2011, p. 28).

El nivel de investigación en este estudio será correlacional, caracterizándose por la búsqueda de la relación entre variables (Hernández & Mendoza, 2018). En este caso, entre las variables del éxito empresarial y los factores internos y externos.

El enfoque cuantitativo se basa en recoger datos numéricos y analizarlos con estadísticas para comprobar hipótesis, entender cómo se comporta y validar teorías (Hernández & Mendoza, 2018). Por lo que podemos indicar que El enfoque cuantitativo recolecta y analiza datos para describir, explicar y predecir fenómenos, priorizando la objetividad y la replicabilidad mediante métodos estadísticos. Se basa en técnicas estructuradas como

encuestas y experimentos, mide variables y sus relaciones, busca patrones causales mediante inferencia estadística y emplea muestras representativas para generalizar resultados.

El diseño **no experimental, transversal** es un tipo de estudio en el que las variables se observan y analizan sin manipulación por parte del investigador, en un único momento en el tiempo. Su propósito es explicar fenómenos, analizar relaciones entre variables y proporcionar una visión instantánea de una situación en un contexto específico (Gras & Arnau, 1995, pp. 18-24).

**Población.** – Está conformada por las bodegas ubicadas en el distrito de Chiclayo. Debido a la falta de registros oficiales que permitan conocer el número exacto de estos establecimientos, se considera que la población es de tamaño indefinido o infinito. Esta clasificación permite un enfoque más flexible en la selección de la muestra, adaptándose a las condiciones del estudio y garantizando la viabilidad de la investigación.

**Muestreo.** – Para la selección de la muestra, se aplicará un **muestreo no probabilístico por conveniencia**, ya que no se dispone de un censo actualizado que registre la totalidad de bodegas en la zona de estudio. Este método permite acceder a los participantes de manera más práctica y eficiente, priorizando aquellos negocios que estén disponibles y dispuestos a contribuir en la investigación. A pesar de esta limitación, se procurará incluir la mayor cantidad posible de bodegas con el fin de obtener una muestra representativa y generar resultados con mayor aplicabilidad en el contexto del sector bodeguero de la ciudad de Chiclayo, la Victoria y José Leonardo Ortiz. Por lo que no es necesario realizar algún cálculo de tamaño muestra.

El diseño es no experimental no se modifica intencionadamente las variables, en este diseño se observan y miden fenómenos y variables en su medio natural, para analizarlos sin modificar las variables independientes (Hernández & Mendoza, 2018, p. 174). También es un diseño transversal ya que se clasifica como un estudio observacional individual que generalmente tiene una doble finalidad describir y analizar en un solo momento de tiempo (Rodríguez & Mendivelso, 2018). En estos diseños se recogen datos en un determinado momento con el objetivo de estudiar el fenómeno, a través de las variables de un momento determinado (Mousalli, 2015).

La técnica que se utilizará para recoger datos será la encuesta ya que permite explorar temas relacionados con la subjetividad y obtener esta información de un número considerable de personas. Pérez (2005, p. 125) Es un instrumento estandarizado que permite obtener información acerca de una muestra de la población total (Blanco,

2017).

En esta investigación se va analizar el éxito empresarial y los factores internos y externos, la investigación contará con un instrumento para medir las variables, asimismo, contarán con una escala de calificación ordinal de tipo Likert con valores de: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Indiferente, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo

El instrumento de recolección de datos será el cuestionario ya que es una herramienta muy utilizada en las investigaciones de corte transversal. El cuestionario permite adquirir información de las personas en estudio de forma sistemática y ordenada (Blanco, 2017, p. 91)

Las dimensiones para evaluar en el factor interno son; Gestión Financiera / Manejo de dinero, Eficiencia Operativa / Organización del trabajo, liderazgo del propietario, capacidad de innovación.

En el factor externo tenemos; competencia del mercado, regulaciones gubernamentales, acceso a financiamiento, condiciones económicas.

Éxito empresarial se tiene; rentabilidad / ganancias, crecimiento del negocio, satisfacción del propietario.

Los baremos serán realizados mediante cuartiles, ya que este método divide al conjunto de datos en grupos iguales. Tal como lo indican Montañez & Palma (2023, pp. 11-17) que es una metodología que se rige según la necesidad del investigador. Por ello es por lo que a partir de la base de datos se construyen los cuartiles.

Ramos (2018) Por lo general estas puntuaciones se organizan en una distribución de frecuencias y se expresan gráficamente a través de una curva normal o campana de Gauss (p.71).

Campoverde (2024) La escala de Stanones es una herramienta que se usa en educación y psicología para interpretar resultados. Básicamente sirve para entender los puntajes y ver cortes o niveles, ya sea de manera general o por partes específicas de la variable medida (p.31). Esta escala permite calcular las escalas de las variables de estudio en tres niveles: bajo, medio y alto, según los puntajes obtenidos en el cuestionario y la desviación estándar usando una constante de 0,75 para hallar los límites de los intervalos  $a = \bar{x} - 0.75 * s$   $b = \bar{x} + 0.75 * s$  Baremos para los factores determinantes del éxito empresarial

**Tabla 4**  
*Clasificación de las escalas de los factores determinantes del éxito empresarial*

	Deficiente		Regular		Bueno	
Factores determinantes	75	93	94	110	111	125
<b>Factores internos</b>	<b>40</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>72</b>
D1 Gestión Financiera	6	11	12	15	15	19
D2 Eficiencia Operativa	10	13	14	17	17	19
D3 liderazgo del propietario	8	12	13	16	16	18
D4 Capacidad de innovación	9	13	14	16	16	19
<b>Factores externos</b>	<b>29</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>55</b>
D5 Competencia del mercado	3	9	10	13	13	15
D6 regulaciones gubernamentales	4	8	9	11	11	14
D7 acceso a financiamiento	9	11	12	13	13	15
D8 condiciones económicas	8	11	12	14	14	15

**Tabla 5**  
*Clasificación de las escalas para el éxito empresarial*

	Deficiente		Regular		Bueno	
Éxito empresarial	14	24	25	33	34	38
D1 rentabilidad	2	6	7	9	10	10
D2 crecimiento del negocio	3	5	6	9	10	13
D3 satisfacción del propietario	9	12	13	16	17	19

### 3.3.2. Actividades del objetivo específico 1

**Analizar la influencia de los factores internos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros**, con el fin de identificar estrategias de gestión que optimicen su desempeño. Además, se justifica dado que los factores internos, como la gestión financiera, estrategias de ventas y adopción de tecnología, pueden marcar la diferencia en la rentabilidad y sostenibilidad de los pequeños negocios. Conocer su impacto permitirá a los emprendedores implementar mejoras efectivas en su administración.

### **Actividades operativas**

Diseño Aplicación de encuestas estructuradas a propietarios.

- Frecuencia: se aplicará en un solo momento.
- Equipos Utilizados: Plataforma de encuestas en línea (por ejemplo, Google Forms, SurveyMonkey).
- Dispositivos para la recolección de datos (computadoras, tabletas, teléfono celular)
- Momentos de Evaluación: Evaluación de los resultados de las encuestas se realizará inmediatamente después de su cierre.

**Unidades de soporte:** Investigadores de la Universidad encargados del diseño y aplicación de instrumentos, y especialistas externos en gestión empresarial.

### **3.3.3. Actividades del objetivo específico 2**

**Evaluar la influencia de los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros**, con el fin de comprender cómo el entorno impacta su sostenibilidad y competitividad. Se justifica dado que el contexto en el que operan los negocios, incluyendo normativas legales, competencia y ubicación, puede influir en su viabilidad. Analizar estos factores permitirá anticipar riesgos y diseñar estrategias para minimizar sus efectos negativos.

Actividades operativas:

Diseño Aplicación de encuestas estructuradas a propietarios.

- Frecuencia: se aplicará en un solo momento.
- Equipos Utilizados: Plataforma de encuestas en línea (por ejemplo, Google Forms, SurveyMonkey).
- Dispositivos para la recolección de datos (computadoras, tabletas, teléfono celular)
- Momentos de Evaluación: Evaluación de los resultados de las encuestas se realizará inmediatamente después de su cierre.

### **3.3.4. Actividades del objetivo específico 3**

**Determinar la relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros**, con el fin de desarrollar modelos predictivos que faciliten tomar decisiones estratégicas. Para comprender cómo interactúan los factores internos y externos permitirá desarrollar modelos donde ayude a los empresarios a tomar decisiones informadas, reducir riesgos y mejorar su desempeño. Esto contribuirá a la sostenibilidad y competitividad del sector.

#### **Actividades operativas:**

Diseño Aplicación de encuestas estructuradas a propietarios.

- Frecuencia: se aplicará en un solo momento.
- Equipos Utilizados: Plataforma de encuestas en línea (por ejemplo, Google Forms, SurveyMonkey).
- Dispositivos para la recolección de datos (computadoras, tabletas, teléfono celular)
- Momentos de Evaluación: Evaluación de los resultados de las encuestas se realizará inmediatamente después de su cierre.

### **3.3.5. Actividades complementarias o transversales**

#### **Revisión de literatura y marco teórico:**

Fundamentar teóricamente el estudio con antecedentes nacionales e internacionales sobre factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios.

Actividades: Búsqueda en bases de datos académicas (Scopus, Redalyc, Scielo), revisión de artículos y estudios previos, y elaboración del marco teórico.

#### **Capacitación y entrenamiento del equipo de investigación:**

Hay que asegurar que los investigadores y encuestadores apliquen correctamente los instrumentos de recopilación de datos.

Como actividad realizar taller de capacitación en técnicas de encuesta, entrevistas y uso de software estadístico para el proceso de datos.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Antes de iniciar el análisis de los resultados los cuales responden a los objetivos de investigación, **se realizarán análisis previos.**

En la tabla adjunta se muestra el resultado del análisis de fiabilidad en la que se pudo determinar que el instrumento tiene un excelente nivel de fiabilidad.

**Tabla 6**

*Análisis de fiabilidad del instrumento*

	Alfa de Cronbach	Interpretación
Factores determinantes	0.83	Muy bueno
Éxito empresarial	0.82	Muy bueno

Nota las valoraciones tomado de (Tuapanta Dacto et al., 2017)

Prueba de normalidad para conocer la prueba estadística a emplear en análisis correspondientes.

H<sub>0</sub>: No existe distribución normal

H<sub>i</sub>: Existe distribución normal

Regla de decisión

Si P valor > 0.05; se rechaza H<sub>i</sub>, se acepta H<sub>0</sub>

Si P valor < 0.05; se rechaza H<sub>0</sub>, se acepta H<sub>i</sub>

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 6, en la que mayoría de dimensiones el valor de significancia es menores a 0.05, indicando que presentan normalidad. Además, se determina que el éxito empresarial y las puntuaciones de los factores determinantes del éxito empresarial no siguen normalidad. por lo que para el análisis se podrán utilizar prueba no paramétricas y paramétricas según sea la necesidad del caso.

**Tabla 7***Prueba de normalidad para las variables y sus dimensiones*

Variables / factores	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>				
	Estadístico Significancia	gl	P_valor	Decisión	interpretación
<b>Factores determinantes</b>	<b>,061</b>	<b>7</b>	<b>,200*</b>	<b>Acepta Ho</b>	<b>No existe normalidad</b>
<b>Factores internos</b>	<b>,092</b>	<b>7</b>	<b>,200*</b>	<b>Acepta Ho</b>	<b>No existe normalidad</b>
D1 Gestión Financiera	,121	7	,012	Rechaza Ho	Existe normalidad
D2 Eficiencia Operativa	,086	7	,200*	Acepta Ho	<b>No existe normalidad</b>
D3 liderazgo del propietario	,143	7	,001	Rechaza Ho	Existe normalidad
D4 Capacidad de innovación	,165	7	,000	Rechaza Ho	Existe normalidad
<b>Factores externos</b>	<b>,131</b>	<b>7</b>	<b>,004</b>	<b>Rechaza Ho</b>	Existe normalidad
D5 Competencia del mercado	,185	7	,000	Rechaza Ho	Existe normalidad
D6 regulaciones gubernamentales	,185	7	,000	Rechaza Ho	Existe normalidad
D7 acceso a financiamiento	,137	7	,002	Rechaza Ho	Existe normalidad
D8 condiciones económicas	,205	7	,000	Rechaza Ho	Existe normalidad
<b>Éxito empresarial</b>	<b>,097</b>	<b>7</b>	<b>,095</b>	<b>Acepta Ho</b>	<b>No existe normalidad</b>
D9 rentabilidad	,223	7	,000	Rechaza Ho	Existe normalidad
D10 crecimiento del negocio	,114	7	,022	Rechaza Ho	Existe normalidad
D11 satisfacción del propietario	,139	7	,002	Rechaza Ho	Existe normalidad

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera. a. Corrección de significación de Lilliefors

## Variable Éxito Empresarial

En la tabla 8 adjunta, podemos observar que más de la mitad de los negocios 52.1% (37) se ubica en un nivel medio de éxito empresarial, lo que indica un cumplimiento parcial de los objetivos relacionados con rentabilidad, crecimiento y estabilidad del negocio. Un 21.1% (15) alcanza un desempeño alto, demostrando procesos de gestión interna más sólidos y una mejor capacidad de adaptación al entorno. Sin embargo, un 26.8% (19) presenta un nivel bajo, lo que evidencia dificultades significativas tanto en su gestión como en su sostenibilidad. Finalmente se determina que el desempeño global es predominantemente moderado, con un 78.9% de bodegas que no alcanza niveles altos de éxito, lo cual revela un amplio margen de mejora en la gestión interna y en la capacidad de adaptación al mercado.

**Tabla 8**  
*Distribución de frecuencias del Éxito empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Bajo</b>	19	26.8
<b>Medio</b>	37	52.1
<b>Alto</b>	15	21.1
<b>Total</b>	71	100.0

## Nivel global de éxito empresarial

### Análisis por dimensiones del Éxito empresarial

#### Dimensión Rentabilidad o Ganancias

un 64.8% (46) se sitúan en un nivel medio de rentabilidad, lo que muestra que la mayoría logra cubrir sus gastos y mantenerse operativa, aunque sin generar ganancias elevadas. un 8.5% (6) obtiene rentabilidad alta, lo que revela limitaciones para convertir los ingresos en utilidades sostenidas. El 26.8% (19) que presenta rentabilidad baja refuerza la idea de que una parte importante del sector apenas alcanza la supervivencia económica.

Este comportamiento sugiere dificultades en aspectos como control de costos, fijación de precios, gestión de inventario y negociación con proveedores. También puede estar influenciado por factores externos como la inflación y la competencia con supermercados y minimarkets. Finalmente, la rentabilidad es el principal cuello de botella: aunque el 91% de las bodegas logra al menos mantenerse operativa (niveles

bajo y medio), solo una minoría (8.5%) alcanza altos beneficios.

### **Dimensión Crecimiento del Negocio**

se determina que un 46.5% (33) de las bodegas experimenta un crecimiento moderado, caracterizado por incrementos limitados en clientes, ventas o mejoras operativas. Un 23.9% (17) presenta un crecimiento alto, demostrando capacidad para expandirse, atraer nuevos clientes e invertir en activos. Por otro lado, tenemos, casi un 30% (29.6%) permanece en un nivel de bajo crecimiento, lo que evidencia estancamiento y bajo dinamismo.

Este comportamiento desigual refleja que algunos negocios han adoptado prácticas de innovación, fidelización y diversificación, mientras que otros enfrentan barreras para expandirse debido a limitaciones de capital, competencia cercana o falta de estrategias de marketing. Se concluye que el crecimiento presenta un patrón heterogéneo: un grupo significativo se expande (23.9%), pero la mayoría avanza a un ritmo intermedio o se mantiene estancado.

### **Dimensión Satisfacción del Propietario**

en el análisis se halló que un 35.2% (25) reporta baja satisfacción con su negocio, revelando tensiones financieras, carga operativa elevada o incertidumbre sobre la estabilidad. Casi la mitad 47.9% (34) muestra una satisfacción moderada, lo que indica que sus expectativas se cumplen parcialmente. Solo un 16.9% (12) presenta alta satisfacción, reflejando estabilidad financiera, motivación y proyección positiva.

Este indicador evidencia que, aun cuando el negocio se mantiene operativo, la percepción del propietario está fuertemente influenciada por la volatilidad del entorno, el estrés laboral y la limitada capacidad de inversión. Concluyendo que la satisfacción del propietario es reducida: el 83.1% no alcanza niveles altos, lo que puede afectar la motivación para innovar o expandir el negocio.

**Tabla 9**  
*Distribución de frecuencia según las dimensiones del éxito empresarial*

Dimensiones	categorías	Fi	fi (%)
Rentabilidad o ganancias	Bajo	19	26,8%
	Medio	46	64,8%
	Alto	6	8,5%
	Total	71	100,0%
Crecimiento del negocio	Bajo	21	29,6%
	Medio	33	46,5%
	Alto	17	23,9%
	Total	71	100,0%
Satisfacción del propietario	Bajo	25	35,2%
	Medio	34	47,9%
	Alto	12	16,9%
	Total	71	100,0%

En la tabla 9, Finalmente podemos decir **Rentabilidad o ganancias con el factor interno**. La mayoría de bodegas se ubican en un nivel medio de rentabilidad (64.8%), mientras que solo un 8.5% alcanza niveles altos. Esto refleja limitaciones en la gestión financiera interna control de costos, fijación de precios y planificación estratégica. La baja rentabilidad también puede estar influida por factores externos como inflación, competencia de supermercados y cambios en hábitos de consumo. Finalmente se determina que la rentabilidad depende de una gestión interna eficiente, pero también de la capacidad de adaptarse a un entorno económico desafiante.

El crecimiento está vinculado a la innovación interna (nuevos productos, estrategias de fidelización) y a la apertura a oportunidades externas (alianzas con proveedores, adaptación a tendencias de consumo). Sin embargo, casi un 30% permanece en niveles bajos, lo que evidencia dificultades para expandirse en un mercado competitivo. Se puede concluir indicando que el crecimiento empresarial requiere tanto iniciativa interna como capacidad de aprovechar oportunidades externas.

El 52.1% de las bodegas se ubica en un nivel medio de éxito empresarial. Esto confirma

que el éxito no depende exclusivamente de la gestión interna, sino de la relación dinámica entre factores internos y externos. Una administración eficiente puede mitigar riesgos externos, mientras que la falta de adaptación al entorno limita el desempeño. El éxito empresarial en las bodegas de Chiclayo es un fenómeno multidimensional, donde la combinación de gestión interna sólida y adaptación externa determina la sostenibilidad.

#### 4.1. Resultado específico 1

##### **Evaluar la influencia de los factores internos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.**

En la tabla 10 adjunta, se muestra los resultados de los factores internos que intervienen en el éxito empresarial, en la que indica que un 47.9 % (34) de los encuestados le da una valoración de medio lo que refleja que la mayoría de los bodegueros perciben que sus factores internos se encuentran en un nivel intermedio por lo que podríamos indicar que tienen ciertas capacidades internas funcionales, pero que presentan áreas en las que se puede mejorar para tener un mejor éxito. Por otro lado, hay un porcentaje de 28.2% (20) con un nivel bajo, con lo que podemos inferir que los bodegueros tienen o presentan problemas internos que les impide tener un mejor éxito empresarial. Estas debilidades podrían estar relacionadas con falta de control financiero, liderazgo poco estructurado o baja innovación.

Finalmente se tiene un 23.9 % (17) dio una calificación de Alto, por lo que podemos inferir que tienen o cuentan con fortalezas internas destacadas por lo que se espera que estos negocios tengan una probabilidad alta de éxito.

**Tabla 10**

*Distribución de frecuencias de los factores internos*

Categorías	fi	fi (%)
Bajo	20	28.2
Medio	34	47.9
Alto	17	23.9
Total	71	100.0

En la tabla 11, muestra el mismo resultado, pero esta vez discriminado por sectores o distritos, la valoración medio se encuentra en mayor proporción en Chiclayo y José leonardo Ortiz, por otro lado, la calificación baja son las mismas en Chiclayo y la Victoria. Esta distribución nos ayuda para poder determinar en qué lugar se presenta

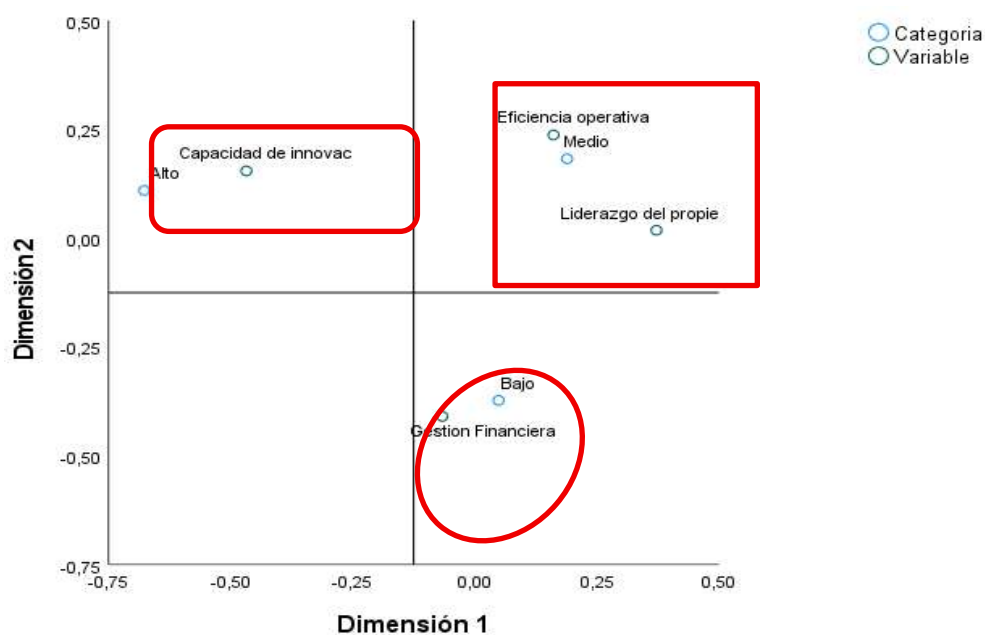
específicamente las deficiencias o debilidades.

**Tabla 11**

*Distribución de las categorías del factor interno y lugar de procedencia*

valoraciones	Distrito	fi	% total
Medio	Chiclayo	19	26.8 %
	José Leonardo Ortiz	12	16.9 %
	La Victoria	3	4.2 %
Alto	Chiclayo	8	11.3 %
	José Leonardo Ortiz	7	9.9 %
	La Victoria	2	2.8 %
Bajo	Chiclayo	8	11.3 %
	José Leonardo Ortiz	4	5.6 %
	La Victoria	8	11.3 %

**En la figura 2** de correspondencia identifica como se agrupan las dimensiones según su escala de valoración, donde podemos observar que hay una baja gestión financiera, la capacidad de liderazgo y eficiencia operativa presentan percepciones medias, por lo que podemos indicar que este grupo de bodegueros en esas dimensiones es donde presentan problemas y es donde se deben gestionar estrategias para mejorar sus oportunidades de desarrollo.



**Figura 2**

*Diagrama de correspondencia para las dimensiones del Factor Interno.*

#### 4.1.1. Análisis de las dimensiones que conforman el factor interno

En la **tabla adjunta 9**, se muestra las dimensiones que conforman el factor interno y sus frecuencias observadas y porcentuales es así que en la gestión financiera la puntuación más alta tiene un 47.9% (34) y la más baja 35.2% (25). La eficiencia operativa en mayor frecuencia se tiene que una puntuación meda con un 56.3% (40) y la baja con 28.2% (20). En lo que respecta a el Liderazgo del Propietario un 56.3% (40) dieron una puntuación de media y 31% (22) lo califican como baja. Finalmente, en La capacidad de innovación los encuestados le dieron la más alta valoración al punto medio con 49.3% (35) y un 28.2% (20) a la categoría baja.

Se realiza un análisis por cada una de las dimensiones y se menciona los indicadores que generan esas puntuaciones para tener una visión más amplia de los problemas que pueden presentar los emprendedores de los pequeños negocios o bodegas.

**Tabla 12**

*Distribución de frecuencias para las dimensiones del factor interno en el éxito empresarial*

Dimensiones	valoración	fi	fi (%)
Gestión financiera	Bajo	25	35,2%
	Medio	34	47,9%
	Alto	12	16,9%
	Total	71	100,0%
Eficiencia operativa	Bajo	20	28,2%
	Medio	40	56,3%
	Alto	11	15,5%
	Total	71	100,0%
Liderazgo del propietario	Bajo	22	31,0%
	Medio	40	56,3%
	Alto	9	12,7%
	Total	71	100,0%
Capacidad de innovación	Bajo	20	28,2%
	Medio	35	49,3%
	Alto	16	22,5%
	Total	71	100,0%

#### **4.1.1.1. Factores internos**

##### **a) Análisis de la dimensión Gestión Financiera**

**Gestión Financiera nivel baja 35.2% (25).** De este grupo un 56% (14) manifiestan que no mantienen un registro detallado de sus ingresos y gastos, solo un 20% (5) están de acuerdo en hacerlo. Además, un 44% (11) no tienen un plan mensual de gastos, mientras que el 36% (9), aunque nadie mostró estar totalmente de acuerdo en su importancia. un 56% (14) indico tener acceso a financiero cuando lo requieren. Por otro lado, un 28% (7) respondieron tener dificultades para acceder a los recursos financiero. Además, un 92% (23) manifestó inseguridad en la administración financiera de su bodega. (ver anexo D)

**Gestión financiera nivel medio 47.9 % (34)** En este grupo un 58.8% (20) de los encuestados mantiene registros detallados de ingresos y gastos, aunque un 26.5% (9) se mostraron indiferentes. Solo un pequeño grupo 5.9% (2) estuvo en desacuerdo. Un 85.3% (29) de este grupo están de acuerdo o totalmente de acuerdo en tener acceso a financiamiento cuando lo necesitan. Asimismo, un 14.7% (5) se muestran indiferentes. En lo que respecta a la seguridad en la administración financiera de este grupo de 34 el 55.9% no se siente seguro, mientras que un 20.6% (7) se mostraron indiferentes y solo un 2.9% está de acuerdo. (ver anexo D)

**Gestión financiera nivel alto, 12 de los encuestados** están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que se debe mantener un registro detallado de los ingresos y gastos, de debe contar con un plan mensual de control de gastos, tienen o cuentan con acceso a financiamiento y se sienten seguros en la administración financiera de su bodega. (Ver anexo D)

##### **b) Análisis de la dimensión eficiencia operativa**

**Eficiencia operativa nivel bajo 28.2% (20)**, analizado los indicadores se determina que un 30% (6) está de acuerdo en realizar un control de inventarios periódicamente, por otro lado, tenemos que 35% (7) está en desacuerdo con respecto a este indicador. Asimismo 60% (12) está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que utilizan herramientas como computadoras o programas para organizar su negocio. También podemos decir que en este grupo 75% (15) está de acuerdo en que tienen procesos claros para la reposición de productos, 4 (20%) se mostraron indiferentes en esta actividad. Finalmente podemos decir que 60% (12) están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que no cuentan con proveedores confiables que garanticen la entrega de sus productos.

**Eficiencia operativa nivel medio 56.3 % (40)**, en este segmento de la población un 85% (34) realizan un control de inventario, un 97.5% (39) están totalmente de acuerdo que el uso de herramientas tecnológicas ayuda a organizar su negocio, un 92.5% (37) de los encuestados están de acuerdo que tienen procesos claros para la reposición de productos, por último, se determina que un 60% (24) están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo en al mencionar que no cuentan con proveedores confiables.

**Eficiencia operativa nivel alto 15.5 % (11)** Podemos decir que en este grupo están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que realizan control de inventario periódicamente, gestionan su negocio con herramientas tecnológicas, tienen procesos claros para la reposición de productos y cuentan con proveedores confiables.

### **c) Análisis de la dimensión liderazgo del propietario**

**Liderazgo del propietario nivel bajo 31 % (22)**, en este grupo 16 (72.7%) de los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo que se involucran en la toma de decisiones del negocio, solo uno esta en desacuerdo. Asimismo 81.8% (18) indicaron que estar en de acuerdo o totalmente de acuerdo que no reciben capacitaciones que les permita mejorar la atención a sus clientes, tres se mostraron indiferentes.

**Liderazgo del propietario nivel medio 56.3 % (40)** en este segmento el 95% (38) indicaron que se involucran en la toma de decisiones del negocio, dos fueron indiferentes. Un 52.5% (21) manifestaron que reciben capacitaciones para mejorar la atención al cliente, 4 de ellos manifestaron lo contrario. Finalmente, un 40% (16) dijeron que están de acuerdo que es el dueño o propietario el que toma la iniciativa para mejorar el negocio, 47.5% (19) fueron indiferentes en este indicador quizás por no estar seguros si las decisiones son propias o influidas por algún familiar.

**Liderazgo del propietario nivel alto 12.7 % (9)** este grupo de encuestados indicaron que están de acuerdo o totalmente de acuerdo, en que son ellos los que se involucran en las decisiones importantes, además reciben capacitaciones en atención al cliente, finalmente es el dueño o propietario quien toma la iniciativa al momento de hacer alguna mejora del negocio.

### **d) Análisis de la dimensión Capacidad de innovación.**

**Capacidad de innovación nivel bajo un 28.2 % (20)** en este grupo de encuestados un 75% (15) no ha incorporado nuevos productos o servicios en los últimos 6 meses, un 55% (11) utilizan estrategias de marketing o publicidad para aumentar sus ventas, pero un 25% (5) no lo consideran importante ya que están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Solo el 25% (5) están de acuerdo y 45% (9) fueron indiferentes quizá

porque no están seguros o desconocen los tipos de inversiones que puedan realizar. Finalmente, se les pregunto qué tan importante es la innovación para el crecimiento del negocio, por lo que un 25% (5) están de acuerdo, el otro 25% (5) está en desacuerdo y 50% (10) no están seguros (ver anexo D).

**Capacidad de innovación nivel medio un 49.3 % (35)** en este grupo de encuestados se les consulta si han incorporado nuevos productos o servicios durante los últimos 6 meses en lo que 60% (21) respondieron que están, de acuerdo o totalmente de acuerdo en haber, un 11.4% (4) se está en desacuerdo. En la consulta si usan estrategias de marketing o publicidad para aumentar sus ventas, un 91.4% (32) están de acuerdo. También se les consulto si están dispuesto a invertir en mejorar para que su negocio sea diferente a los demás, por lo que un 31.4% (11) está de acuerdo, 22.9% (8) están en desacuerdo y 45.7% (16). Finalmente, se les pregunto qué tan importante es la innovación para el crecimiento del negocio, por lo que un 8.6% (3) están en desacuerdo, el 57.1% (20) si están de acuerdo con este indicador (ver anexo D).

**Capacidad de innovación nivel alto 22.5 % (16)** en este segmento los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que han incorporado nuevos productos o servicios durante los últimos 6 meses, también que usan estrategias de marketing o publicidad para aumentar sus ventas, asimismo indicaron que están dispuestos a invertir para realizar alguna mejora en el negocio y finalmente consideran que la innovación es importante para asegurar el crecimiento del negocio es este caso específico una bodega (ver anexo D).

**Finalmente se realizó un análisis de modelo de regresión** ordinal para evaluar los efectos de las dimensiones del factor interno, gestión financiera, eficiencia operativa, liderazgo del propietario y capacidad de innovación sobre la probabilidad de ocurrencia de las categorías de la escala del éxito empresarial ya sea Bajo, Media o Alta. El modelo fue estadísticamente significativo  $X^2 = 21.556$ ,  $p < 0.001$  y explicó el 30.1% con el valor de R de Nagelkerke ( $R^2 = 0.301$ ) de las categorías de la variable dependiente (ver anexo E).

Los resultados de los valores de predicción y los Exp(B) se encuentran en la **tabla 13** específicamente, por cada punto adicional en la dimensión de Gestión Financiera hay 4.003 veces más de probabilidad de tener mayor éxito empresarial que de no tenerlo. Asimismo, por cada punto en la Capacidad de innovación los bodegueros van a tener 2.536 veces más probabilidad de tener mayor éxito empresarial. Para la eficiencia operativa vemos que es la significancia es 0.05 en teoría este valor debe ser menor por lo que podríamos no considerarla en el modelo. El liderazgo no tuvo efecto sobre el éxito

empresarial ( $p > 0.05$ )

También podemos considerar que por cada punto que disminuye en la Eficiencia Operativa tienen 0.394 menos probabilidad de éxito.

**Tabla 13**

*Modelo de regresión Logística para el efecto de los factores internos sobre el éxito empresarial*

Factores internos	B	Sig.	95% IC para OR		
			Exp(B)	Inferior	Superior
Gestión financiera	1.387	0.002	4.003	1.630	9.830
Eficiencia operativa	-0.933	0.050	0.394	0.155	1.000
Liderazgo del propietario	0.231	0.610	1.259	0.520	3.051
Capacidad de innovación	0.941	0.023	2.563	1.142	5.753

## 4.2. Resultado específico 2

**Determinar la influencia de los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.**

En la **tabla 14 adjunta**, se muestra los resultados de los factores externos que intervienen en el éxito empresarial, se pudo determinar que un 62 % (44) de los encuestados le da una valoración de medio lo que refleja que la mayoría de los bodegueros perciben que sus factores externos se encuentran en un nivel intermedio por lo que podríamos indicar que tienen ciertas influencias en su funcionamiento, pero que se puede tomar en cuenta para tener un mejor éxito. Por otro lado, hay un porcentaje de 21.1% (15) con un nivel bajo, con lo que podemos inferir que los bodegueros tienen o presentan problemas externos que les impide tener un mejor éxito empresarial. Estas debilidades podrían estar relacionadas con las regulaciones gubernamentales, competencia en el mercado, poco acceso a financiamiento.

Finalmente, un 16.9 % (12) dio una calificación de Alto, por lo que podemos inferir que tienen o cuentan con fortalezas externas para poder subsistir y además tener una probabilidad alta de éxito.

**Tabla 14***Distribución de frecuencias del Factor externo en el éxito empresarial*

Valoración	fi	fi (%)
Medio	44	62.0 %
Alto	12	16.9 %
Bajo	15	21.1 %

En la **tabla 15**, muestra el resultado, pero esta vez discriminado por distritos, la valoración medio se encuentra en mayor proporción en Chiclayo y José Leonardo Ortiz con 31% (22) y 25.4% (18) respectivamente, por otro lado, la calificación baja se da en la Victoria y José Leonardo Ortiz con 9.9% (7) y 7%% (5) respectivamente.

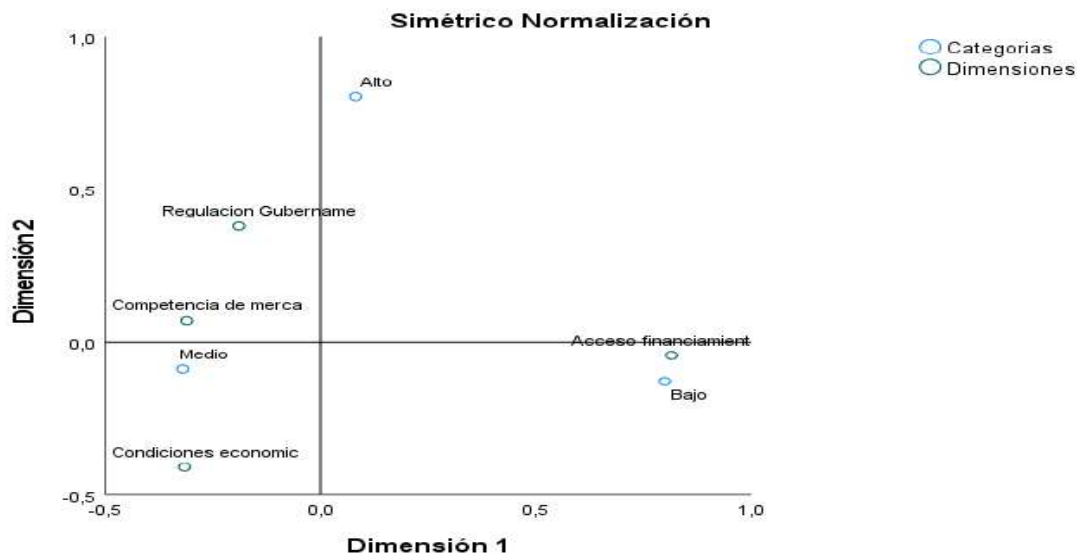
Cabe resaltar que la valoración alto se da con mayor frecuencia en el distrito de Chiclayo con 14.1% (10), la Victoria solo dos le dan esa calificación y José Leonardo Ortiz ninguno piensa que existe una valoración alta. Con estos resultados podemos indicar que hay que generar algún programa de concientización a cerca de los beneficios que pueden tener estar al día con los documentos de gestión municipal, acceso a financiamiento. También lo importante que debe ser el conocer la competencia realizando algunos estudios de mercado.

**Tabla 15***Distribución de las categorías del factor externo según distrito*

Valoraciones	Distrito	fi	fi (%)
Medio	Chiclayo	22	31.0 %
	José Leonardo Ortiz	18	25.4 %
	La Victoria	4	5.6 %
Alto	Chiclayo	10	14.1 %
	José Leonardo Ortiz	0	0.0 %
	La Victoria	2	2.8 %
Bajo	Chiclayo	3	4.2 %
	José Leonardo Ortiz	5	7.0 %
	La Victoria	7	9.9 %

En la **figura 3** de correspondencia identifica como se agrupan las dimensiones, donde podemos observar, que el bajo acceso a financiamiento, competencia de mercado y condiciones económicas con una valoración media. Finalmente vemos que las

regulaciones gubernamentales se encuentran alejado de las valoraciones media y alto. Este tipo de análisis permite identificar grupos donde presentan en las que se pueden generar algunas estrategias empresariales para mejorar sus oportunidades de desarrollo de este grupo de emprendedores.



**Figura 3**

*Diagrama de correspondencia para las dimensiones del Factor Externo*

#### 4.2.1. Análisis de las dimensiones que conforman el factor externo

En la **tabla adjunta 16**, se muestra las dimensiones que conforman el factor externo y sus frecuencias observadas y porcentuales es así que en la competencia los encuestados le dieron una valoración media con un 70.4% (50), seguida de baja con 18.3% (13). En la dimensión regulaciones de mercado un 66.2% (47) le dieron una puntuación media y 19.7 % (14) indicaron como baja. En el acceso al financiamiento un 47.9% (34) le dieron una valoración media y 40.8% (29) indicaron que es baja. Sobre las condiciones económicas un 73.2% (52) le dieron la puntuación media y 19.7 % (14) la valoraron como baja. Se realiza un análisis por cada una de las dimensiones y con sus respectivos indicadores de esa manera se tendrá una visión más amplia de los problemas que pueden presentar los emprendedores de los pequeños negocios o bodegas.

**Tabla 16***Distribución de frecuencias para las dimensiones del factor externo en el éxito empresarial.*

Dimensiones categorías		Valoración	fi	fi (%)
Competencia del mercado		Bajo	13	18,3%
		Medio	50	70,4%
		Alto	8	11,3%
		Total	71	100,0%
Regulaciones gubernamentales		Bajo	14	19,7%
		Medio	47	66,2%
		Alto	10	14,1%
		Total	71	100,0%
Acceso a financiamiento		Bajo	29	40,8%
		Medio	34	47,9%
		Alto	8	11,3%
		Total	71	100,0%
Condiciones económicas		Bajo	14	19,7%
		Medio	52	73,2%
		Alto	5	7,0%
		Total	71	100,0%

**4.2.1.1. Factores externos****a) Análisis de la Competencia del Mercado**

**Competencia del mercado nivel bajo** 18.3% (13), en este grupo podemos indicar que un 23.1% (3) tiene deficiencias para conocer a sus competidores y saber cómo venden sus productos, 38.5% (5) indicaron que conocen a sus competidores, además los encuestados 30.8% (4) se muestran indiferentes. Además, al consultarles sobre si su negocio ofrece productos o servicios que tienen otros, un 38.5% (5) no ofrecen productos no servicios diferente a los demás, y 8 (64.5%) se muestran indiferentes o podemos decir que desconocen si tienen algún producto o servicio que os diferencie de otras bodegas. cuando se les consulta si la competencia les obliga a mejorar continuamente el 61.5% (8) se mostró indiferente, esto podría ser por el mismo

desconocimiento de lo que ofrece la competencia.

**Competencia de mercado nivel medio 70.4 % (50)** En este grupo podemos decir que presentan ciertas fortalezas para poder analizar la competencia ya que un 84% (42) manifestaron conocer a sus competidores, asimismo un 90% (45) indican que sus negocios ofrecen algunos productos o servicios diferentes a las de su competencia. Asimismo, un 26% (13) de los encuestados manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la competencia los obliga a mejorar continuamente.

**Competencia de mercado nivel alto 11.3% (8)** en este segmento los encuestad están de acuerdo y totalmente de acuerdo que conocer a sus competidores, ofrecer servicios que otros no tienen y además consideran que conocer a la competencia, les da ventajas para poder ofrecer otros productos y de esta manera poder realizar mejoras continuas en su negocio (Ver anexo F.)

#### **b) Análisis de la dimensión en las Regulaciones Gubernamentales**

**Regulaciones gubernamentales nivel bajo 19.7% (14).** En este grupo el 78.5% (11) de ellos indican que si cumplen las normativas municipales establecidas y tres de ellos manifestaron no cumplirlas. Asimismo, en este grupo los 7 encuestados indica que los trámites administrativos no han sido una barrera para su negocio. Pero hay que tener en consideración sobre con la percepción que tienen ya que indican que cumpliendo que a pesar de cumplir con las regulaciones o normativas municipales esto no les ayuda a mejorar la imagen de su negocio. En el grupo un 74.5% (35) afirma cumplir con todas o algunas normas municipales. Por otro lado 65.9% (31) de los encuestados manifestaron que los trámites administrativos son una barrera para el crecimiento su negocio. Por último 27 de los encuestados, consideran que cumplir con las regulaciones, normativas que exige la municipalidad no les ayuda mucho a mejorar la imagen de su negocio y 12 se mostraron indiferentes ante esta pregunta.

**Regulaciones gubernamentales nivel alto 14.1 % (10)** En este segmento los encuestados considera como alto cumplir con las regulaciones gubernamentales. Es así que en este reducido grupo conocen los beneficios de que cumplir con las normativas establecidas por la municipalidad ya que les ayuda a tener una mejor imagen y confianza de su negocio, a pesar de que los trámites administrativos siempre han sido una barrera para su negocio (ver anexo F)

#### **c) Análisis de la dimensión sobre el Acceso a Financiamiento**

**Acceso a Financiamiento nivel bajo 40.8 % (29).** Se determina que un 19 (65.5%) manifestó haber solicitado créditos o financiamiento durante el último año. Solo 3

encuestados manifestaron estar en desacuerdo. Además de puede determinar que en este grupo se presentan barreras al momento de solicitar un préstamo por lo que 69% (20) encuestados afirmo que le resulta difícil obtener financiamiento para la mejora de su negocio. Además, al consultar sobre la importancia estratégica del financiamiento las opiniones dentro de este mismo grupo son menos uniformes, solo un 24.1% (7) estuvieron de acuerdo en que el financiamiento es un factor clave para el crecimiento de sus bodegas.

**Acceso a financiamiento nivel medio 47.9 % (34)**, en este grupo indicaron que buscan acceder a créditos financieros ya que este es clave para poder mejorar o expandir su negocio, indican que les resulta difícil acceder ya que encuentran obstáculos al momento de solicitar créditos. (ver anexo F)

**Acceso a financiamiento nivel alto 11.3 % (8)** este grupo de encuestados tienen la percepción de que es importante solicitar créditos a pesar de que les resulta difícil acceder a ellos, pero que consideran que el acceso a financiamiento es clave para poder crecer.

#### **d) Análisis de la dimensión condiciones económicas**

**Condiciones económicas nivel bajo un 19.7 % (14)**, dentro de este grupo se identificaron a 10 de ello, que asocian a la situación económica actual como una afectación directa en sus ventas, mientras 3 (21.4%) no están seguros si es por la situación económica o por otros factores. El 37.5% (5) están de acuerdo que la inflación los ha obligado a bajar sus precios, un porcentaje idéntico 35.75% (5) se mostró indiferente y 14.3% (3) están en desacuerdo. Este mismo grupo un 42.8% (6) están totalmente de acuerdo o reconocen que la economía local influye en el desempeño de su negocio, en contraparte, un 35.7% (5) se muestran indiferentes y dos están en desacuerdo con dicha información.

**Condiciones económicas nivel 73.2 % (52)** Dentro de este grupo el 75% (39) están de acuerdo que existe un impacto negativo en sus ventas debido a la situación económica, mientras 12 (23.1%) se mantuvieron indiferentes y uno en desacuerdo. Además, un 98% (51) indicó que han tenido que ajustar sus precios debido a la inflación.

Por otro lado, al ser consultados sobre el aumento de los gastos en el negocio en el último año, 11 (21.2%) respondieron están totalmente de acuerdo que realizaron algún gasto, 32 (61.5%) de acuerdo y 9 (17.3%) mostraron ser indiferentes. Finalmente, la percepción que se tienen en que si la economía local influye en el desempeño del negocio fue respaldada por 20 (38.5%) encuestados que se mostraron totalmente de

acuerdo y 31 (59.6%) de acuerdo.

**Condiciones económicas nivel alto 7% (5).** En este segmento de los encuestados Se puede decir que los bodegueros presentan algunas deficiencias al momento de realizar cambios para mejorar la atención al público (ver anexo F)

**Se realizó un análisis de modelo de regresión ordinal para evaluar los** efectos de las dimensiones de los factores externos, Competencia del mercado, Regulaciones gubernamentales, Acceso a financiamiento y Condiciones económicas sobre la probabilidad de ocurrencia de las categorías de la escala del éxito empresarial ya sea Bajo, Media o Alta. El modelo no fue estadísticamente no fue significativo  $X^2 = 7.030$ , por lo que podríamos suponer que en las variables no explican al modelo  $p < 0.134$  (ver anexo G)

**Por lo que se procedió a realizar un análisis mediante iteraciones,** encontrando que fue estadísticamente significativo  $X^2 = 6.205$ ,  $p < 0.045$  y explicó el 9.6% con el valor de R de Nagelkerke ( $R^2 = 0.096$ ) de las categorías de la variable dependiente. Los resultados de los valores de predicción y los Exp(B) se encuentran en la **tabla 17** específicamente, por cada punto adicional en la dimensión de regulaciones gubernamentales hay 2.497 veces más de probabilidad de tener mayor éxito empresarial que de no tenerlo. El acceso a financiamiento no tuvo efecto sobre el éxito empresarial ( $p > 0.05$ ).

Esto indica que empresas que perciben tener que cumplir con más regulaciones gubernamentales tienen mayores probabilidades de alcanzar niveles más altos de éxito empresarial. Esto puede deberse a una mayor formalización, cumplimiento normativo o acceso a beneficios estatales.

**Tabla 17**

*Modelo de regresión Logística para el efecto de los factores externos sobre el éxito empresarial*

Parámetro	B	Sig.	Exp(B)	95% de intervalo de confianza de Wald para Exp(B)	
				Inferior	Superior
Regulaciones gubernamentales	0.915	0.024	2.497	1.127	5.531
Acceso a financiamiento	0.318	0.369	1.374	0.687	2.746

### 4.3. Resultado específico 3

#### **Analizar la relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros.**

Para probar este objetivo debemos tener en cuenta la siguiente hipótesis estadística

H1: Los factores internos y externos se relacionan con el éxito empresarial en Pequeños Negocios Bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025

H0: Los factores internos y externos no se relacionan con el éxito empresarial en Pequeños Negocios Bodegueros en La Ciudad de Chiclayo 2025

Nivel de significancia: 0.05

Estadístico de prueba:  $t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$ , con  $n - 2$ ; g.l

Cálculo del estadístico de prueba para ambos factores:

$$t = \frac{0.386\sqrt{71-2}}{\sqrt{1-0.386^2}} = 3.45$$

El valor de la tabla = 1.995

Como el valor de t calculado es mayor que el valor de la tabla ( $3.45 > 1.995$ ) entonces rechazamos la Ho, y podemos concluir que existe suficiente evidencia estadística con una significancia del 0.05 para indicar que el factor interno se relaciona con el éxito empresarial

También podemos usar la regla de la probabilidad.

Si p-valor < 0.05 Rechazamos la Ho

Si p-valor > 0.05 No rechazamos la Ho

**En la tabla 18 adjunta** tenemos los resultados de las correlaciones en donde se determina que el factor interno tiene una correlación positiva baja de 0.386 y con una significancia de  $0.001 < 0.05$ , por lo que podemos aceptar la hipótesis que las variables están correlacionadas.

Para el factor externo se determina un p-valor de 0.97 que es muy superior al nivel de significancia del 5%, por lo que podemos decir que en este caso estas variables son independientes.

**Tabla 18***Matriz de correlaciones de los factores internos y externos con el éxito empresarial*

		<b>Gestión empresarial</b>		<b>Factor Externo</b>		<b>Factor interno (2)</b>
<b>Gestión empresarial</b>	R.	—				
	Spearman					
	Gl.	—				
	p-valor	—				
<b>Factor Externo</b>	R.	-0.005		—		
	Spearman					
	Gl.	69		—		
	p-valor	0.970		—		
<b>Factor interno</b>	R.	0.386	***	0.446	***	—
	Spearman					
	Gl.	69		69		—
	p-valor	< .001		< .001		—

Nota. \* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

## CONCLUSIONES

En los resultados de la regresión logística ordinal determinó que el modelo es estadística significativa ( $X^2 = 21.556$ ,  $p < 0.001$ ), además el  $R^2$  de Nagelkerke = 0.301 indica que las variables explican en un 30.1% la variabilidad de las categorías del éxito empresarial. Este resultado nos ayuda a confirmar la relevancia teórica y práctica de los factores internos analizados que determinan el éxito empresarial.

En el factor interno de la **Gestión financiera**, un 56% (14) de bodegueros que presentan deficiencias en el registro detalla de ingresos y gastos, mientras que el 92% (23) manifestó inseguridad en la administración financiera. Por lo que se determina que estos indicadores limitan las posibilidades de crecimiento y sostenibilidad del negocio.

**La eficiencia operativa** presenta un comportamiento medio en el 56.3% de los casos, en la se destaca el uso de herramientas tecnológicas (97.5%) y la implementación de procesos claros para reposición de productos (92.5%). Sin embargo, se presentan debilidades en el control de inventarios periódicos además no hay confianza en los proveedores.

**La capacidad de innovación** existe diferencias notables, donde un 49.3% le dieron una valoración media. En este segmento el 60% tienen un nivel medio en la capacidad de innovación ya que indican haber incorporado nuevos productos o servicios. El 91.4% afirma utilizar estrategias de marketing para mejorar ventas. Cabe indicar que un 57.1% considera que la innovación es importante para el crecimiento del negocio.

En los resultados de la regresión logística ordinal determinó que el modelo es estadísticamente significativo ( $X^2 = 6.205$ ,  $p < 0.045$ ). El modelo indica que las regulaciones gubernamentales constituyen el único factor externo estadísticamente significativo ( $p < 0.024$ ) que predice el éxito empresarial, incrementando en 2.497 veces la probabilidad de alcanzar mayores niveles de éxito empresarial.

**En el factor externo, la competencia del mercado** muestra el 70.4% (50) perciben un nivel medio de competencia, seguido por un 18.3% (13) con un nivel bajo y un 11.3% (8) con un nivel alto. En el nivel bajo se pudo determinar que tiene problemas para identificar a sus competidores. En el nivel medio, la mayoría de encuestados manifiestan conocer a sus competidores y ofrecer productos o servicios diferenciados, aunque solo una parte reconoce que la competencia impulsa la mejora continua.

**El acceso a financiamiento** en este grupo de 29 encuestados, un 69% enfrenta obstáculos al momento de solicitar préstamos y el 24.1% (7) están de acuerdo en que

el financiamiento es un factor clave para el crecimiento de sus bodegas.

En la dimensión de las regulaciones gubernamentales, se evidencia que 66.2% percibe un cumplimiento medio en el cumplimiento de las normativas, el 19.7% lo considera bajo y solo el 14.1% alto. En el nivel bajo, aunque la mayoría indica cumplir con las regulaciones normativas perciben que este cumplimiento no contribuye a mejorar la imagen de su negocio.

En el análisis de las correlaciones en donde se pudo determinar que el factor interno es el que más influye en el éxito empresarial de este grupo de bodegueros. El análisis de la correlación confirma una relación con una significancia de  $0.001 < 0.05$ , nos indican que las variables están correlacionadas. Teniendo en cuenta que, aunque esta correlación es moderada a baja, sugieren que las capacidades internas del negocio tienen un impacto directo en el éxito de los bodegueros. Este resultado es consistente con la literatura sobre éxito empresarial que enfatiza la importancia de los recursos y capacidades internas (Quintana, 2001).

## RECOMENDACIONES

Realizar estudios longitudinales de esa manera poder realizar un seguimiento temporal midiendo los indicadores financieros, operativos. Ampliar el estudio a otros sectores para poder validar las generalizaciones de los hallazgos. incorporar variables adicionales para profundizar los determinantes del éxito empresarial.

Promover políticas públicas de formalización empresarial mediante campañas informativas sobre beneficios del cumplimiento de regulaciones gubernamentales, simplificando trámites administrativos y ofreciendo incentivos fiscales temporales. Desarrollar programas de acompañamiento técnico para facilitar la transición hacia la formalidad completa, aprovechando que el cumplimiento normativo.

Fortalecer la cultura de innovación mediante talleres prácticos sobre identificación de oportunidades de mercado, desarrollo de productos diferenciados y estrategias de marketing digital de bajo costo. Crear redes de intercambio de experiencias entre bodegueros exitosos y aquellos en proceso de desarrollo para transferir conocimientos y buenas prácticas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, K. (2022, agosto 22). CONFIEP y Asociación de Bodegueros trabajan unidos por bodegas más competitivas. *CONFIEP*. <https://www.confiep.org.pe/prensa/confiep-y-asociacion-de-bodegueros-trabajan-unidos-por-bodegas-mas-competitivas/>
- Blanco, C. (2017). *Encuesta y estadística: Métodos de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Editorial Brujas.
- Cáceres Luna, X. B., & Cevallos Arreaga, M. A. (2024). *Emprendimientos familiares del barrio Manabí cantón La Libertad provincia de Santa Elena, 2024* [bachelorThesis, La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2024]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11916>
- Campoverde Camacho, A. V. (2024). *Conocimiento en inversiones digitales y relación entre ganancias obtenidas y el nivel de riesgo asumido*. Universidad Nacional de Loja. <https://dspace.unl.edu.ec/items/192f7974-9a43-40f5-821b-6d4c3d80d082>
- Castillo Canto, J. C. (2022). *Hacia la profesionalización y responsabilidad social empresarial en los micronegocios familiares del sector comercial en Ciudad Caucel, Mérida, Yucatán*. [Para obtener el grado de Maestro en Planificación de Empresas y desarrollo Regional, Instituto Tecnológico de Mérida]. <https://bit.ly/41P7wnm>
- Chanamé, J. C. S., & Arroyo, M. K. V. (2023). *Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas* [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Contador Público, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <https://bit.ly/3F8vIxE>
- Contreras, J. C. (2018, octubre 31). ¿Qué es la Transformación Digital en las Empresas? *Revista Digital de la Facultad de Ciencias Administrativas y RRHH*. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-1/que-es-la-transformacion-digital-en-las-empresas/>
- Coronado Fernandez, R. (2023). *Beneficios tributarios y su influencia en la gestión financiera en las bodegas del distrito de Ferreñafe – 2021* [Tesis para optar el título de Contador, Universidad Privada Señor de Sipan]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/11212>
- Data Mexico. (2025). *Comercio al por Menor de Abarrotes y Alimentos*. Data México.

<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/industry/retail-trade-of-groceries-and-food>

Díaz Vílchez, J. A. (2021). *Propuesta de Sistema de Información para Ventas en Bodegas de la Ciudad de Chiclayo*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11034>

Economía, R. (2025, enero 16). Las bodegas lideran el mercado minorista con un dominio del 72%. *Revista Economía*. <https://www.revistaeconomia.com/las-bodegas-lideran-el-mercado-minorista-con-un-dominio-del-72/>

Febles Acosta, J., & Oreja Rodríguez, J. R. (2008). Factores externos e internos determinantes de la orientación de la cultura estratégica de las empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(1), 13-32. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60009-4](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60009-4)

Gobierno del Perú. (2025, marzo 3). *Abrir o hacer negocio*. <https://www.gob.pe/263-abrir-o-hacer-negocio>

Gómez, J., Martínez, J., Mira, I., & Estrada, M. (2024). *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*.

Gras, J. A., & Arnau, J. (1995). *Diseños longitudinales aplicados a las ciencias sociales y del comportamiento*. Editorial Limusa. <https://bit.ly/3DBZMfl>

Grupo Banco Mundial. (2022). *Inclusión financiera* [Text/HTML]. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicinclusion/overview>

Guerra Rodríguez, L. B. (2023). *Análisis de La Ley del Bodeguero N°30877 como fuente de competitividad de las bodegas de La Urbanización Los Cedros De Villa—Chorrillos: 2022* [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración., Universidad de Lima]. <https://bit.ly/4iqTm1e>

Hernández, G. (2024, junio 19). *Asociación de Bodegueros del Perú: «Nunca en la historia ha habido una caída tan fuerte en las ventas»*. <https://rpp.pe/economia/economia/bodegas-registran-una-caida-de-mas-del-50-en-sus-ventas-a-nivel-nacional-noticia-1562399>

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (First edition). McGraw-Hill Education.

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*,

158-184. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>

Luis, J., Valverde, C., Alexandra, A., Herrera, C., Janet, K., Castro, T., Flores, J. H. C., Cáceres, O., Graham, P., Alexander, L., Flores, C., & Humberto, J. (2023). *Estrategias comerciales de las bodegas y su futuro dentro del canal tradicional, Tesis para obtener el grado de magíster en dirección de marketing otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú* [Tesis para obtener el grado de Magíster en Dirección de marketing, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://bit.ly/4heuOYj>

*Mapa político de Lambayeque. (Gobierno Regional de Lambayeque 2016: 6).* | *Download Scientific Diagram.* (s. f.). Recuperado 6 de octubre de 2024, de [https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Mapa-politico-de-Lambayeque-Gobierno-Regional-de-Lambayeque-2016-6\\_fig1\\_341593649](https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Mapa-politico-de-Lambayeque-Gobierno-Regional-de-Lambayeque-2016-6_fig1_341593649)

Maribel, B. P. P. (2015). *PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN MINIMARKET EN LA PROVINCIA DE FERREÑAFE.* [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/75/1/TL\\_Piscoya\\_Purihuaman\\_Maribel.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/75/1/TL_Piscoya_Purihuaman_Maribel.pdf)

Mejía Mejía, E. (2011). *Enfoque cuantitativo de la investigación científica* (1a. ed). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Educación.

Mendoza, D., Armando, J., Reyes, M., Brigitte, C., Maldonado, M., Alberto, L., Ttamiña, O., Carlos, J., Meza, P., & Eduardo, V. (2023). *Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para.* <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/505c283a-0e3a-4b8a-999b-23d49b1029e0/content>

Ministerio de la Producción. (2024). *Caracterización de los Negocios del Comercio al por menor en el Perú Bodegas.* [https://www.producesempresarial.pe/wp-content/uploads/2024/07/17-PPT\\_-Bodegueros\\_04.07.2023\\_FINAL-1-1.pdf](https://www.producesempresarial.pe/wp-content/uploads/2024/07/17-PPT_-Bodegueros_04.07.2023_FINAL-1-1.pdf)

Miranda Fernadez, J. C. (2021). Gestión de calidad y formalización de las Mype bodegas en el Pueblo Joven Suazo Chiclayo 2021. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.* <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23177>

Montañez Benito, J. R., & Palma Usuriaga, A. Y. (2023). *Propuesta para la Elaboración de Baremos de un Instrumento en Trabajos de Investigación.* 7(6), 19. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9284>

Mousalli, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa.*

<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2633.9446>

Municipalidad de Chiclayo. (2024, octubre 4). *Ubicación y límites*.  
<https://www.gob.pe/48087-municipalidad-provincial-de-chiclayo-ubicacion-y-limites>

Muntané, J. (2010). *Introducción a la Investigación básica*. <https://tinyurl.com/2qepnk3f>

Navarro, J. H. A., & Monterrosa, I. D. M. (2022). *PLAN DE FORMACIÓN A TENDEROS DE BARRIO* [Universidad ECCI]. <https://bit.ly/3DIYF3m>

Observatorio Produce. (2024). Observatorio PRODUCE Empresarial.  
<https://www.produceempresarial.pe/comercio-interno-bodegas/>

Organización Internacional del Trabajo. (2025). *Red de apoyo empresarial | OIT/Cinterfor*. <https://www.oitcinterfor.org/taxonomy/term/1135>

Pérez López, C. (2005). *Muestreo estadístico conceptos y problemas resueltos*. Pearson Educación S.A.

Ponce Flores, G. E. (2014). *Modelo de gestión financiera para la Compañía Agrícola San Blas Agroser CÍA. LTDA. de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura*.  
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2509/1/TUICYA042-2014.pdf>

Portal EBC. (2025, abril 17). *Inicio*. EBC Agência Brasil.  
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/es/economia/noticia/2025-04/record-en-brasil-mas-de-14-millones-de-nuevos-pequenos-negocios>

Quintana García. (2001). *Dimensiones Del Exito De Las Empresas Emprendedoras*.  
*Universidad de Málaga*, 7(2), 20.

Ramos Aranda, S. (2017). Técnicas de ventas. *Fundacion Universitaria del Area Andina*, 114.  
[https://core.ac.uk/outputs/326425109/?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/outputs/326425109/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)

Ramos Vega, Z. (2018). *Psicometría básica*. Fundación Universitaria del Área Andina.  
<https://doi.org/10.33132/9789585462793>

Red Española. (2025). Sostenibilidad empresarial | Pacto Mundial ONU España. *Pacto Mundial*. <https://www.pactomundial.org/sostenibilidad-empresarial/>

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal.

*Revista Médica Sanitas*, 21(3), Article 3.  
[//revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/368](https://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/368)

- Ronda, J., & Pérez Rodríguez, M. (1999). El éxito empresarial. Sus niveles de análisis y formas alternativas para su evaluación. *Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas*, ISSN 1132-175X, N° 21, 1999, pags. 188-197, 21. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i21.305>
- Rondo, R., Miguel, A., Luyo, D. L., & Lizzette, S. (2023). *Financiamiento externo y el crecimiento empresarial en las bodegas del sector cuatro de Huamachuco 2022* [TESIS Para obtener el Título Profesional de: Licenciado en Administración, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://bit.ly/4kwyql8>
- Sala, R. (2016). *La situación económica y financiera de una empresa | Conexión ESAN*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-situacion-economica-y-financiera-de-una-empresa>
- Salazar, F. (2016). *La segmentación de las bodegas en América Latina Conexión ESAN*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-segmentacion-de-las-bodegas-en-america-latina>
- Sol TV Perú. (2021, agosto 16). Chiclayo: Habrían aumentado el número de bodegas en pandemia. *SOLTV PERU*. <https://soltvperu.com/chiclayo-habrian-aumentado-el-numero-de-bodegas-en-pandemia/>
- Tecni Grajales, G. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION*. <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- 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. *mktDESCUBRE*, 37-48. <https://doi.org/10.36779/mktdescubre.v10.141>
- Velásquez, A., Ccellccasca, I., Marino, D., & Córdor, R. (s. f.). *Análisis de competencia y mercado relevante*. 15. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6265116/5512053-nt2-analisis-de-competencia-y-mercado-relevante%282%29.pdf>
- Ventura, J. (1994). *Fundamentos del Éxito empresarial: El valor añadido de la estrategia*. 3(N° 8), 5. <https://bit.ly/3XyZFYE>
- Yagü, M. (2024). Qué es la eficiencia operativa, cómo lograrla y cómo medirla. *Slimstock*. <https://www.slimstock.com/es/blog/eficiencia-operativa/>

- Zambrano, D. F. B., & Zambrano, H. Y. L. (2024). Gestión operativa para el cumplimiento de objetivos comerciales en empresas ecuatorianas de consumo masivo. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 11(2), 285-304. <https://www.redalyc.org/journal/5646/564677539010/html/>
- Zapata, S. M. A., & Chang, D. C. P. (2020). Sostenibilidad Empresarial desde el Punto de Vista de Las Relaciones Públicas. *USMP*, 42. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7656/AMPUER\\_O\\_ZS.pdf](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7656/AMPUER_O_ZS.pdf)

## ANEXOS

### Anexo A: Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Operacionalización	Dimensión	Indicadores	Escala de Medida
<b>Éxito empresarial</b> (VD)	Se refiere al grado en que un negocio logra sus objetivos financieros y operativos, reflejado en su rentabilidad, crecimiento y satisfacción del propietario.	Medición del desempeño empresarial en términos de resultados económicos y percepción del éxito.	Rentabilidad	Nivel de ingresos, margen de ganancia, costos operativos	Ordinal
			Crecimiento del negocio	Aumento de clientes, expansión del negocio, inversión en activos	Ordinal
			Satisfacción del propietario	Nivel de cumplimiento de expectativas, percepción de estabilidad financiera	Ordinal
<b>Factores internos</b> (VI)	Elementos propios del negocio que influyen en su éxito, como la gestión financiera,	Evaluación de la gestión interna del negocio y su impacto en el desempeño.	<b>Gestión financiera</b>	Control de ingresos y gastos, acceso a financiamiento	Ordinal

	eficiencia operativa, liderazgo y capacidad de innovación.		<b>Eficiencia operativa</b>	Optimización de procesos, manejo de inventario	Ordinal
			Liderazgo del propietario	Toma de decisiones estratégicas, experiencia en el negocio	Ordinal
			<b>Capacidad de innovación</b>	Implementación de nuevas estrategias, diversificación de productos	Ordinal
<b>Factores externos</b> (VI)	Elementos fuera del negocio que afectan su desempeño, como la competencia, regulaciones gubernamentales, acceso a financiamiento y condiciones económicas.	Evaluación del entorno externo del negocio y su influencia en el éxito empresarial.	Competencia del mercado	Número de competidores, estrategias diferenciadoras	Ordinal
			<b>Regulaciones gubernamentales</b>	Cumplimiento de normativas, impacto de leyes comerciales	Ordinal
			Acceso a financiamiento	Facilidad para obtener crédito, fuentes de financiamiento	Ordinal

			Condiciones económicas	Variación en la demanda, inflación, estabilidad del mercado	Ordinal
--	--	--	------------------------	---	---------

Problema	Objetivos	Hipótesis	variables e indicadores					
			variable 1: existo empresarial					
			Dimensiones	Indicadores	Escala			
<p>¿Cuáles son los factores que explican el éxito empresarial en los pequeños negocios del sector bodeguero en Lambayeque?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuáles son los factores internos que influyen en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros?</p> <p>¿Como influyen los factores externos en el éxito</p>	<p>Analizar los factores que determinan el éxito empresarial en los pequeños negocios bodegueros del distrito de Chiclayo.</p> <p>Objetivos específicos. Evaluar la influencia de los factores internos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b> Los factores internos y externos explican significativamente el éxito empresarial en pequeños negocios del sector bodeguero en Chiclayo.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b> Los factores internos tienen una influencia significativa en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.</p>	Rentabilidad	Nivel de ingresos, margen de ganancia, costos operativos	Ordinal			
			Crecimiento del negocio	Aumento de clientes, expansión del negocio, inversión en activos				
			Satisfacción del propietario	Nivel de cumplimiento de expectativas, percepción de estabilidad financiera				
						<b>variable 2: Factores internos</b>		
			Gestión financiera	Control de ingresos y gastos, acceso a financiamiento	Ordinal			
			Eficiencia operativa	Optimización de procesos, manejo de inventario				
			Liderazgo del propietario	Toma de decisiones estratégicas, experiencia en el negocio				
			Capacidad de innovación	Implementación de nuevas estrategias, diversificación de productos				
						<b>variable 3: Factores externos</b>		

empresarial de los pequeños negocios bodegueros?  ¿Cuál es la relación entre los factores internos y externos y el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros?	Determinar la influencia de los factores externos en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.	Los factores externos tienen una influencia significativa en el éxito empresarial de los pequeños negocios bodegueros.	Competencia del mercado	Número de competidores, estrategias diferenciadoras	Ordinal
			Regulaciones gubernamentales	Cumplimiento de normativas, impacto de leyes comerciales	
			Acceso a financiamiento	Facilidad para obtener crédito, fuentes de financiamiento	
	Analizar la relación entre los factores internos y externos con el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros.	Existe una relación significativa entre los factores internos y externos y el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros.	Condiciones económicas	Variación en la demanda, inflación, estabilidad del mercado	

## Anexo B: cuestionario

### PROYECTO: FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO EMPRESARIAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS BODEGUEROS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2025

**PRESENTACIÓN:** Buenos días / tardes, mi nombre es..... Estamos realizando una encuesta de para conocer los factores determinantes en el éxito empresarial de los pequeños negocios (bodegas). Le agradeceré me conceda unos minutos, garantizándole que la información brindada será confidencial y únicamente para fines estadísticos

**Instrucciones:** Marque la alternativa que mejor represente su realidad en cada una de las siguientes preguntas. Use la escala de Likert de 1 a 5, donde:

1 = Totalmente en desacuerdo  
 2 = En desacuerdo  
 3 = Neutral  
 4 = De acuerdo  
 5 = Totalmente de acuerdo

#### Sección 1: Datos Generales

P1. ¿Cuál es su edad? \_\_\_\_\_ años

P2. Sexo: ( ) Masculino ( ) Femenino

P3. Años de funcionamiento del negocio: \_\_\_\_\_ años

P4. ¿Es el propietario del negocio? ( ) Sí ( ) No

P5. Grado de instrucción alcanzado

P5.1. primaria incompleta		P5.3. secundaria incompleta	
P5.2. primaria completa		P5.4. secundaria completa	

P5.5. superior universitaria completa		P5.7. Técnico superior completa	
P5.6. superior universitaria incompleta		P5.8. técnico superior incompleta	

P6. Lugar de procedencia \_\_\_\_\_

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>SECCIÓN 1: FACTORES INTERNOS</b>					
<b>Gestión Financiera / Manejo de dinero</b>					
1. Mantiene un registro detallado de ingresos y gastos de su negocio.					

2. Tiene un plan mensual para controlar los gastos de su negocio.					
3. Tiene acceso a financiamiento cuando lo necesita.					
4. Se sienta seguro en la administración financiera de su bodega. / Se siente seguro al manejar el dinero de su negocio.					
<b>Eficiencia Operativa / Organización del trabajo</b>					
5. Realiza un control de inventario periódicamente.					
6. Usa herramientas como computadoras o programas para organizar su negocio.					
7. Tiene procesos o procesos claros para la reposición de productos.					
8. Cuenta con proveedores confiables que garantizan la entrega del producto.					
<b>Liderazgo del Propietario</b>					
9. Se involucra en las decisiones importantes de su negocio.					
10. Recibe capacitación para brindar un mejor servicio a sus clientes					
11. El dueño o representante Toma la iniciativa para mejorar el negocio					
<b>Capacidad de Innovación / Capacidad para mejorar</b>					
12. Ha incorporado nuevos productos o servicios durante los últimos 6 meses.					
13. Usa estrategias de marketing o publicidad para aumentar sus ventas.					

14. ¿qué tan dispuesto está a invertir en mejoras para que su negocio se diferente de los demás?					
15. ¿qué tan importante considera que es la innovación para el crecimiento de su bodega?					
<b>SECCIÓN 2: FACTORES EXTERNOS</b>					
<b>Competencia del Mercado</b>					
16. Conoce a sus competidores y como venden sus productos.					
17. Su negocio ofrece productos o servicios que no tienen otros.					
18. Considera que la competencia le obliga a mejorar continuamente.					

<b>Regulaciones Gubernamentales</b>					
19. Su negocio cumple con las normativas municipales y sanitarias.					
20. Los trámites administrativos han sido una barrera para su negocio.					
21. Considera que cumplir con las regulaciones mejora la imagen de su negocio.					
<b>Acceso a Financiamiento</b>					
22. Ha solicitado créditos o financiamiento para en el último año.					
23. Le resulta difícil obtener financiamiento para mejorar su negocio.					
24. Considera que el acceso a financiamiento es clave para crecer.					
<b>Condiciones Económicas</b>					
25. La situación económica actual ha afectado en sus ventas.					
26. Ha tenido que ajustar sus precios debido a la inflación.					
27. Los gastos de su negocio han aumentado en el último año					
28. Considera que la economía local influye en el desempeño de su negocio.					
<b>SECCIÓN 3: ÉXITO EMPRESARIAL</b>					
<b>Rentabilidad / Ganancias</b>					
29. Su negocio genera ingresos suficientes para cubrir sus gastos.					
30. Considera que su negocio puede seguir funcionando económicamente en el futuro.					
<b>Crecimiento del Negocio</b>					
31. El número de clientes ha crecido en los últimos 6 meses.					
32. Ha considerado ampliar su negocio en los próximos 6 meses.					
33. Su negocio ha crecido o mejorado en comparación con el año anterior.					
<b>Satisfacción del Propietario</b>					
34. Está satisfecho con el desempeño general de su negocio.					
35. Su negocio le proporciona estabilidad financiera y personal.					
36. Está motivado para seguir invirtiendo en su bodega.					
37. Cree que su negocio tiene un futuro prometedor.					

DATOS GENERALES		
NOMBRE ENTREVISTADO:		DISTRITO:
Dirección:		
Razón social:		
TELÉFONO:	CELULAR:	EDIT/CODIF:
ENCUESTADOR:	SUPERVISOR:	DIGITADOR:

## Anexo C: Autorización y validación de expertos




UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



### AUTORIZACIÓN

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para que, el autor **Lic. Mg. Larios Ramirez Oscar Santiago**, estudiante del doctorado en **Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín**, utilice la información revisada por mí, en el marco de la validación del instrumento titulado "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025", en las publicaciones de carácter académico y científico que se generen a partir de la investigación desarrollada.

Autorización que se expide a solicitud del investigador, el día 08 de mayo del 2025

Nombres y apellidos: Dra: Rosaria Yaqveliny Hauce Santamau  
 DNI: 43984456  
 Institución donde labora: Universidad Nacional de San  
 Cargo que desempeña: Decante  
 Firma: 



En líneas generales, considera que los indicadores de la variable "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025".

¿Están inmersas en el contenido teórico formal del estudio?

Si, los indicadores están inmersos en el contenido teórico formal del estudio.

¿Los ítems miden las variables de estudio?

Si, los ítems miden las variables del estudio.

¿El instrumento diseñado permite alcanzar los objetivos de la investigación?

Para el instrumento diseñado es adecuado, para recopilar la información necesaria.

El instrumento: para los participantes, a su juicio es:

Valido:  Si No valido:

Ruth  
 Nombres y apellidos: Ruth Yaqeliny Alvarado Santanero  
 DNI: 43984456  
 Institución donde labora: UNJ.

08 de 05 del 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



### AUTORIZACIÓN

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para que, el autor **Lic. Mg. Larios Ramírez Oscar Santiago**, estudiante del doctorado en **Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín**, utilice la información por mí suministrada, en el marco de la validación del instrumento titulado "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025", en las publicaciones de carácter académico y científico que se generen a partir de la investigación desarrollada.

Autorización que se expide a solicitud del investigador, el día 28 de mayo del 2025

Nombres y apellidos: JULIO AREVALO REATECUI

DNI: 07871839

Institución donde labora: UNTRM

Cargo que desempeña: DOCENTE

Firma: 



En líneas generales, considera que los indicadores de la variable, "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclaya 2025".

¿están inmersas en el contenido teórico formal del estudio?

\_\_\_\_ Si puesto que los factores que se considera para lograr el éxito de una empresa son los que se han considerado según se evidencia en su matriz \_\_\_\_\_

¿Los ítems miden las variables de estudio?

\_\_\_\_ Si porque el instrumento contiene preguntas relacionadas con la gestión operativa, financiera, crecimiento y rentabilidad del negocio \_\_\_\_\_

¿el instrumento diseñado permite alcanzar los objetivos de la investigación?

\_\_\_\_ Si, porque las dimensiones planteadas en su matriz de consistencia contemplan los diversos factores tanto internos como externos que se deberán analizar a fin de conocer si el negocio es exitoso o no \_\_\_\_\_

El instrumento, para los participantes, a su juicio es:

Valido:  Si \_\_\_\_\_ No valido: \_\_\_\_\_

Nombre y apellidos: JULIO AGUIBALO RODRIGUEZ

DNI: 0787829

Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA

08 de Mayo del 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



### AUTORIZACIÓN

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para que, el autor **Lic. Mg. Larios Ramirez Oscar Santiago**, estudiante del doctorado en **Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín**, utilice la información por mi suministrada, en el marco de la validación del instrumento titulado "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025", en las publicaciones de carácter académico y científico que se generen a partir de la investigación desarrollada.

Autorización que se expide a solicitud del investigador en Chiclayo, 05 día 05 del 2025

Nombres y apellidos: HEREDIA LLATAS FLOR DELICIA

DNI: 41365424

Institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLESO

Cargo que desempeña: COORDINADORA DE LA CALIDAD

Firma: 



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



En líneas generales, considera que los indicadores de la variable. "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025".

¿están inmersas en el contenido teórico formal del estudio?

Conforme

¿Los ítems miden las variables de estudio?

Conforme

¿el instrumento diseñado permite alcanzar los objetivos de la investigación?

Conforme

El instrumento: para los participantes, a su juicio es:

Valido:  Si  No valido:

Nombres y apellidos:

DNI: 41365424

Institución donde labora:

HEREDIA CLAYAS FLOR DELICIA  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

05 de marzo del 2025



### AUTORIZACIÓN

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para que, el autor Lic. Mg. Larios Ramírez Oscar Santiago, estudiante del doctorado en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín, utilice la información por mí suministrada, en el marco de la validación del instrumento titulado "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025", en las publicaciones de carácter académico y científico que se generen a partir de la investigación desarrollada.

Autorización que se expide a solicitud del investigador en xxxx, el día \_\_\_ del 2025

Nombres y apellidos: CARLA ANGELICA REYES REYES

DNI: 17435695

Institución donde labora: UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cargo que desempeña: DIRECTORA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Firma: \_\_\_\_\_

A handwritten signature in black ink, appearing to read "CARLA", written over a horizontal line.



En líneas generales, considera que los indicadores de la variable, "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025".

¿están inmersas en el contenido teórico formal del estudio?

---

---

---

¿Los ítems miden las variables de estudio?

---

---

---

¿el instrumento diseñado permite alcanzar los objetivos de la investigación?

---

---

---

El instrumento: para los participantes, a su juicio es:

Valido: \_\_\_\_ Si  No valido: \_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos: CARLA ANGELICA REYES REYES

DNI: 17435695

Institución donde labora: UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

05, de mayo del 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



### AUTORIZACIÓN

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para que, el autor **Lic. Mg. Larios Ramirez Oscar Santiago**, estudiante del doctorado en **Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín**, utilice la información por mí suministrada, en el marco de la validación del instrumento titulado "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025", en las publicaciones de carácter académico y científico que se generen a partir de la investigación desarrollada.

Autorización que se expide a solicitud del investigador en Mayo, el día      del 2025

Nombres y apellidos: Miguel Angel Macetas Hernandez

DNI: 1743 5544

Institución donde labora: Universidad Nacional de Cajamarca

Cargo que desempeña: Catedrático

Firma: Miguel Angel Macetas Hernandez





37. Su negocio le proporciona estabilidad financiera y personal.	Pertinencia								8
	Claridad								8
	Redacción								8
	Respuesta								8
	Distractores								8
	Dificultad								8
	Formato								8
38. Está motivado para seguir invirtiendo en su bodega.	Pertinencia								X
	Claridad								X
	Redacción								X
	Respuesta								X
	Distractores								X
	Dificultad								X
	Formato								X
39. Considera que su negocio tiene un futuro favorable.	Pertinencia								X
	Claridad								X
	Redacción								X
	Respuesta								X
	Distractores								X
	Dificultad								X
	Formato								X

En líneas generales, considera que los indicadores de la variable. "Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios hodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025".

¿están inmersas en el contenido teórico formal del estudio?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿los ítems miden las variables de estudio?

son adecuados a la investigación

¿el instrumento diseñado permite alcanzar los objetivos de la investigación?

Si permite

\_\_\_\_\_

El instrumento: para los participantes, a su juicio es:

Valido: Si No valido: \_\_\_\_\_

Nombre y apellidos: Miguel Ángel Marchesi Hernández

DNI: 17435344

Institución donde labora: Universidad Nacional de Cajamarca

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2025



**Anexo D: Resultados generales de factores internos por preguntas**

		Orientación financiera					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
1. Mantiene un registro detallado de ingresos y gastos de su negocio.	Totallymente en desacuerdo	7	28,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	7	28,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	6	24,0%	9	36,5%	0	0,0%
	De acuerdo	5	20,0%	20	80,5%	4	17,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	25	100,0%	29	100,0%	13	100,0%
2. Tiene un plan mensual para controlar los gastos de su negocio.	Totallymente en desacuerdo	3	12,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	8	32,0%	1	3,9%	0	0,0%
	Indiferente	5	20,0%	3	5,9%	1	8,3%
	De acuerdo	9	36,0%	29	82,4%	5	41,7%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	25	100,0%	34	100,0%	12	100,0%
3. Tiene acceso a financiamiento cuando lo necesita.	Totallymente en desacuerdo	3	12,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	4	16,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	4	16,0%	0	0,0%	0	0,0%
	De acuerdo	13	52,0%	23	61,8%	3	25,0%
	Totalmente de acuerdo	1	4,0%	8	25,5%	9	75,0%
	Total	25	100,0%	34	100,0%	12	100,0%
4. Se siente seguro en la administración financiera de su bodega.	Totallymente en desacuerdo	17	68,0%	19	75,0%	1	8,3%
	En desacuerdo	6	24,0%	7	26,6%	1	8,3%
	Indiferente	2	8,0%	7	26,6%	5	41,7%
	De acuerdo	0	0,0%	1	2,9%	4	33,3%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	1	8,3%
	Total	25	100,0%	34	100,0%	12	100,0%

		Eficiencia operativa					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
5. Realiza un control de inventario periódicamente.	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	7	35,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	7	35,0%	5	12,5%	0	0,0%
	De acuerdo	6	30,0%	34	85,0%	3	45,3%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	1	2,5%	6	54,5%
	Total	20	100,0%	40	100,0%	11	100,0%
6. Usa inventarios como computadores o programas para organizar su negocio.	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	5,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	7	35,0%	1	2,5%	0	0,0%
	De acuerdo	10	50,0%	17	42,5%	4	36,4%
	Totalmente de acuerdo	2	10,0%	22	55,0%	7	63,6%
	Total	20	100,0%	40	100,0%	11	100,0%
7. Tiene procesos o procesos claros para la reproducción de productos.	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	5,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	4	20,0%	3	7,5%	0	0,0%
	De acuerdo	15	75,0%	22	55,0%	0	0,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	15	37,5%	11	100,0%
	Total	20	100,0%	40	100,0%	11	100,0%
8. Cuenta con proveedores confiables que garantizan la entrega del producto.	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	3	7,5%	0	0,0%
	En desacuerdo	4	20,0%	21	52,5%	0	0,0%
	Indiferente	6	30,0%	8	20,0%	3	18,2%
	De acuerdo	2	10,0%	8	20,0%	6	54,5%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	3	27,3%
	Total	20	100,0%	40	100,0%	11	100,0%

		Liderazgo del propietario					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
9. Se involucra en las decisiones importantes de su negocio.	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	4,5%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	5	22,7%	2	5,0%	0	0,0%
	De acuerdo	15	68,2%	25	62,5%	2	22,2%
	Totalmente de acuerdo	1	4,5%	13	32,5%	7	77,8%
	Total	22	100,0%	40	100,0%	9	100,0%
10. Recibe capacitación para brindar un mejor servicio a sus clientes.	Totallymente en desacuerdo	5	22,7%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	13	59,1%	4	10,0%	0	0,0%
	Indiferente	3	13,6%	15	37,5%	0	0,0%
	De acuerdo	1	4,5%	21	52,5%	6	66,7%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	3	33,3%
	Total	22	100,0%	40	100,0%	9	100,0%
11. El dueño o representante toma la iniciativa para mejorar el negocio.	Totallymente en desacuerdo	5	22,7%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	8	36,4%	4	10,0%	0	0,0%
	Indiferente	7	31,8%	19	47,5%	2	22,2%
	De acuerdo	2	9,1%	16	40,0%	5	55,6%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	1	2,5%	2	22,2%
	Total	22	100,0%	40	100,0%	9	100,0%

		Capacidad de innovación					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
12. Ha incorporado nuevos productos o servicios durante los últimos 6 meses.	Totallymente en desacuerdo	3	15,0%	1	2,5%	1	6,3%
	En desacuerdo	4	20,0%	9	25,0%	7	18,8%
	Indiferente	9	45,0%	19	54,9%	11	68,8%
	Totalmente de acuerdo	1	5,0%	2	5,7%	1	6,3%
	Total	20	100,0%	35	100,0%	16	100,0%
13. Usa estrategias de marketing o publicidad para aumentar sus ventas.	Totallymente en desacuerdo	2	10,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	3	15,0%	1	2,9%	0	0,0%
	Indiferente	4	20,0%	2	5,7%	0	0,0%
	De acuerdo	11	55,0%	23	65,7%	7	43,8%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	9	25,3%	9	56,3%
	Total	20	100,0%	35	100,0%	16	100,0%
14. ¿qué tan dispuesto está a invertir en mejoras para que su negocio se diferencie de los demás?	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	6	30,0%	8	22,9%	0	0,0%
	Indiferente	9	45,0%	18	45,7%	3	18,8%
	De acuerdo	0	0,0%	11	31,7%	11	68,8%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	2	12,5%
	Total	20	100,0%	35	100,0%	16	100,0%
15. ¿qué tan importante consideran que es la innovación para el crecimiento de su bodega?	Totallymente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	5	25,0%	3	8,6%	0	0,0%
	Indiferente	10	50,0%	12	34,3%	0	0,0%
	De acuerdo	5	25,0%	20	57,1%	9	56,3%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	7	43,8%
	Total	20	100,0%	35	100,0%	16	100,0%



Umbral[Exito empresarial=1]	1,701,9332	-,128	3,530	3,321	1,0685,477	,879	34,111
[Exito empresarial=2]	4,6881,1058	2,520	6,855	17,969	1,000108,596	12,431	948,657
Gestion financiera	1,387,4584	,489	2,285	9,158	1,0024,003	1,630	9,830
Eficiencia operativa	-,933,4760	-1,866	,000	3,840	1,050,394	,155	1,000
Liderazgo propietario	del,231,4514	-,654	1,115	,261	1,6101,259	,520	3,051
Capacidad innovación	de,941,4125	,133	1,750	5,205	1,0232,563	1,142	5,753
(Escala)	1 <sup>a</sup>						

Variable dependiente: Exito empresarial

Modelo: (Umbral), Gestion financiera, Eficiencia operativa, Liderazgo del propietario, Capacidad de innovación

a. Fijado en el valor visualizado.

Una vez que tienes los valores de las variables independientes, puedes calcular las **probabilidades** usando las fórmulas:

**Probabilidad de pertenecer a la categoría 1:**

$$P(Y = 1) = \frac{e^{\eta_1}}{1 + e^{\eta_1} + e^{\eta_2}}$$

**Probabilidad de pertenecer a la categoría 2:**

$$P(Y = 2) = \frac{e^{\eta_2}}{1 + e^{\eta_1} + e^{\eta_2}}$$

- $\eta_1 = 1.701 + 1.387 \cdot D1 - 0.933 \cdot D2 + 0.231 \cdot D3 + 0.941 \cdot D4$
- $\eta_2 = 4.688 + 1.387 \cdot D1 - 0.933 \cdot D2 + 0.231 \cdot D3 + 0.941 \cdot D4$

## Anexo F: Resultados generales por pregunta de los factores externos

		Competencia del mercado					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
16. Conoce a sus competidores y como venden sus productos.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	5	25,1%	1	2,0%	0	0,0%
	Indiferente	4	20,8%	7	34,0%	2	25,0%
	De acuerdo	5	28,3%	25	50,0%	4	50,0%
	Totalmente de acuerdo	1	7,7%	17	34,0%	2	25,0%
	Total	13	100,0%	50	100,0%	8	100,0%
17. Su negocio ofrece productos o servicios que no tienen otros.	Totalmente en desacuerdo	5	25,1%	1	2,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	2	15,4%	3	6,0%	0	0,0%
	Indiferente	8	61,5%	1	2,0%	0	0,0%
	De acuerdo	0	0,0%	11	22,0%	0	0,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	34	68,0%	8	100,0%
	Total	13	100,0%	50	100,0%	8	100,0%
18. Considera que la competencia le obliga a mejorar continuamente.	Totalmente en desacuerdo	3	23,1%	8	16,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	7,7%	21	42,0%	0	0,0%
	Indiferente	8	61,5%	8	16,0%	0	0,0%
	De acuerdo	1	7,7%	0	0,0%	3	57,5%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	4	8,0%	5	62,5%
	Total	13	100,0%	50	100,0%	8	100,0%

		Regulaciones gubernamentales					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
19. Su negocio cumple con las normativas municipales y sanitarias.	Totalmente en desacuerdo	1	7,1%	1	2,1%	0	0,0%
	En desacuerdo	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	0	0,0%	11	23,4%	1	10,0%
	De acuerdo	8	57,1%	18	38,3%	5	50,0%
	Totalmente de acuerdo	5	31,4%	17	36,2%	6	60,0%
	Total	14	100,0%	47	100,0%	10	100,0%
20. Los trámites administrativos han sido una barrera para su negocio.	Totalmente en desacuerdo	7	50,0%	3	6,4%	0	0,0%
	En desacuerdo	7	50,0%	2	4,3%	0	0,0%
	Indiferente	0	0,0%	11	23,4%	1	10,0%
	De acuerdo	0	0,0%	26	55,3%	5	50,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	5	10,6%	4	40,0%
	Total	14	100,0%	47	100,0%	10	100,0%
21. Considera que cumplir con las regulaciones mejora la imagen de su negocio.	Totalmente en desacuerdo	4	28,6%	11	23,4%	0	0,0%
	En desacuerdo	8	57,1%	16	34,0%	0	0,0%
	Indiferente	1	7,1%	12	25,5%	0	0,0%
	De acuerdo	1	7,1%	8	17,0%	9	90,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	1	10,0%
	Total	14	100,0%	47	100,0%	10	100,0%

		Acceso a financiamiento					
		Bajo		Medio		Alto	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
22. Ha solicitado créditos o financiamiento para en el último año.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	3	10,3%	3	8,8%	0	0,0%
	Indiferente	7	24,1%	4	11,8%	0	0,0%
	De acuerdo	12	41,4%	21	61,8%	3	37,5%
	Totalmente de acuerdo	7	24,1%	6	17,6%	5	62,5%
	Total	29	100,0%	34	100,0%	8	100,0%
23. Le resulta difícil obtener financiamiento para mejorar su negocio.	Totalmente en desacuerdo	1	3,4%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	3,4%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	7	24,1%	0	0,0%	0	0,0%
	De acuerdo	18	62,1%	29	85,3%	2	25,0%
	Totalmente de acuerdo	2	6,9%	5	14,7%	6	75,0%
	Total	29	100,0%	34	100,0%	8	100,0%
24. Considera que el acceso a financiamiento es clave para crecer.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	3,4%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	21	71,4%	1	2,9%	0	0,0%
	De acuerdo	7	24,1%	24	70,6%	3	37,5%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	9	26,5%	5	62,5%
	Total	29	100,0%	34	100,0%	8	100,0%

		Condiciones económicas					
		Ego		Medio		Alio	
		Resueto	% de N columnas	Resueto	% de N columnas	Resueto	% de N columnas
25. La situación económica actual le afectará en sus ventas	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	1	7,1%	1	1,0%	0	0,0%
	Indiferente	3	21,4%	12	23,1%	0	0,0%
	De acuerdo	10	71,4%	27	51,0%	1	20,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	12	23,1%	4	80,0%
	Total	14	100,0%	52	100,0%	5	100,0%
26. He tenido que pagar sus precios debido a la inflación.	Totalmente en desacuerdo	1	7,1%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	5	35,7%	1	1,9%	0	0,0%
	De acuerdo	3	21,4%	28	53,8%	0	0,0%
	Totalmente de acuerdo	1	7,1%	22	42,3%	5	100,0%
	Total	14	100,0%	52	100,0%	5	100,0%
27. Los gastos de su negocio han aumentado en el último año	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	6	42,9%	9	17,3%	0	0,0%
	De acuerdo	6	42,9%	32	61,5%	0	0,0%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	11	21,2%	5	100,0%
	Total	14	100,0%	52	100,0%	5	100,0%
28. Considero que la economía local influye en el desempeño de su negocio.	Totalmente en desacuerdo	1	7,1%	0	0,0%	0	0,0%
	En desacuerdo	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%
	Indiferente	5	35,7%	1	1,9%	0	0,0%
	De acuerdo	3	21,4%	31	59,6%	0	0,0%
	Totalmente de acuerdo	3	21,4%	20	38,5%	5	100,0%
	Total	14	100,0%	52	100,0%	5	100,0%

**Anexo G: Resultados generales de regresión logística ordinal para iteraciones de los factores externos**

*Información de ajuste de los modelos*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	Gl	Sig.
Sólo intersección	43,352			
Final	37,147	6,205	2	,045

Función de enlace: Logit.

*Pseudo R cuadrado*

Cox y Snell	,084
Nagelkerke	,096
McFadden	,043

Función de enlace: Logit.

*Bondad de ajuste*

	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Pearson	8,264	14	,875
Desviación	9,779	14	,778

Función de enlace: Logit.

## Estimaciones de parámetro

Parámetro	B	Error estándar	95% de intervalo de confianza de Wald		Contraste de hipótesis		Sig.	95% de intervalo de confianza de Wald para Exp(B)		
			Inferior	Superior	Chi-cuadrado	gl		Inferior	Superior	
Umbral [Éxito empresarial=1]	1,212	,9681	-,685	3,110	1,568	1	,210	3,361	,504	22,415
[Éxito empresarial=2]	3,704	1,0696	1,608	5,801	11,991	1	,001	40,611	14,991	330,467
Regulaciones gubernamentales	,915	,4058	,120	1,710	5,085	1	,024	2,497	1,127	5,531
Acceso a financiamiento (Escala)	a,318	,3533	-,375	1,010	,807	1	,369	1,374	,687	2,746

Variable dependiente: Éxito empresarial

Modelo: (Umbral), Regulaciones gubernamentales, Acceso a financiamiento

a. Fijado en el valor visualizado.

**Exp(B) = 1.212:** Por cada unidad adicional en este factor, las probabilidades de estar en la categoría 1 o 2 (vs 0) aumentan en un factor de ~3.361 veces.

Esto indica que empresas que perciben tener que cumplir con más regulaciones gubernamentales tienen **mayores probabilidades de alcanzar niveles más altos de éxito empresarial**. Esto puede deberse a una mayor formalización, cumplimiento normativo o acceso a beneficios estatales.

### Anexo H: Análisis sociodemográfico

En la tabla 14, adjunta se muestra los resultados de las edades agrupadas en intervalos y por distritos, en donde se determinó que la mayor parte de los encuestados del distrito de Chiclayo tienen edades comprendidas entre los 36 a 59 (23) años de edad. Así mismo podemos indicar que el 82.9% (29) tienen de 19 hasta 59 años, un pequeño grupo 14.3% tienen más de 60 a 67 años de edad. Así mismo podemos indicar que en el distrito de José Leonardo Ortiz un 26.1% (6) tienen edades en el rango de 44 a 51 años, 8.7% (2) tiene de 60 a 67 años. Por último, en el distrito de la Victoria se tiene que la gran mayoría (10) tienen una edad comprendida entre los 36 a 59 años.

#### Distribución de frecuencias de las edades según distrito

Distrito	Edad	fi	fi (%)	Fi	Fi (%)
Chiclayo	19 - 27	4	11,4	4	11,4
	28 - 35	2	5,7	6	17,1
	36 - 43	7	20,0	13	37,1
	44 - 51	8	22,9	21	60,0
	52 - 59	8	22,9	29	82,9
	60 - 67	5	14,3	34	97,1
	68 - 75	1	2,9	35	100,0
	Total	35	100,0		
José Leonardo Ortiz	19 - 27	5	21,7	5	21,7
	28 - 35	4	17,4	9	39,1
	36 - 43	2	8,7	11	47,8
	44 - 51	6	26,1	17	73,9
	52 - 59	4	17,4	21	91,3
	60 - 67	2	8,7	23	100,0
	Total	35	100,0		
La Victoria	28 - 35	1	7,7	1	7,7
	36 - 43	2	15,4	3	23,1

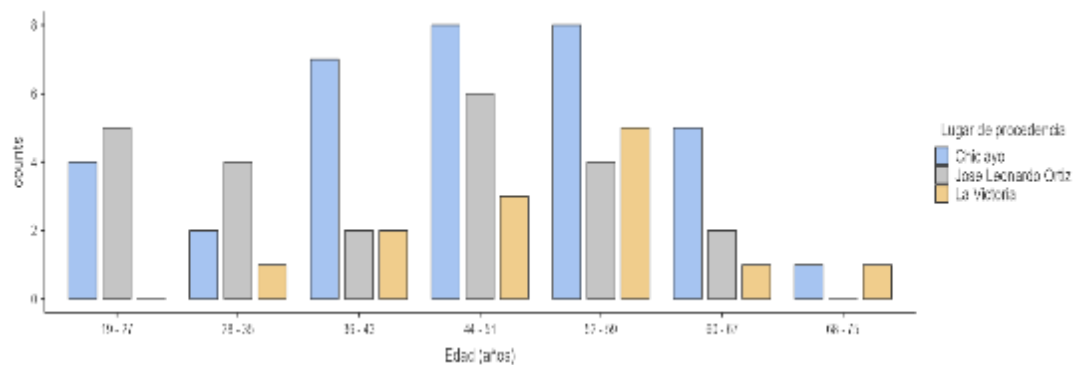
44 - 51	3	23,1	6	46,2
52 - 59	5	38,5	11	84,6
60 - 67	1	7,7	12	92,3
68 - 75	1	7,7	13	100,0
Total	35	100,0		

En la figura 3, adjunta muestra como están distribuidas las edades según el distrito al que pertenecen.

### Figura

1.

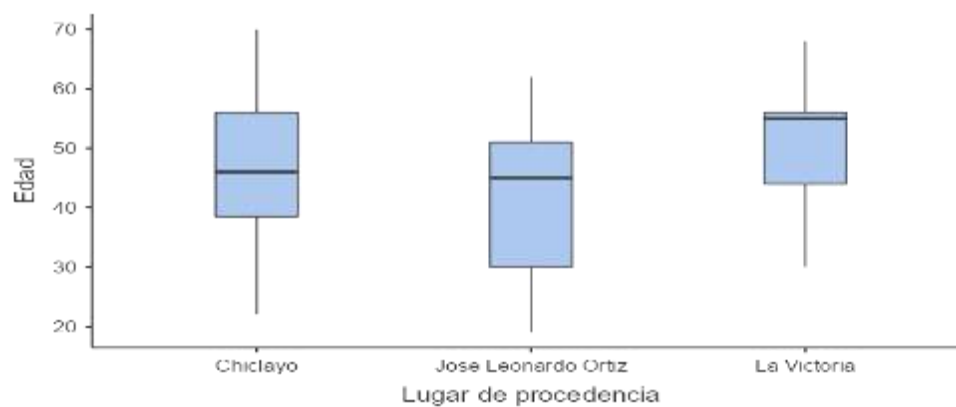
Distribución de la edad de los encuestados según el distrito que pertenecen



En la figura 4, en el gráfico de cajas para las edades muestra que el distrito de la Victoria presenta la (mediana) más alta, comparada con Chiclayo y José Leonardo Ortiz 40 años. En conclusión, se determina que en los tres distritos las edades están entre los 30 y 55 años con unas pequeñas diferencias en sus medianas, en el distrito de la Victoria se tienen personas con más edad, no se detectaron valores atípicos por lo que la distribución de las edades es relativamente homogénea.

**Figura****2.**

Diagrama box plot para la edad según el distrito de procedencia de los encuestados



**oscar santiago larios**

## **Análisis de los factores que determinan el éxito empresarial en pequeños negocios bodegueros en la ciudad de Chiclayo 2025**

 Revisión Repositorio Institucional

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:545037237

Fecha de entrega

9 ene 2026, 12:06 GMT-5

Fecha de descarga

9 ene 2026, 12:09 GMT-5

Nombre del archivo

Tesis-Oscar Santiago Larios-06-01-2026.pdf

Tamaño del archivo

2.4 MB

97 páginas

18.156 palabras

105.078 caracteres




## 9% 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 10 palabras)

### Fuentes principales

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

### Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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.